

**PRODUÇÃO ORGÂNICA EM PETROLINA-PE E EM JUAZEIRO-BA NA
PERSPECTIVA DOS CONSUMIDORES DA REGIÃO**

Noeme Cabral da Silva **SANTOS**¹; Jairton Fraga **ARAÚJO**²

¹ Mestranda em Ecologia Humana e Gestão Socioambiental-UNEB- *Campus VIII*
UNEB, e-mail para correspondência: noemi_bio@hotmail.com

² Docente do Curso de Mestrado Ecologia Humana e Gestão Socioambiental-UNEB-
Campus VIII UNEB

Resumo: Os produtos orgânicos por não possuírem resíduos de agrotóxicos oferecem maior segurança alimentar aos consumidores. O objetivo desse trabalho é conhecer a perspectiva dos consumidores sobre a produção orgânica em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA. Foram aplicados 72 questionários quali-quantitativo, (29 consumidores em Juazeiro-BA, e 43, Petrolina-PE), no período de agosto de 2014 a maio de 2015. A faixa etária variou entre 19 a 84 anos. A escolaridade da maior parte dos entrevistados é superior completo. A pouca variedade, quantidade insuficiente e a irregularidade da oferta, são fatores que limitam o consumo dos produtos orgânicos, Identificou-se que a demanda é maior que a oferta.

Palavras-chaves: Saúde; Alimentos; Percepção.

Abstract: Organic products do not have for pesticide residues provide greater food security for consumers. The aim of this study is to know the perception of consumers about organic production in Petrolina and Juazeiro-BA. 72 were applied qualitative and quantitative questionnaires (29 consumers in Juazeiro-BA, and 43, Petrolina), from August 2014 to May 2015. The age ranged from 19 to 84 years. The education of most respondents is more complete. A little variety, insufficient and irregular supply, are factors that limit the consumption of organic products, it was identified that the demand is greater than supply

Keywords: Health; Food; Perception.

1 INTRODUÇÃO

A procura por alimentos livres de resíduos de agrotóxicos tem aumentado nos últimos tempos, devido a divulgação de resultados de pesquisas que vêm sendo realizadas ao redor no mundo no que diz respeito à alimentação e aos riscos que ela apresenta à saúde e para o meio ambiente. Nesta perspectiva, Teixeira e Garcia (2013) ressaltam que essas preocupações mudam o comportamento dos consumidores em relação a saúde e ao meio ambiente, e principalmente pela procura crescente por alimentos mais saudáveis sem resíduos de agrotóxicos. Nesse sentido, a agricultura orgânica por ser um sistema de produção alternativo sustentável, desprovido de insumos químicos e tecnologias da engenharia genética, promove a segurança alimentar e uma melhor qualidade de vida aos agricultores familiares e aos consumidores desses produtos.

O consumo de produtos orgânicos está associado não apenas ao acesso constante aos alimentos, mas à qualidade desses alimentos para que não tragam riscos à saúde. Nesse sentido, Darolt (2007) destaca que os consumidores orgânicos apresentam, normalmente, hábitos de vida mais saudáveis, os alimentos orgânicos podem não estar diretamente associados à questão nutricional em si, mas à mudança de hábitos alimentares e estilo de vida. No Brasil, as frutas legumes e verduras são os alimentos mais encontrados in natura nas feiras livres de produtos orgânicos e os mais consumidos. De acordo com Lopes (2014), as feiras livres são locais onde há comercialização de diversos alimentos, com destaque para frutas, legumes e verduras in natura.

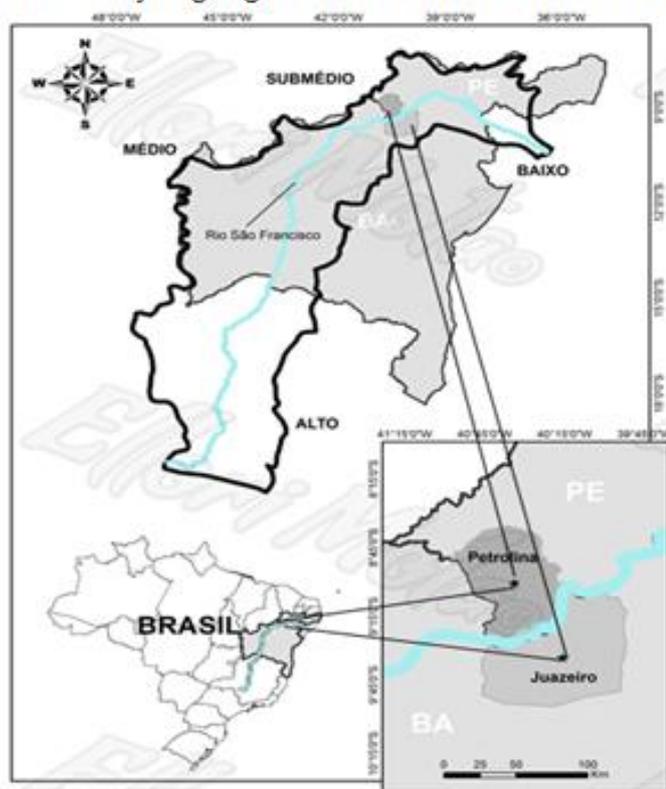
Portanto o objetivo desse trabalho é conhecer a perspectiva dos consumidores sobre a produção orgânica em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA, visto que, apesar de ter avançado nos últimos anos, o sistema de produção predominante agrícola na região, é o convencional.

2 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada nos municípios de Juazeiro (BA) e Petrolina (PE) na região do Submédio São Francisco, conhecida como polo de projetos de irrigação. A cidade de Juazeiro-BA localiza-se a 09°25'00"S e 40°30'00" W. E possui uma área de 6.500,691 km², com uma população é de 197.985 hab. (Figura 01). Já o município de Petrolina-PE se encontra nas coordenadas geográficas 09°23'35"S e 40°30'27"W e possui uma área de 4.561,87 km², com população 331.951 hab. (IBGE, 2010).

De acordo com dados descritos por Bezerra (2013), a temperatura média anual é de 27° C, a evaporação é da ordem de 2.000 mm anuais, e o clima é tipicamente semiárido. Os solos de maior abrangência na região Juazeiro (BA)/Petrolina (PE), conforme Silva *et al.* (2005) são os Latossolos, os Argissolos, os Neossolos Quartzarênicos e Litólicos, os Planossolos e os Vertissolos, a caatinga predomina em quase toda a área e a precipitação média anual chega a 450 mm na região de Juazeiro/Petrolina. A temperatura média anual é de 27° C; a evaporação é da ordem de 2.000 mm anuais e o clima é tipicamente semiárido.

Figura 01- Localização geográfica de Petrolina-PE e Juazeiro-BA



Fonte: acervo da autora 2015.

A coleta de dados foi realizada no período de agosto de 2014 a maio de 2015. Foram entrevistados 72 consumidores (29) em Juazeiro-BA, e 43, Petrolina-PE, através de questionário individual e confidencial, cuja técnica é recomendada por Marconi e Lakatos (2003), cujo entrevistador obtém verbalmente as informações necessárias. As entrevistas foram individuais e confidenciais, nas feiras livres, da região estudada. A forma da amostra foi não probabilística por acessibilidade, uma vez que se procede a seleção dos elementos aos quais se tem acesso para que a realização da pesquisa se torne possível (MASSUKADO-NAKATANI, 2009).

Durante a coleta de dados, em conformidade com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), CEP quando permitido pelos entrevistados (as), foram utilizados registros fotográficos, considerando o cumprimento da Resolução 466/12 CNS/MS. Também foram entregues aos entrevistados (as) os Termos de Consentimento Livre Esclarecido (TCLEs).

Os dados foram analisados quali-quantitativamente. Foi utilizada análise estatística descritiva e foram estruturados em tabelas e gráficos. Para os dados qualitativos, a descrição foi explicativa dos dados coletados e observados *in loco*.

De acordo com as exigências da Resolução 466/12 CNS/MS e CEP/UNEB, do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), após a análise e parecer, sob o número 977.108 esse projeto foi considerado aprovado.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram identificadas 63 pessoas do sexo feminino, aproximadamente, 56 são casadas e 07 solteiras e do sexo masculino, 09 todos casados. O fato da presença do sexo feminino sobressair nas feiras e hortas visitadas onde realizam suas compras está associada, à habilidade e a predisposição das mulheres para a escolha dos produtos de interesse as necessidades e ao paladar da família. Identificou-se que a faixa etária variou de 19 a 84 anos. O maior percentual ocorreu entre as idades 40 e 54 anos, no entanto, o menor percentual foi entre 75 a 84 anos (Tabela 01).

Estudos realizados por Carneiro e Portilho (2012) apontam para o papel da mulher como especialista no abastecimento do lar. Para Barbé (2009), a presença feminina nas compras dos produtos orgânicos foi (70,9%) dos entrevistados, enquanto a população masculina foi representada apenas por (29,1%).

Tabela 01- Estado civil e gênero correlacionado a faixa etária dos consumidores entrevistados em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.

Estado civil/Gênero	Nº F.	Nº M.	Total	
Casado (a)	56	09	65	
Solteiro (a)	07	-	07	
Viúvo (a)	-	-	-	
Separado (a)	-	-	-	
Total	63	09	72	

Faixa etária/Gênero	Nº Entrevistado	% Entrevistado	F	M
19-26	02	2,77	09	-
26-33	08	11,11	08	-
33-40	18	25,00	12	06
40-47	18	25,00	15	03
47-54	12	16,67	12	-
54-61	95	6,94	05	-
61-68	96	8,33	06	-
68-75	02	2,78	02	-
75-84	01	1,4	01	-
Total	72	100	63	09

Fonte: Pesquisa da autora 2015. F= feminino; M=masculino

Quanto à escolaridade correlacionada à faixa etária dos consumidores, não foram identificados analfabetos observou-se que o menor percentual ocorreu no ensino fundamental completo na faixa entre 47 anos cerca de (2,78%) e no ensino médio incompleto na faixa entre 40 e anos cerca de (2,78%), enquanto o maior percentual foi o nível superior completo equivalendo aproximadamente cerca de (50%) dos entrevistados na faixa de 26 a 82 anos. São profissionais liberais prevalecendo a classe de professores Graduados e Pós Graduados (Tabela 02).

Os entrevistados possuem um elevado nível de escolaridade razão pela qual, são mais inteirados, sobre as informações e temáticas atuais, sobretudo quanto aos riscos e danos que os alimentos contaminados com resíduos de agrotóxicos trazem para a saúde e o meio ambiente. Os resultados de Carneiro e Portilho (2012) mostram que dos 52 consumidores entrevistados (80%) possuem, no mínimo, ensino superior completo, (36,9%), possuem também pós-graduação completa.

Tabela 02 - Escolaridade correlacionada a faixa etária dos consumidores orgânicos entrevistados em Petrolina - PE e em Juazeiro - BA em 2015.

Escolaridade Faixa etária	Fun. Inc.		Fun. Com.		Méd.inc.		Méd. Com.		Sup. inc.		Sup. com.		Totais	
	Nº	(%)	Nº	(%)	Nº	(%)	N	(%)	Nº	(%)	Nº	(%)	Nº (%)	
19 f-27	01	1,38	-	-	01	1,38	01	1,38	01	1,38	-	-	04	5,55
27 f-35	-	-	-	-	-	-	-	-	02	2,77	10	13,88	12	17,00
35 f-43	02	2,77	-	-	-	-	03	4,16	06	7,5	14	19,44	25	34,72
43 f-51	-	-	-	-	01	1,38	03	4,16	01	1,38	07	9,72	12	17,00
51 f-59	-	-	02	2,77	-	-	02	2,77	01	1,38	03	4,16	08	11,00
59 f-67	-	-	-	-	01	1,38	01	1,38	01	1,38	03	4,16	06	8,33
67 f-75	-	-	-	-	-	-	-	-	01	1,38	02	2,77	03	4,16
75 f-84+	01	1,38	-	-	-	-	-	-	-	-	01	1,38	02	2,24
Total	04	5,55	02	2,77	03	4,10	10	13,88	13	18	40	55,55	72	100

Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Fun= Fundamental; Com= Completo; Inc=Incompleto; Sup= Superior; Méd=Médio;

Identificou-se também a profissão e a ocupação dos entrevistados, destacando-se a classe de professores graduados e pós-graduados, seguida as donas de casa (Tabela 03).

Tabela 03- Profissão e ocupação dos consumidores entrevistados em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA, em 2015.

Profissão	Nº Entrevistado	% Entrevistado
Professor (a) (Graduação e Pós-Graduação)	15	20,84
Dona de casa	10	13,9
Autônomo (a)	06	8,33
Empresário (a)	04	5,6
Servidor Público	04	5,6
Comerciante	04	5,56
Administração de empresa	03	4,17
Auxiliar administrativa	04	5,56
Vendedor (a)	03	4,17
Agricultora	02	2,77
Enfermeira	02	2,77
Secretaria	02	2,77
Terapeutas	02	2,77
Manicure	02	2,77
Médica	01	1,38
Advogado	01	1,38
Veterinário	01	1,38
Engenheiro Agrônomo	01	1,38
Zootecnista	01	1,38
Economista	01	1,38
Dentista	01	1,38
Assistente Social	01	1,38
Engenheiro Florestal	01	1,38
Total	72	100

Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Esse resultado corrobora com informações do Instituto de Promoção do Desenvolvimento-IPD (2011), em que a maioria dos consumidores entrevistados possui

alto grau de instrução, geralmente com nível superior e são predominantemente da classe média. Os professores são profissionais que possuem o hábito da leitura são bem informados e atualizados com as temáticas atuais, discutidas e divulgadas no mundo. As donas de casa se predispõe mais ir as compra para a escolha dos alimentos necessários para a família. No entanto o estudo de Silva *et al.* (2013), o maior percentual foi o de profissionais de saúde os autores justificam que era esperado na população pesquisada, visto que, esses indivíduos receberam, ao longo de sua formação acadêmica, diversas informações relativas à importância de hábitos alimentares saudáveis para a manutenção da saúde e a prevenção de doenças, como doenças crônicas não transmissíveis e câncer.

Os professores e professoras são profissionais que possuem o hábito da leitura são bem informados e atualizados com as temáticas atuais, discutidas e divulgadas no mundo. As donas de casa se predispõe ir às compras além de possuírem mais habilidade na escolha da qualidade e quantidade necessária dos alimentos para a família. Outras profissões foram citadas, mas menor representatividade.

A maior parte dos consumidores entrevistados cerca de (65,27%), informou que compram seus produtos semanalmente, somente nas feiras livres. (Tabela 04).

Tabela 04- Local de compra de produtos orgânicos citados pelos consumidores entrevistados em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.

Local de compra	Nº Entrevistado	% Entrevistado
Feira livre	47	65,27
Supermercado e Feira livre	10	13,89
Sacolão e feira livre	10	13,89
Horta	05	6,95
Total	72	100

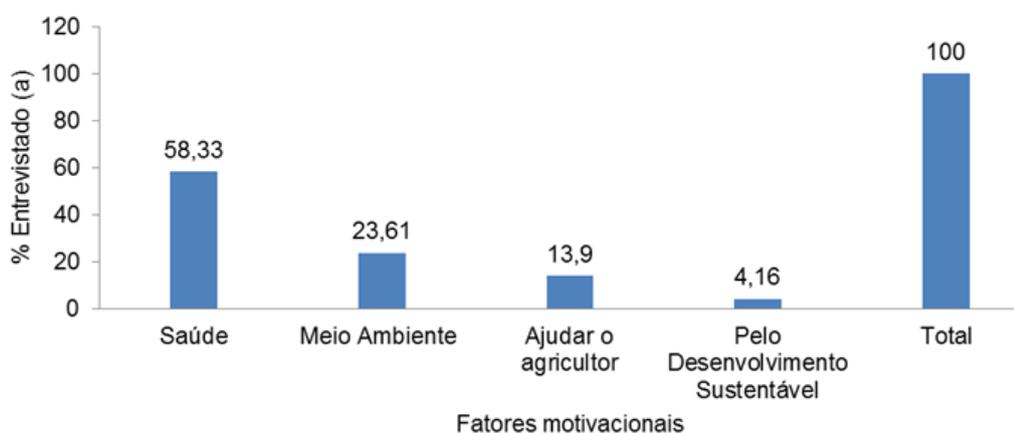
Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Constataram-se nesse estudo, que as feiras livres são os locais preferidos para a compra dos orgânicos da maior parte dos consumidores entrevistados, segundo depoimentos, o contato direto com o produtor proporciona uma relação benéfica em que, os consumidores buscam produtos mais frescos e conferem a sua procedência. Estudo realizado por Rocha *et al.* (2010), relata que os alimentos frescos, com preços mais acessíveis e cultivados com menor quantidade de agrotóxicos, com destaque para as frutas, legumes e verduras, são atrativos que levam muitos consumidores a preferirem as feiras livres aos mercados tradicionais. Para Mendes (2007), os consumidores de produtos orgânicos tendem buscarem as feiras livres, sendo assim, a

perspectiva do consumidor de encontrar produtos frescos in natura e comprá-los em lugar confiável tem ganhado destaque no momento da distribuição dos produtos.

Segundo depoimentos dos entrevistados, só compram em supermercados ou sacolões, os produtos não encontrados nas feiras livres. Vários fatores influenciaram os entrevistados ao consumo de produtos orgânicos, dentre eles se destacaram a saúde em (58,33%) e o meio ambiente cerca de (23,61%) (Figura 02).

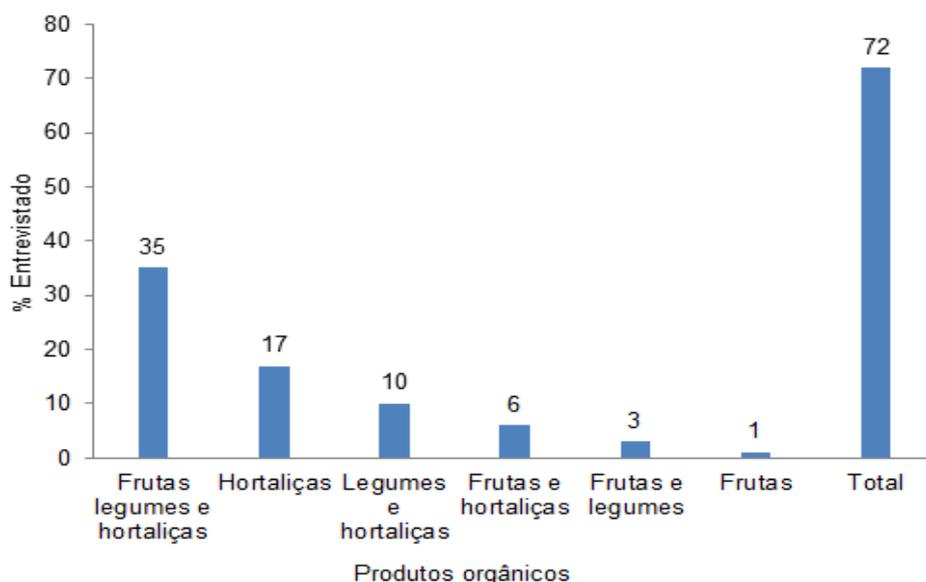
Figura 02 - Fatores motivacionais que influenciaram o consumo de produtos orgânicos, citados pelos entrevistados em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.



Resultados semelhantes foram encontrados pela maioria dos pesquisadores em que, a motivação maior para o consumo de produtos orgânicos foi a saúde (SILVA *et al.*, 2013; BARBÉ, 2009). Os resultados de Mooz e Silva (2014) apresentam a saúde e a segurança alimentar têm sido duas motivações frequentes e fortemente relacionadas ao consumo destes alimentos.

Os consumidores entrevistados responderam que consomem diariamente produtos orgânicos sendo os mais citados: frutas legumes hortaliças (Figura 03). Nos resultados de Silva (2010), também houve 10 entrevistados que preferiram frutas legumes e hortaliças, e os restantes têm preferência por frutas, alguns dos produtos mais demandados são: acerola, banana, inhame, feijão, manga, mamão, maracujá, macaxeira, coentro, entre outros. Trabalhos anteriores mostram que é a verdura mais consumida (90,9%) e, entre as frutas, o tomate (50%) (CUENCA *et al.* 2007). De acordo com dados do Instituto de Promoção do Desenvolvimento - IPD, (2011), a maior parte da comercialização de produtos de produtos orgânicos ainda está concentrada em alimentos frescos, como frutas e vegetais.

Figura 03 - Produtos orgânicos consumidos citados pelos consumidores entrevistados Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.



Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Foram Identificados também, os fatores que dificultam e limitam o consumo dos produtos orgânicos, pelos entrevistados destacando-se a pouca variedade, quantidade insuficiente (36%) e a irregularidade da oferta, cerca de (33,34%), O preço alto foi também citado, mas não foi limitante para as compras (Tabela 05).

Segundo depoimentos, a quantidade da oferta dos produtos orgânicos comercializados nas feiras é muito pouca e desejavam encontrar maior quantidade e variedade de produtos orgânicos em que comprariam independente dos preços, os mesmos apontaram que complementavam em outros estabelecimentos. Entretanto, para Andrade e Bertoldi (2012), o preço elevado, a baixa qualidade e a oferta irregular foram as principais dificuldades encontradas pelos consumidores para a compra destes alimentos.

Nos resultados de Solomon (2008), o preço e a regularidade da oferta são fatores limitantes para o aumento da frequência de consumo dos produtos orgânicos. Para Silva et al. (2013), embora (92,5%) dos indivíduos consideraram os preços justos nas feiras, todos relataram que os preços de venda de produtos orgânicos em supermercados e hortifrutis são muito mais altos que em mercados livres. Foi observado em vistas às feiras visitadas, que nas primeiras horas os produtos se esgotavam nas bancas, enquanto muitos consumidores ainda chegavam para as compras.

Tabela 05 - Fator que limita o consumo de produtos orgânicos citados pelos consumidores entrevistados em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.

Fator	Nº Entrevistado	% Entrevistado
Pouca variedade e quantidade insuficiente	26	36,11
Irregularidade da oferta	24	33,34
Preços altos	11	15,28
Má qualidade	04	5,55
Inexistente	07	9,72
Total	72	100

Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Quanto à percepção do tratamento prestado pelos produtores, os consumidores mostraram satisfeitos, não houve reclamação (Tabela 06). Esse resultado corresponde à relação através das compras realizadas nas feiras livres, diretamente ao produtor, onde são construídos laços de amizade e confiança mútua. Para Silva (2010), o fator que motiva a retornarem na feira, é a relação direta com o agricultor/comerciante, pois estes utilizam da comunicação e apresentam boa disposição para atender seus clientes, estabelecendo confiança e amizade.

Tabela 06 - Percepção dos consumidores entrevistados o atendimento prestado pelos produtores em Petrolina-PE e em Juazeiro-BA em 2015.

Forma de atendimento	Nº Entrevistado (a)	% Entrevistado (a)
Bom	08	11,11
Razoável	10	13,89
Muito bom	24	33,33
Excelente	30	41,67
Ruim	---	---
Péssimo	----	----
Total	72	100

Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Quando questionados se preferiam os produtos identificados, com o selo cerca de (83,34%) dos entrevistados responderam que sim, a identificação é importante. (13,88%) dos entrevistados responderam que confia no produtor e (2,78%) dos entrevistados (as) responderam que só em Supermercados (Tabela 07). A identificação dos produtos como garantia da qualidade é fundamental para os consumidores entrevistados, mas também existem aqueles que confiam no produtor e os que só exigem em supermercados. Para os entrevistados de Cuenca *et al.* (2007), o selo de certificação do produto induziu (81,4%) os entrevistados ao consumo. No entanto, nos

resultados de Teixeira e Garcia (2013), a falta de certificação dos produtores, apenas 09 entrevistados responderam que consideravam esta questão como um aspecto importante na sua tomada de decisão, pois ligam este fator a segurança alimentar dos produtos adquiridos.

Figura 07 - A importância da identificação dos produtos orgânicos na percepção dos consumidores entrevistados em Petrolina-PE e Juazeiro-BA em 2015.

Percepção/identificação	Nº Entrevistado	Nº Entrevistado
Sim	60	83,34
Confia no produtor	10	13,88
Só em Supermercados	02	2,78
Total	72	100

Fonte: Pesquisa da autora 2015.

Além da identificação através do selo nos produtos orgânicos outra questão importante para os consumidores entrevistados (as) é conhecer a procedência desses produtos, isso demonstra a preocupação com a garantia e a qualidade dos alimentos orgânicos que consomem. Também identificou-se nesse estudo os entrevistados que não consideram como importante conhecer a procedência dos produtos orgânicos que consomem, e os que confiam no produtor. Para Barbosa et al. (2011), de seus entrevistados (32%) responderam que conhecem através da etiqueta/selo, (31%) alegaram que o sabem por causa da origem do produto (ou seja, acreditam saber a procedência da mercadoria) quando o estabelecimento não for o supermercado (20%) atribuíram tal crença à credibilidade do vendedor. Sobre essa questão Zamberlan *et al.* (2006), em seu estudo (19%) de seus entrevistados o conhecimento da procedência é uma confirmação da garantia do produto orgânico.

Quando questionados sobre a forma que os produtos orgânicos contribuem para a sociedade aproximadamente todos dos consumidores entrevistados responderam que os produtos orgânicos contribuem para a conservação do meio ambiente da saúde dos consumidores e dos agricultores, bem como a geração de renda dos produtores e produtoras de alimentos orgânicos. Essa percepção está de acordo com os objetivos da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO): Integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida da população, por meio do uso sustentável dos recursos naturais e da oferta e consumo de alimentos saudáveis (BRASIL, 2013).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na perspectiva dos consumidores de produtos orgânicos entrevistados, esses produtos, oferecem segurança alimentar e está relacionada à qualidade dos alimentos, por estarem livres de agroquímicos, em que a saúde e meio ambiente foram os fatores que influenciaram o consumo desses os produtos.

Os produtos orgânicos consumidos pelos consumidores são as hortaliças, frutas, frutos, legumes e tubérculos, os entrevistados. A maior parte dos consumidores entrevistados é formada por profissionais liberais graduados e pós-graduados, e donas de casa, cujo preço dos produtos não foi fator limitante para a compra. As dificuldades citadas para o consumo dos produtos orgânicos, como a pouca variedade a irregularidade da oferta e a quantidade insuficiente dos produtos orgânicos comercializados nas feiras, evidenciaram a perspectiva desses consumidores, em adquirir o máximo possível, alimentos mais seguros para sua alimentação e de sua família.

Dessa forma considerando a comercialização dos produtos orgânicos em fase inicial, na região, em que a demanda é maior que a oferta, a relação consumidor/produtor, construída nas feiras livres, poderá nortear a ampliação da cadeia produtiva orgânica na região de Petrolina-PE e em Juazeiro-BA a qual apresenta tendência sustentável.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, L. S. BERTOLDI, M. C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG, **Brazilian Journal of Food**, IV SSA, p. 31-40, Technology- Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) Departamento de Alimentos Ouro Preto/MG - Brasil mai- 2012.

BARBÉ, L. C. **Caracterização de consumidores e produtores dos produtos agroecológicos / orgânicos em Campos Dos Goytacazes – RJ**, Dissertação, Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes – RJ, abr- 2009.

BARBOSA , S. C.; MATTEUCCI , M B. A.; LEANDRO , W. M.; LEITE , A. F.; CAVALCANTE , E. L. S.; ALMEIDA, G. Q. E. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos, **Pesquisa Agropecuária. Trop.**, ISSN 1983-4063 v. 41, n. 4, p. 602-609, out./dez. Goiânia,- GO 2011.

BEZERRA, A. S. **Relatório técnico contendo as etapas para o levantamento das informações e identificação dos Saberes Tradicionais e Boas Práticas de usos e conservação dos recursos naturais nos Estados que compõem a Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco (Médio e Submédio e Baixo São Francisco).**

IICA. PROJETO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA PCT BRA/IICA/05/004 – PAN DESERTIFICAÇÃO - Brasília-DF 2013.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas-IBGE, **Censo demográfico Cidades, 2010**. Disponível: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=261110>. Acesso em 18 de março de 2016.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário, Brasil ecológico, Câmara Interministerial de Agroecologia e Produção Orgânica – CIAPO Câmara Interministerial de Agroecologia e Produção Orgânica. **Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica - PLANAPO**. ISBN: 978-85-60548-99-6 -- Brasília, DF: MDS; CIAPO, 2013. 96 p.; 23 cm. Disponível: <www.mda.gov.br/sitemda/.../sitemda/.../BrasilAgroecologico_Baixar.pdf>

CARNEIRO, C. B. M.; PORTILHO, F. O perfil dos consumidores de produtos orgânicos, **Anais do VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo, II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo, “Causumers” - da Rede Ecológica (RJ)** - Rio de Janeiro RJ, set- 2012.

CUENCA, M. A. G, MOREIRA, M. A. B., NUNES, M. U. C., MATA, S. S, GUEDES, C. G. M., BARRETO, M. F. P, LOPES, V. R. M., PAZ, F. C. A., SILVA, J. R, TORRES, J. F. **Perfil do consumidor e do consumo de produtos orgânicos no Rio Grande do Norte**. Embrapa Documentos, n.125, 2007.

DAROLT, M. R. Alimentos Orgânicos: um guia para o consumidor consciente. 2.ed.:IAPAR **Revista. Ampl.** 36p,– Londrina-PR, 2007.

Instituto de Promoção do Desenvolvimento - IPD Pesquisa - **O mercado brasileiro de produtos orgânicos**, Curitiba – PR, 2011.

LOPES, L. H. **Feiras livres em Florianópolis-SC: práticas sustentáveis na comercialização de frutas, legumes e verduras in natura**. Dissertação, Universidade Federal de Santa Catarina,138p. Florianópolis-SC 2014.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. . ISBN 85-224-3397-6, São Paulo : Atlas 2003.

MASSUKADO-NAKATANI, M. S. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo: Amostragem**. 2009.

MENDES, J.T.G. **Comercialização Agrícola**. Apostila, 1ª Ed. Universidade Tecnológica Federal do Parana. Curso de Agronomia. Paraná, 2007.

MOOZ, E. D.; SILVA, M. V. Cenário mundial e nacional da produção de alimentos orgânicos, **Nutrire: Revista Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição**, ISSN 2316-7874, J. Brazilian Soc. Food Nutr., São Paulo, SP, v. 39, n. 1, p. 99-112, abr. 2014.

ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTOLDI, F.L.; CECHETTI, D.; CALVETE, E.O.; LODI, B.S. **Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS**. *Ciência Rural* , vol.40, n.12, p. 2593-2597, 2010.

SILVA, D. A. O perfil do consumidor da feira de transição agroecológica do bairro Valentina Figueiredo, na cidade de João Pessoa – PB, **Revista Espaço Acadêmico**, n. 107, ano IX, 124-128. João Pessoa-PB 2010.

SILVA, E. B; CARDOSO, F.T; SOUZA , G. G.;ALMEID, G. G. S. A. Perfil sócio econômicos de consumidores de produtos orgânicos, **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, ISSN 1981-8203, Mossoró – RN - BRASIL, v. 8, n. 1, p. 83 - 89 abr/jun de 2013.

SOLOMON, M.R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008, 446 p. SOUZA, M. C. M. Produtos Orgânicos. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Orgs.) Economia e gestão dos negócios agroalimentares. São Paulo: Pioneira, 2008. p. 385-40.

TEIXEIRA, I. L; GARCIA, L. A. Fatores determinantes da demanda de produtos orgânicos no município de Cascavel – PR- **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**, ISSN: 1981-4747 (eletrônica)- 1677-9665 Vol. 12 – Nº 23 – 2º Semestre de 2013.

ZAMBERLAN, L.; Pedro Luís BÜTTENBENDER, P. L.; SPAREMBERGER, A. **O Comportamento do Consumidor de Produtos Orgânicos e seus Impactos nas Estratégias de Marketing**. Anais 30º Encontro da EnANPAD, 23 a 27 de setembro Salvador-BA, 2006.