



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO MEIO AMBIENTE - DCMA**

**PRODUTOS ORGÂNICOS: A VISÃO DO CONSUMIDOR,
AGRICULTOR E DONOS DE RESTAURANTES DE TRÊS RIOS E
PARAÍBA DO SUL-RJ**

Lorran Marques da Silva Oliveira

ORIENTADOR: Prof. Dra. Erika Cortines

**TRÊS RIOS - RJ
JUNHO – 2016**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO MEIO AMBIENTE - DCMA**

**PRODUTOS ORGÂNICOS: A VISÃO DO CONSUMIDOR,
AGRICULTOR E DONOS DE RESTAURANTES DE TRÊS RIOS E
PARAÍBA DO SUL-RJ**

Lorran Marques da Silva Oliveira

Monografia apresentada ao curso de Gestão Ambiental, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Gestão Ambiental da UFRRJ, Instituto Três Rios da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

**TRÊS RIOS - RJ
JUNHO – 2016**

Oliveira, Lorrان Marques da Silva, 1992-

Produtos Orgânicos: a visão do consumidor, agricultor e donos de restaurantes de Três Rios e Paraíba do Sul-RJ / Lorrان Marques da Silva Oliveira. - 2016.

41f. : graf., tabs.

Orientador: Erika Cortines.

Monografia (bacharelado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto Três Rios.

Bibliografia: f. 35-36. segurança alimentar; agricultura sustentável; consumidores; produtores orgânicos

1. Segurança Alimentar – Agricultura Sustentável – Brasil – Teses. 2. Consumidores – Produtores Orgânicos – Brasil – Teses. I. Cortines, Erika. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto Três Rios. III. Título



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO MEIO AMBIENTE - DCMA**

**PRODUTOS ORGÂNICOS: A VISÃO DO CONSUMIDOR,
AGRICULTOR E DONOS DE RESTAURANTES DE TRÊS RIOS E
PARAÍBA DO SUL-RJ**

Lorran Marques da Silva Oliveira

Monografia apresentada ao Curso de Gestão Ambiental como pré-requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Gestão Ambiental da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto Três Rios da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Aprovada em 17/06/2016

Banca examinadora:

Profa.Dra. Erika Cortines (Orientador)

Prof. Dr. Alexandre Ferreira Lopes

Gestora Ambiental Nágilla Francielle Silva Cardoso

**TRÊS RIOS - RJ
JUNHO – 2016**

“Dedico esse trabalho á memória da minha tia Rosineia Marques, em quem me espelhei para aprender o que hoje sei sobre muitas coisas, e uma delas; amar a cozinha”.

AGRADECIMENTO

Não tenho motivos para me queixar dessa trajetória, que nem sempre foi fácil mas que em todas as vezes me proporcionou uma experiência de vida incrível. A sensibilidade as questões socioambientais e a percepção holística do mundo só foram possíveis graças a essa caminhada.

Agradeço a Deus, por tudo, meus agradecimentos a Ele não caberiam nessa folha. Meu agradecimento eterno á minha Mãe e amiga, que nunca me deixou desistir, nem tão pouco passou a mão na minha cabeça diante das dificuldades, pelo contrário, fez questão de me fazer entender que as dificuldades fazem parte da vida, são inevitáveis, e se temos que aprender algo é como superá-las.

Ao meu Pai, por não ter me deixado desamparado em nenhum momento durante a faculdade e durante a vida, com seu apoio total. Saiba que sempre foi um exemplo de homem integro, honesto, batalhador e humano.

Ao meu irmão, rs por me aturar e me irritar todos os dias mas principalmente por estar sempre ao meu lado.

A minha avó, por todas as risadas diárias proporcionadas por seu humor incomparável, e ímpar. As vezes sorrir foi mais proveitoso que ler um artigo inteiro na hora de escrever esse trabalho, de me preparar pra uma prova ou pra uma semana cheia delas.

A minha família, que no geral sempre me deu apoio, e que divide o peso da vida como vários membros de um corpo só. Se não fosse nossa união creio que a caminhada seria muito mais difícil.

E uma folha apenas não bastaria para agradecer minha Orientadora, professora e também amiga Erika, por ter acreditado em mim, no meu trabalho, na minha capacidade e mais do que isso, por ter me ajudado não só hoje mas em toda essa trajetória. Por ter ido além do papel profissional de lecionar estando sempre disposta a ensinar o melhor. É sério, meu Muito Obrigado a você.

Aos professores que assim como a Erika, exerceram sua docência com maestria. E que nunca deixaram a função de lecionar a mercê das dificuldades de estrutura necessária e muita das vezes mínima para desenvolver uma aula. Nisso, incluo os dias quentes embaixo de uma academia barulhenta sem livros numa biblioteca, na verdade sem uma biblioteca. Mas lembro também das diversas vezes em que Alexandre, Fábio, Fabíola, Érika dentre outros professores que por diversas vezes assumiram o papel de conselheiros e que nortearam meu plano de carreira, e serão sempre exemplos na minha vida acadêmica.

Agradeço também o acolhimento nesse período de “hóspede por 6 meses”, nessas horas como em tantas outras pude ver a importância dos laços que criei durante a faculdade e que espero que sejam pra vida, “Resort Zona” república em que vivi durante a maior parte da Faculdade e que mesmo depois de sair continuaram me acolhendo, e fica aqui meu agradecimento ao Alexandre e Monica Ambivero por estarem sempre de portas abertas, e por ter me ajudado tanto nesse trabalho.

A faculdade foi uma etapa, muitas vezes alegres e outras nem tanto. Meu agradecimento à oportunidade que infelizmente hoje é um privilégio, de acesso a um ensino de qualidade que prepara não só para o mercado de trabalho, mas também para a vida. Gostaria que não fosse necessário agradecer por isso, deveria ser um direito básico de todos.

*“Só se pode alcançar um grande êxito quando nos mantemos fiéis a nós mesmos”
(Friedrich Nietzsche)*

RESUMO

As monoculturas são atividades que reduzem a complexidade ambiental, resultando em um ecossistema artificial que gera indesejáveis custos ambientais e sociais. A agricultura orgânica vem na contramão deste processo, utilizando os conceitos de agricultura familiar sustentável. No entanto, nem sempre os alimentos orgânicos chegam à mesa do consumidor. O presente trabalho buscou avaliar a oferta de orgânicos em restaurantes de Três Rios e Paraíba do Sul-RJ e a visão do consumidor sobre este tipo de alimento, tal como a dos agricultores orgânicos. Foram aplicados questionários a 20 restaurantes do centro da cidade, a 60 consumidores das feiras e transeuntes e seis a agricultores de produtos orgânicos participantes da feira. Dos restaurantes apenas um, oferece produtos orgânicos. Dos restaurantes 95% disseram não oferecer produtos orgânicos por não saberem onde vende, desconhecem a feira orgânica de Três Rios e o serviço de entrega de sextas pelos produtores. 55% dos entrevistados disseram que pagariam de 20 a 50% a mais pelos produtos orgânicos. Conclui-se que é necessária uma intermediação entre restaurantes e produtores e a divulgação entre consumidores, para que o consumo de orgânicos seja estimulado nos municípios.

Palavras-chave: segurança alimentar; agricultura sustentável; consumidores; agricultores orgânicos.

ABSTRACT

Monocultures are activities that reduce environmental complexity, resulting on an artificial ecosystem which generates unlikable environmental and social costs. Organic agriculture comes in overhand of this process, utilizing concepts of sustainable family agriculture. However, organic food not always reaches the consumer's table. Present study aimed to evaluate organic offer at restaurants from Três Rios and Paraíba do Sul-RJ, and consumer's vision about this kind of food, such as from organic producers. It was applied 20 questionnaires to owners of restaurants from downtown, 60 to consumers from market-place and passers, and six to organic producers from market-place. Off all restaurants, only one, , offers organic products. From restaurant owners, 95% said that don't offer organic products because they don't have access to it, they also unaware Três Rios organic Market-place and delivery service. 55% of interviewed people said that could pay from 20-50% more on organic products. We conclude that it's necessary an intermediation between restaurants, producers, and divulgation among consumers so that the consume of organics is stimulated in municipalities.

Keywords: food security; sustainable agriculture; consumers; organic products.

LISTA DE ABREVIACES E SBOLOS

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SMMA/TR- Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Agricultura de Três Rios

EMATER/RJ- Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro

PAIS - Produção Agroecológica Integrada e Sustentável

UFRRJ- Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

VAR-Variedades de Alto Rendimento

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Localização da microrregião de Três Rios, Rio de Janeiro Modificado de:Silvério-Neto,(2014).....	21
Figura 2. Motivos pelo quais os consumidores disseram não consumir alimentos orgânicos.....	25
Figura 3. Critérios dos consumidores para a escolha do restaurante em que vão se alimentar	26
Figura 4. Porcentagem com relação ao preço, que os consumidores pagariam a mais para adquirir alimentos orgânicos.....	27
Figura 5. Preços de seis produtos, em Feira de Orgânicos, Feira de Convencionais e Supermercado/Hortifruti. Adaptado de: Cardoso & Garrido (2014).....	27
Figura 6. Principais benefícios diretos e indiretos do consumo de alimentos orgânicos mencionados pelos consumidores de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.	28
Figura 7. Itens que influenciam a definição do cardápio dos restaurantes do centro das cidades de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.....	31
Figura 8. Maiores empecilhos indicados pelos donos de restaurante para a utilização de alimentos orgânicos em seus estabelecimentos nas cidades de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.....	32
Figura 9. Feira de produtos orgânicos realizada no Horto Municipal de Três Rios-RJ	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Comparação entre os principais sintomas e sinais descritos para os problemas neurológicos e intoxicação por agrotóxicos. Fonte: Levigard (2004).....pag 29.

Quadro 2. Estabelecimentos comerciais avaliados em Três Rios e Paraíba do Sul, RJ, e os tipos de serviços oferecidos.....pag 30.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	14
1.2. OBJETIVO GERAL	17
1.2.1. Objetivos Específicos.....	17
2. MATERIAIS E MÉTODOS	17
2.1. ÁREA DE ESTUDO	17
2.2. PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	19
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
3.1. VISÃO DOS CONSUMIDORES	20
3.2. VISÃO DOS DONOS DE RESTAURANTES	26
3.3. VISÃO DOS AGRICULTORES	30
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
5. REFERÊNCIAS	34

1. INTRODUÇÃO

A partir da revolução industrial houve intensa evasão do homem do campo para os grandes centros, e a consequente redução da produção de alimentos e aumento da demanda por estes. O crescimento populacional acelerado levou a uma revolução na forma de produzir, conhecida como revolução verde. Que segundo Albergoni e Pelaez (2007) resultou em um novo modelo de produção agrícola tecnológica, e possibilitou o desenvolvimento de novas atividades de produção de insumos ligados á agricultura, justificando seus feitos na erradicação da fome. De acordo com Caporal,2003 é disseminado um pacote tecnológico básico montado a partir das sementes de Variedades de Alto Rendimento – VAR e de um conjunto de práticas e insumos agrícolas necessários para assegurar as condições para que as novas cultivares alcançassem níveis crescentes de produtividade desejáveis para o plantio em grandes áreas, sem considerar as limitações dos recursos naturais tal como o seu bom uso. Esse novo modelo da agricultura, acaba por simplificar a natureza sendo o cultivo em monocultivo a expressão máxima desse processo, resultado um ecossistema artificial que não se sustenta sozinho e se torna altamente dependente da intervenção humana. Na maioria dos casos, essa intervenção se dá na forma de insumos agroquímicos que, embora elevem a produtividade acarretam vários custos ambientais e sociais indesejáveis (Altieri 1995).

O processo de simplificação promovido pela agricultura industrial desconsidera fatores bióticos e pode afetar negativamente a biodiversidade. A expansão das áreas agrícolas causa perda de habitats naturais, e a conversão de áreas biodiversas em áreas de monocultivos com consequente erosão de recursos genéticos valiosos (Altieri 2012).

No Brasil a política de produção é voltada ao mercado externo através do plantio de culturas para exportação de onde obtém maiores vantagens comerciais. “Atualmente o complexo agroindustrial brasileiro se insere no capitalismo ‘globalizado’, caracterizado por grandes monopólios agrícolas e industriais, sob influência do capital financeiro” (Oliveira 1998).

Apesar de todo o potencial agrícola, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE,2014 mais de 14 milhões de pessoas não tem acesso ao direito básico à alimentação, 3,2% dos domicílios brasileiros estão expostos a insegurança alimentar grave, que significa privação de alimentos para adultos e crianças em todo o país. Diante

desse cenário, hoje se busca aliar hábitos de vida saudáveis a boa alimentação, que considera tanto o seu preparo quanto todo o processo de cultivo, uma preocupação que vem sendo resgatada e que a cada dia tem uma adesão maior por parte dos consumidores (Santos & Monteiro 2004),

Entretanto, foi a partir dos anos 70 que as preocupações acerca de modos de cultivo sustentáveis se tornaram iminentes, e tomaram proporção internacional. A partir dos anos 90 a legislação passa a reconhecer formas biodinâmicas de produção. Na década de 90 o número de agricultores que cultivam orgânicos aumentou, e estes passaram a produzir, processar e comercializar seus produtos, sem apoio oficial, crédito financeiro ou assistência técnica. Nessa primeira fase, uma preocupação sempre presente era com a segurança alimentar. (Lima & Pinheiro 2004).

Conforme Burlandy (2009), desde 1988 a constituição prevê a Saúde como um dos direitos básicos do indivíduo, sobretudo o conceito de Segurança Alimentar e Nutricional-SAN, foi Instituído através da Lei Orgânica nº 11.346, de 15 de setembro de 2006, a qual cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências (Diário Oficial da União 2006). Assegurando ao indivíduo o direito a uma alimentação que seja saudável, acessível, de qualidade e em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, respeitando as diversidades culturais e sendo sustentável do ponto de vista socioeconômico e agroecológico.

A partir do início dos anos 2000, o debate com relação aos transgênicos ocupou importantes espaços na mídia, os produtos orgânicos ganharam repercussão. Os orgânicos passaram a ser vistos pelo agronegócio como oportunidade de expansão de negócios e mais lucros e por um número crescente de consumidores, como uma saída para o acesso a uma alimentação mais saudável” (ORMOND *et al.* 2002 *apud* Suszek 2006). A agricultura orgânica está ligada não só a saúde humana, mas também à ambiental, tendo como princípios e práticas, segundo Santos & Monteiro (2004),

“[...] encorajar e realçar ciclos biológicos dentro do sistema de agricultura para manter e aumentar a fertilidade do solo, minimizar todas as formas de poluição, evitar o uso de fertilizantes sintéticos e agrotóxicos, manter a diversidade genética do sistema de produção, considerar o amplo impacto

social e ecológico do sistema de produção de alimentos, e produzir alimentos de boa qualidade em quantidade suficiente”

Segundo (Alteri 2002) os sistemas de produção fundamentados em princípios agroecológicos são biodiversos, resilientes, eficientes (do ponto de vista energético), socialmente justo e constituem os pilares de uma estratégia energética e produtiva fortemente vinculada á noção de soberania alimentar. Além de fornecer as bases científicas, metodológicas e técnicas para uma nova revolução agrária no Brasil e no mundo.

Atualmente, os estabelecimentos têm sido cada vez mais cobrados sobre a procedência dos alimentos oferecidos. Restaurantes no mundo todo têm incluído em seu cardápio alimentos orgânicos, muitas vezes provenientes de plantio próprio, outras da agricultura familiar, se utilizando disso como marketing para atrair clientes.

Segundo Suszek (2006), o comércio de orgânicos revela um consumidor com demanda diferenciada em constante mutação e sentida em todo o agronegócio. De acordo com Megido & Xavier (2003), “esse universo está se integrando em minimercados compostos por consumidores mais conscientes de suas necessidades e mais individualistas nas decisões de compras”.

Inserir alimentos orgânicos, ou pautar o cardápio em alimentos saudáveis e agroecológicos significa maior segurança alimentar, manejo adequado dos recursos naturais, sejam hídricos ou terrestres dentre outros contemplados pelo plantio e consumo de alimentos orgânicos.

O consumo consciente, em todas as esferas, rege a qualidade de vida na Terra, tal como começa a traçar o prazo de validade dos recursos naturais. Entender a forma como nos relacionamos com o que entendemos como recurso é de certa forma entender o funcionamento do planeta, e as possibilidades e alternativas para um consumo mais sustentável e ético (Lazzarini, 2005). De acordo com Clay (2003) a agricultura cobre entre 25 e 30% da superfície do planeta, sendo uma das atividades que mais afetam a diversidade biológica na Terra, acredita-se que a área de cultivo em todo o mundo passou de 265 milhões de hectares para em média 1,5 bilhões de hectares nos dias de hoje, sobretudo as custas das florestas (Clay,2003) Segundo McNeely & Scherr (2003), poucas áreas permanecem totalmente intocadas pelas mudanças provocadas pelo uso do solo voltada para agricultura.

Dessa forma o trabalho se justifica na medida em que a prática da produção orgânica, com base na agroecologia, respeita as limitações dos ecossistemas tal como a sustentabilidade na produção. Incentivar o consumo destes alimentos é incentivar boas práticas e exercer a responsabilidade ambiental de cada indivíduo. Para tanto, é necessário entender a percepção dos consumidores e produtores em relação ao cultivo e comércio dos produtos orgânicos, tal como identificar os pontos positivos e negativos de se inserir alimentos orgânicos nos restaurantes dos municípios de Três Rios e Paraíba do Sul.

1.2. OBJETIVO GERAL

Avaliar o padrão de consumo e o grau de conhecimento de consumidores, donos de restaurantes e agricultores, com relação à oferta/demanda dos produtos orgânicos nos municípios de Três Rios e Paraíba do Sul-RJ.

1.2.1. Objetivos Específicos

- Avaliar a visão do consumidor com relação a oferta de produtos orgânicos nos municípios;
- Analisar os prós e contras do uso de produtos orgânicos pelos donos de restaurantes;
- Diagnosticar junto aos agricultores o principal nicho de mercado dos produtos orgânicos e principais dificuldades no escoamento da produção.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

2.1. ÁREA DE ESTUDO

As cidades escolhidas para a realização da pesquisa foram Paraíba do Sul e Três Rios, localizadas no Estado do Rio de Janeiro e situadas na região Centro-Sul Fluminense. A microrregião de Três Rios (Figura 1) engloba os municípios de Areal, Comendador Levy Gasparian, Paraíba do Sul, Sapucaia e Três Rios (IBGE, 2010).

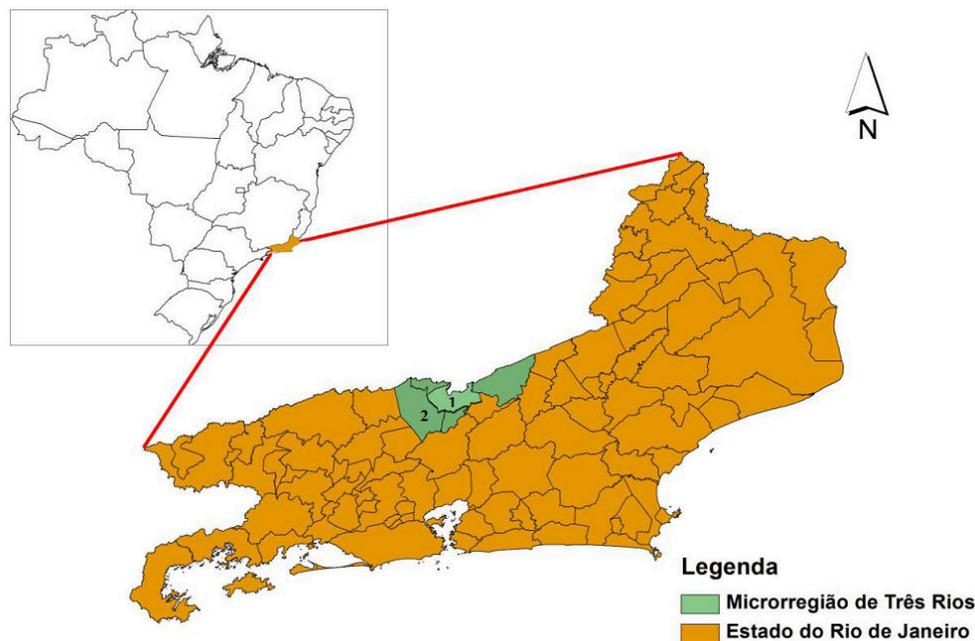


Figura 1. Localização da microrregião de Três Rios, Rio de Janeiro onde os municípios de Três Rios e Paraíba do Sul estão identificados com os números 1 e 2 respectivamente. Modificado de: Silvério-Neto, (2015).

O município de Paraíba do sul tem avançado na questão agrícola, sobretudo visando á produção orgânica preservando características típicas do interior. Em 2014, haviam oito certificados de orgânicos em Três Rios e Paraíba do Sul no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos do Governo Federal através do portal do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o que não retratava a realidade crescente de agricultores orgânicos no município de Paraíba do Sul, muitos participantes do programa "Produção Agroecológica Integrada e Sustentável- PAIS que prevê suporte técnico e financeiro por meio de parcerias aos agricultores valorizando a agroecologia visando fortalecer a agricultura familiar. " (Tabela 1) (Cardoso & Garrido 2014). Em 2016 este número já chega à 45 agricultores participantes do programa PAIS", sendo deste total, 32 já apresentam certificação dos alimentos produzidos. A maioria destes produtores, são integrantes do projeto PAIS que prevê ampliação e assistência técnica para produtores familiares. Já o município de Três Rios se encontra em intenso processo de crescimento urbano-industrial.

Tabela 1. Levantamento do número de produtores segundo a base de dados do Governo Federal (Consolidação 02/2014) Modificado de: Cardoso & Garrido 2014.

Agricultores Orgânicos	Quantidade 2014	Quantidade 2016
Vale do Paraíba do Sul: Três Rios e Paraíba do Sul	8	45

No município de Três Rios, a disponibilidade de recursos hídricos e os incentivos fiscais ao município vem atraindo indústrias e tornando a cidade importante polo industrial, ocasionando diversos problemas ambientais como a poluição dos mananciais.

Quanto à vegetação nativa, ambos os municípios possuem pouca cobertura florestal, onde Paraíba do Sul e Três Rios apresentam respectivamente 27,56% e 25,24% do território coberto por florestas, sendo os fragmentos em sua maioria de 0,5 a 5,0 ha (Silvério-Neto 2015).

2.2. PESQUISA EXPLORATÓRIA

A metodologia empregada constituiu em pesquisa exploratória, com levantamento de dados obtidos a partir de aplicação de questionários, pesquisas em campo, informações dos órgãos competentes do município como Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Agricultura de Três Rios (SMMA/TR) e Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rio de Janeiro (EMATER) e o sindicato Rural de Paraíba do Sul.

Foram realizadas entrevistas acerca do conhecimento sobre o cultivo de alimentos orgânicos, seus benefícios, viabilidade econômica do consumo, oferta de orgânicos pelos restaurantes, tal como facilidades e dificuldades encontradas para efetiva negociação.

Os questionários foram realizados com consumidores das feiras de orgânicos e convencionais no município de Três Rios, donos/gerentes de restaurantes do centro da cidade e agricultores de orgânicos da região, transeuntes dos municípios de Três Rios e Paraíba do Sul, como também funcionários e alunos da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Foram aplicados no total 60 questionários para os consumidores, 20 donos/gerentes de restaurantes e seis para produtores rurais.

Os questionários buscaram identificar o entendimento dos participantes acerca dos prós e contras de se utilizar produtos orgânicos do município nos estabelecimentos ou residências, assim como identificar as expectativas do produtor com relação à produção e comercialização de seus produtos.

O método aplicado foi o de levantamento, por meio de questionário estruturado dado uma amostra de uma população e destinado a provocar informações específicas dos entrevistados (Malhotra 2001). “O levantamento apresenta vantagens pela sua aplicação simples e pela obtenção de dados confiáveis porque as respostas são limitadas às alternativas mencionadas” (Almeida & Botelho 2006). Os modelos dos questionários aplicados encontram-se nos Apêndices 1 (consumidores), 2 (donos de restaurantes) e 3 (agricultores).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. VISÃO DOS CONSUMIDORES

Dos entrevistados na feira de orgânicos de Três Rios, a maioria se tratava de mães e pais, que apontavam como principais benefícios a segurança alimentar e o não uso de agrotóxicos nos alimentos orgânicos. De todos os entrevistados na feira, os pais, por unanimidade veem os benefícios dos orgânicos ligados diretamente à saúde da família, principalmente pelo não uso de agrotóxicos.

No geral são clientes fiéis que adquirem os produtos semanalmente e estão dispostos a pagar um valor justo pelo produto. Sobretudo, eles têm consciência de que há um déficit de assistência e financiamento para os agricultores. Como uma cliente fez questão de ressaltar, *"eles pagam a mais por falta de opção e omissão do poder público, onde para colocar um produto saudável na alimentação da família têm que pagar a mais por isso"*.

Os consumidores apontam a grande diferença de preço entre os alimentos orgânicos e convencionais, segundo eles *"esse valor deveria ser pago pelo governo como forma de incentivo a esses produtores, e não repassado ao consumidor"*. Isso desestimula o consumo e dificulta o comércio desses produtos. Eles apontam ainda ter consciência acerca dos

benefícios em adquirir esses produtos e adquirem semanalmente os produtos de acordo com sua disponibilidade.

Os agricultores montam cestas de produtos orgânicos e as entregam em domicílio. Eles enviam aos clientes a disponibilidade dos produtos, o cliente escolhe os itens e respectivas quantidades e depois recebem esses produtos em casa.

Entretanto, 70% dos transeuntes entrevistados em Três Rios e Paraíba do Sul, não consomem alimentos orgânicos, os motivos pelo qual não os consomem estão apresentados na Figura 2. Onde quase a metade dos entrevistados diz não consumir alimentos orgânicos por motivos distintos dos elencados no questionário. Eles se referem a motivos como: tamanho do produto em relação aos convencionais, a aparência as vezes não agrada tanto quanto alguns produtos de prateleira, indiferença a questão ou achar que não há diferença entre um e outro que justifique a compra.

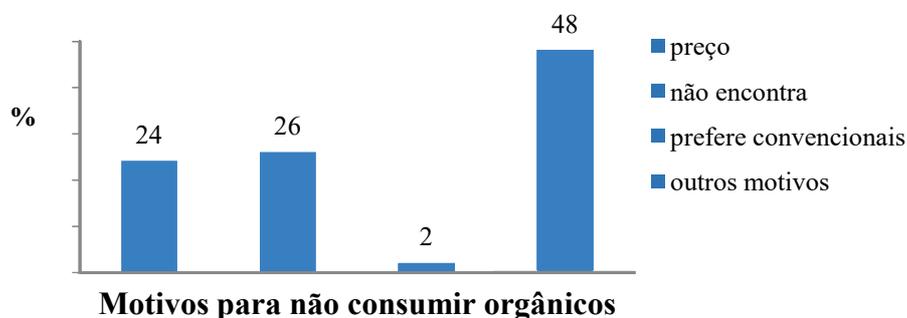


Figura 2. Motivos pelo quais os consumidores disseram não consumir alimentos orgânicos.

Dentre os consumidores abordados a maioria apontou motivos diversos para não consumir produtos orgânicos, dentre os quais a aparência e tamanho dos produtos que as vezes são menores e menos vistosos que os produtos das prateleiras do mercado. Contudo, há relatos de consumidores que consideram as hortaliças orgânicas mais saborosas, duradouras e bonitas.

Dos os principais motivos, grande parte dos consumidores disseram não encontrar esses produtos nos mercados e não sabem onde encontrá-los. Ainda apontaram para a questão do preço, pois segundo estes, os produtos orgânicos são muito caros.

O fato de não haver divulgação, pelos meios de comunicação dos municípios, do trabalho dos produtores orgânicos, contribui para a estagnação das vendas e a dificuldade de escoar a produção. Para não ficar com a produção parada, o agricultor produz menos evitando desperdício. Por desconhecerem quem produz as informações de preço dos consumidores se baseiem nos preços encontrados em alguns produtos orgânicos que estão nas prateleiras de supermercados e lojas de produtos naturais. Entretanto, esses produtos são comercializados por atravessadores além de outros fatores que faz com que esse produto tenha alto valor agregado e isso seja repassado ao consumidor, o que nem sempre acontece em um circuito curto de comercialização com o produtor.

Quando a pergunta foi acerca do critério para escolha do restaurante em que almoça, metade dos entrevistados (50%) escolhem os restaurantes onde vão comer a partir do tipo de alimento ofertado, ou seja, o cardápio. O preço foi o segundo principal motivador da escolha representando 30% dos entrevistados. Por fim, parte desses consumidores escolhem onde vão comer pela localização (20%) (Figura 3).

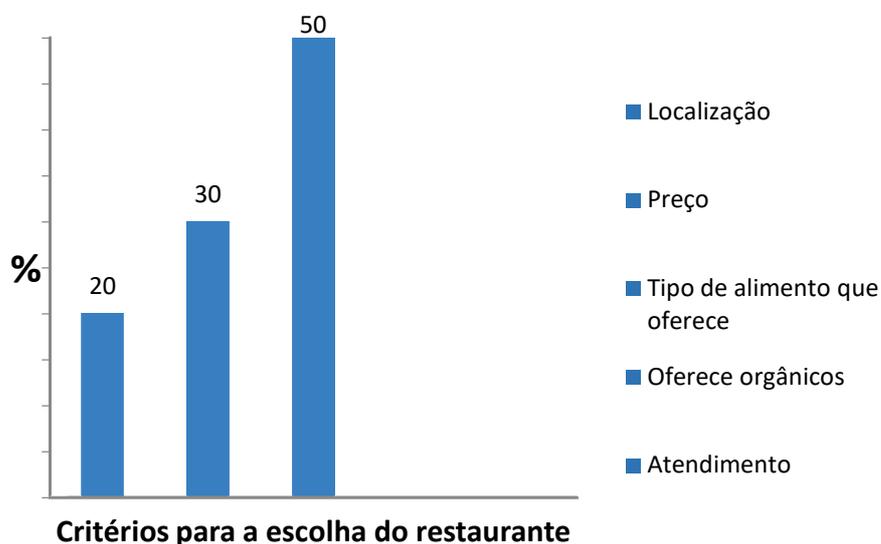


Figura 3. Critérios dos consumidores para a escolha do restaurante em que vão se alimentar.

Cerca de 65% dos entrevistados disseram que passariam a consumir em determinado restaurante se esses começassem a trabalhar com o produto. Entretanto, esse não é atualmente um critério para a escolha do restaurante onde vão comer. Isso nos permite interpretar que inserir produtos orgânicos nos cardápios dos empreendimentos poderia atrair clientes que baseiam suas decisões de compra (no caso de alimentação) a partir do tipo de alimento ofertado, que compreende a metade dos entrevistados.

Quase a metade dos entrevistados pagaria até no máximo 10% acima do valor dos produtos convencionais, seguido de 1/4 que pagariam até 20%. Apenas 1/4 dos entrevistados pagaria mais do que 20% em produtos orgânicos (Figura 4).

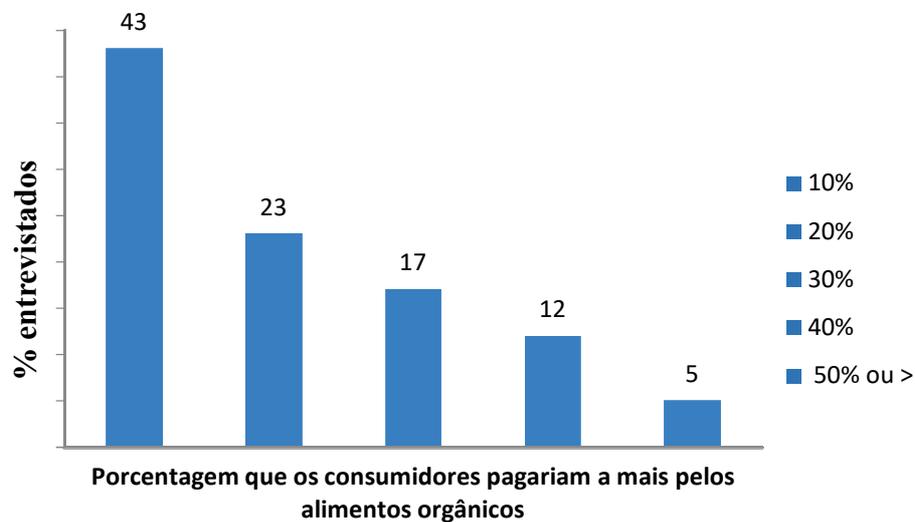


Figura 4. Porcentagem com relação ao preço, que os consumidores pagariam a mais para adquirir alimentos orgânicos.

Cardoso & Garrido (2014) em pesquisa nos municípios de Três Rios e Paraíba do Sul, identificaram a diferença de preço de algumas hortaliças comparando três pontos de venda, são eles: Feira de Orgânicos, Feira de Convencionais e Convencionais em Horti-Fruti e Mercados (Figura 5).

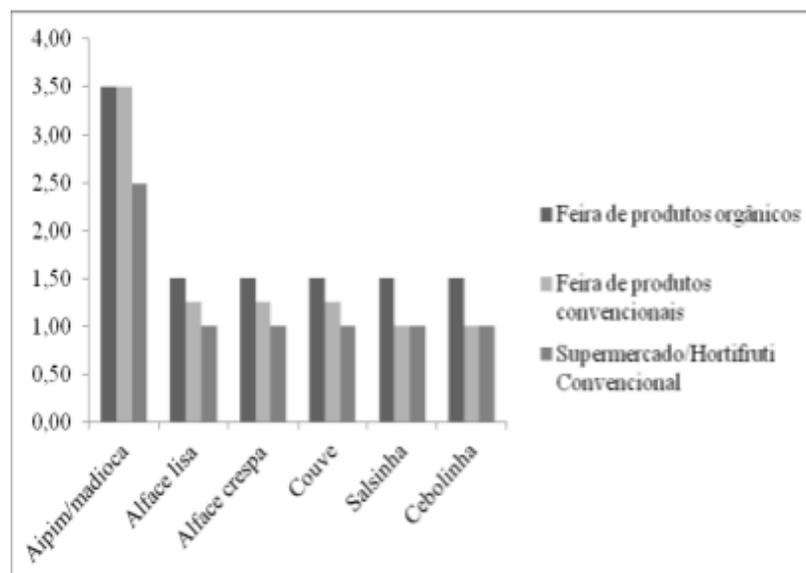


Figura 5. Preços de seis produtos, em Feira de Orgânicos, Feira de Convencionais e Supermercado/Hortifruti. Adaptado de: Cardoso & Garrido (2014).

Os supermercados dos municípios participantes, praticam preços mais baixos que os da feira de orgânicos do Município de Três Rios, contudo, não se pode generalizar, os preços de hortaliças e legumes estão em constante mudança e ocorre situações em que os produtos nas feiras estão mais baratos que os produtos do mercado.

A cultura do consumo de alimentos saudáveis vêm se consolidando, tal como a preocupação com o manejo sustentável dos recursos naturais. A maioria dos entrevistados tem consciência acerca dos benefícios de se incentivar práticas de cultivo menos danosas (Figura 6), o que já é um importante passo para uma mudança de hábito e aceitação do novo.

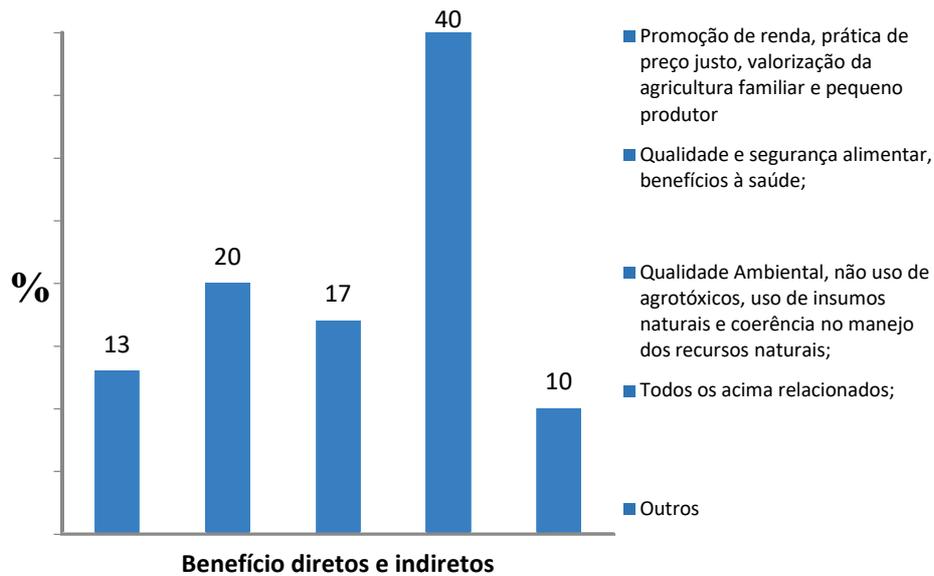


Figura 6. Principais benefícios diretos e indiretos do consumo de alimentos orgânicos mencionados pelos consumidores de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.

Dentre os entrevistados, a maioria entende que consumir produtos orgânicos pode proporcionar diversos benefícios tanto ao meio ambiente, a saúde e na questão social por meio da promoção de renda e emprego. Dos entrevistados na feira de orgânicos o principal benefício apontado pelos consumidores, que na sua maioria são pais, é a questão da qualidade e segurança alimentar. Estudos apontam para a ligação direta de alguns fertilizantes com malefícios à saúde de quem trabalha e de quem consome produtos com elementos tóxicos.

O Brasil atualmente destaca-se no cenário internacional como um dos maiores consumidores de agrotóxicos, o que toma uma dimensão de forte impacto à saúde pública. O Brasil é o maior consumidor da América Latina desses produtos. Com um vasto mercado de agrotóxicos, que compreende aproximadamente trezentos princípios ativos aplicados em duas mil fórmulas diferentes, o Brasil tornou-se um importante polo de aplicação de uma dinâmica de produção agrícola arcaica, conhecida como Revolução Verde. Do montante dessas substâncias químicas, somente 10% foram efetivamente submetidas a uma avaliação completa de riscos e 38% jamais sofreram qualquer avaliação”, todavia trabalhadores são expostos às substâncias desconhecidas diariamente e muitos não sabem a consequência dessa exposição. (Levigard, 2004)

São diversos os sintomas de intoxicação por agrotóxicos apontados pelos agricultores (Quadro 1).

Quadro 1. Comparação entre os principais sintomas e sinais descritos para os problemas neurológicos e intoxicação por agrotóxicos. Fonte: Levigard (2004) adaptado pelo autor.

Manifestações de intoxicação por agrotóxicos	Sintomas relatados por agricultores para definir “problema de nervos”	Sintomas relatados por agricultores intoxicados por agrotóxicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Dor de cabeça • Vertigens • Falta de apetite • Falta de forças • Nervosismo • Dificuldades para dormir 	<ul style="list-style-type: none"> • Zonzeira, tonteira, rotação, vista escura, tremores • Não consegue dormir, • Fraqueza, cansaço, falta de forças • Dor no corpo, corpo moído, corpo machucado • Dor de cabeça, dor no cérebro • Tormento na mente, vozes na cabeça, ideia leve. • Quedas, desmaios, convulsões • Não consegue comer • Vômito, nojo • Disparo do coração, 	<ul style="list-style-type: none"> • Tonteira • Dor de cabeça • Dor no corpo • Visão noturna • Dor de coluna • Dor de estômago • Queimação • Falta de ar • Vômitos • Dor nas juntas • Infecção nos rins • Urticária • Tremores • Cansaço • Pressão alta • Problemas de fígado

Como relacionado acima, a intoxicação por agrotóxicos promove uma série de reações adversas em quem manipula esses elementos. Sobretudo pouco se sabe sobre o efeito destes na alimentação, o que se sabe é o aparecimento de algumas doenças persistentes e decorrentes do consumo desses agrotóxicos em excesso.

3.2. VISÃO DOS DONOS DE RESTAURANTES

A pesquisa foi realizada em 20 dos principais restaurantes do centro de Três Rios e Paraíba do Sul (Quadro 2).

Quadro 2. Estabelecimentos comerciais avaliados em Três Rios e Paraíba do Sul, RJ, e os tipos de serviços oferecidos.

Com exceção de um, os demais donos de restaurantes entrevistados em Paraíba do Sul, disseram desconhecer a feira de orgânicos e o serviço de entrega de cestas realizado no município. No geral, disseram não ter acesso a estes alimentos, a maioria não sabe nem quem produz e vende.

Alguns entrevistados disseram que só é possível incluir um produto mais caro por ser orgânico em restaurantes cuja comida é cobrada por quilo. Nos casos em que são oferecidos Pratos Feitos (P.F.), inserir esse valor no preço do prato iria afastar alguns clientes.

Estabelecimento	Município	Tipos de serviços ofertados	Trabalha com alimentos orgânicos
A	Três Rios	Refeição/ kg/	Não
B	Três Rios	Refeição/ Kg	Não
C	Três Rios	Refeição/ kg	Não
D	Três Rios	Refeição/ kg/pf	Não
E	Três Rios	Refeição/ kg/pf	Não
F	Três Rios	Refeição/ kg/pf	Não
G	Três Rios	Lanches/refeições/kg/pf	Não
H	Três Rios	Lanches/refeições/pf	Não
I	Três Rios	Refeição, pf	Não
J	Três Rios	Refeição, pf	Não
K	Três Rios	lanches, refeição, pf	Sim
L	Paraíba do Sul	Refeição/ kg	Não
M	Paraíba do Sul	Refeição/ kg	Não
N	Paraíba do Sul	Refeição/ kg/pf	Não
M	Paraíba do Sul	Refeição/ kg/pf	Não
O	Paraíba do Sul	Refeição, pf	Não
P	Paraíba do Sul	Refeição, pf	Não
Q	Paraíba do Sul	lanches, refeição, pf	Não
R	Paraíba do Sul	lanches, refeição, pf	Não
S	Paraíba do Sul	Lanches, refeição, pf	Não

Todavia, o único restaurante que trabalha com alimentos orgânicos, localizado em Três Rios,

oferece pratos prontos e a comida não é servida por quilo, cujo os preços praticados variam de acordo com o prato.

Dos donos de restaurantes entrevistados, mais da metade baseia seu cardápio a partir da preferência dos seus clientes, seguido da disponibilidade dos produtos nos mercados locais e o valor destes produtos no mercado (Figura 7).

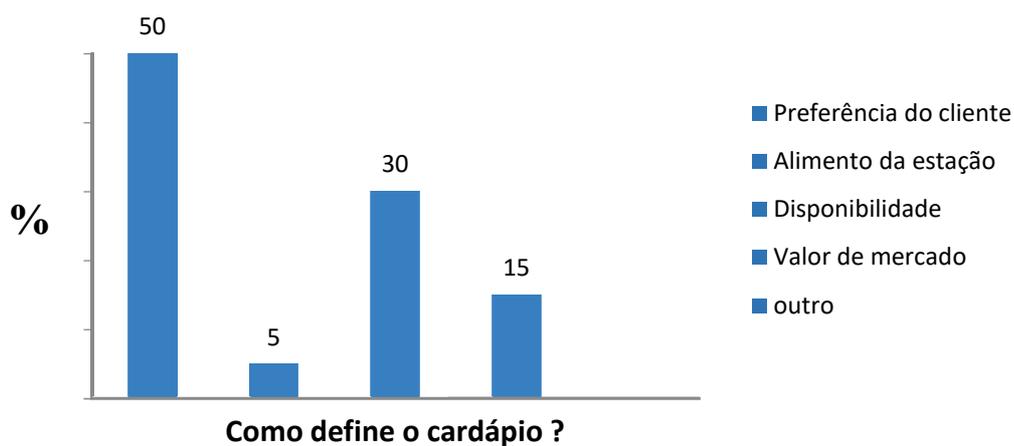


Figura 7. Itens que influenciam a definição do cardápio dos restaurantes do centro das cidades de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.

Conforme já descrito, 65% dos consumidores nos municípios de Três Rios e Paraíba do sul, dariam preferência á locais que oferecessem produtos orgânicos, havendo nesse sentido uma possibilidade de os donos dos restaurantes agradarem aos clientes oferecendo uma opção mais saudável e livre de agrotóxicos. Porém, muitos donos de restaurantes encontram dificuldades para inserir esses alimentos em seus cardápios (Figura 8).

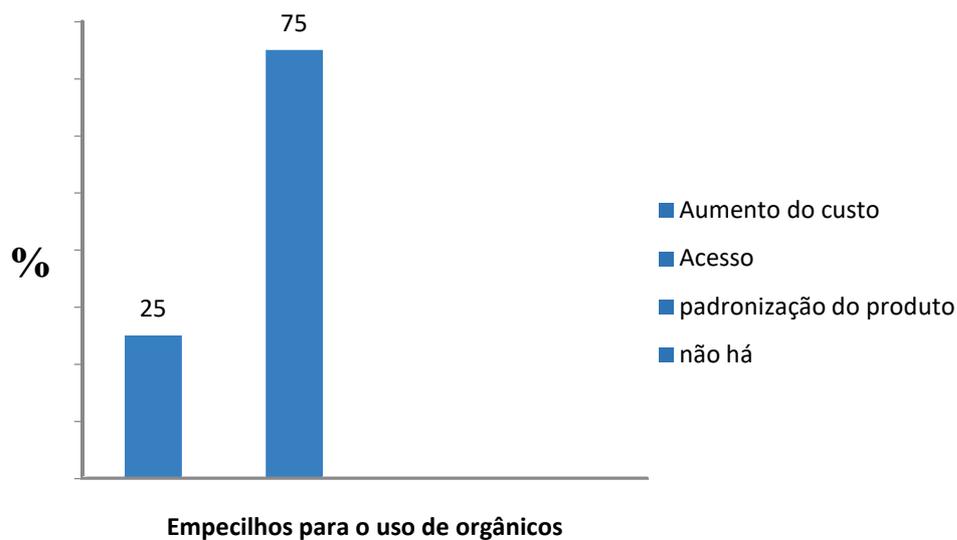


Figura 8. Maiores empecilhos indicados pelos donos de restaurante para a utilização de alimentos orgânicos em seus estabelecimentos nas cidades de Três Rios e Paraíba do Sul, RJ.

Para os donos dos restaurantes, o acesso aos alimentos orgânicos ainda é o maior empecilho para o uso desses produtos no estabelecimento, segundo a dona de um dos restaurantes “*Nunca me ofereceram aqui produtos orgânicos, não sei nem quem vende*”. Os mesmos disseram que caso oferecessem poderiam avaliar a possibilidade de acrescentar ao cardápio esses produtos.

No entanto, para o dono do único que oferece produtos orgânicos o preço é praticamente o mesmo. Este restaurante até então pioneiro na oferta de produtos orgânicos em seu estabelecimento, possui um cardápio com uma proposta de alimentação saudável. Quando indagado a respeito das dificuldades encontradas para comercializar orgânicos e usá-los como base da alimentação oferecida no restaurante, a principal queixa era devido ao abastecimento que deve ser muito bem programado, pois eles só recebem os alimentos de produtores do Brejal, pois segundo ele os produtores de Paraíba do Sul não atenderiam a demanda do restaurante, contudo o dono do restaurante não considera essa dificuldade como empecilho. O Brejal é uma região de um município vizinho, onde se produz alimentos orgânicos por meio de cultivo agroecológico, além de processá-los utilizando-os como matéria prima para geleia, chás, azeite dentre outros produtos.

Por esse motivo, dada a distância de seus fornecedores, este só consegue realizar a compra um dia na semana, com entregas programadas para as segundas-feiras, caso os

produtos acabem, ele encerra a oferta e explica aos clientes que a compra só é feita uma vez por semana e que não tem como substituir os produtos orgânicos pelos produtos convencionais vendidos nos mercados locais, e conseqüentemente perde a venda de refeições para estes dias.

De certa forma seu abastecimento fica prejudicado, enquanto que os produtores de orgânicos de Paraíba do Sul estão sem mercado para escoar sua produção. Os próprios produtores trocam alimentos e comercializam em um sistema de cooperativismo. Da mesma forma uma solução que esse trabalho permite propor seria o dono do restaurante em questão manter sua compra semanal dos produtores do Brejal e complementar de acordo com suas necessidades com as mercadorias locais, e avaliar a partir daí novas possibilidades para facilitar a compra e utilização dos produtos. Da mesma forma, os demais donos de restaurantes entrevistados que não servem orgânicos, podem negociar com os produtores de maneira em que seja garantido seu abastecimento com regularidade, e chegar a um acordo que beneficie ambos permitindo a circulação dos produtos da região além de oferecer aos clientes produtos mais saudáveis.

3.3. VISÃO DOS AGRICULTORES

Ao entrevista-los, os dados oriundos dos questionários aplicados aos donos de restaurantes e consumidores dos municípios participantes foram compartilhados, e os mesmos ficaram surpresos ao saber que os donos de restaurante desconhecem a existência dos produtores e de seus produtos também. Os agricultores presentes na feira de orgânicos fizeram uma série de relatos acerca da atual situação do mercado de orgânicos e das dificuldades e benefícios em produzi-los. Para os produtores, tem sido desafiador o mercado de orgânicos. Os expositores da Feira de Orgânicos de Três Rios em sua maioria produzem em Paraíba do Sul, contudo a cidade não possui mais a Feira de Orgânicos de Paraíba do Sul nem o espaço na FeirArte também em Paraíba do Sul citadas por Cardoso & Garrido (2014), e os mesmos só tiveram espaço para suas vendas em Três Rios.

Foi relatado que a Secretaria de Meio Ambiente e Agricultura de Três Rios, cedeu sem custo o espaço do Horto Municipal para a realização da feira. O espaço é amplo, e conta com algumas atividades durante a semana. No domingo recebe algumas crianças para recreação e junto destes, responsáveis e acompanhantes que se tornaram os principais clientes da feira. A feira ocorre todo sábado, no mesmo local no período de 7:00 às 13:00h (Figura 9).



Figura 9. Feira de produtos orgânicos realizada no Horto Municipal de Três Rios-RJ, todo sábado pela manhã.

Hoje são em média 3 barracas de vendas, divididas entre 5 produtores, com produtos próprios e de propriedades vizinhas que também produzem orgânicos. Os clientes da feira são no geral pais e mães que acompanham seus filhos no horto, e clientes fiéis e antigos que buscam a feira para fazer a compra da semana.

Quando indagados sobre o porquê de produzirem alimentos orgânicos cada agricultor apontou mais de um benefício, os quatro principais apontados por estes, foram: 1) a saúde da família identificada como principal por 100% dos entrevistados, como uma das produtoras fez questão de evidenciar “*Meus filhos nunca mais ficaram doentes*”; 2) para 20% dos entrevistados igualmente importante é a possibilidade de um plantio diversificado e de produtos de maior valor agregado; 3) 30% entende que a forma de cultivo pautado nos princípios agroecológicos permite sustentabilidade do processo; e 4) 50% dos produtores cultivam orgânicos devido a maior valorização do produtor, e menor impacto ao meio ambiente.

Todos os agricultores entrevistados entendem que consumir produtos orgânicos traz benefícios por ser uma alimentação saudável e variada, que respeita os ciclos produtivos levando em consideração o cultivo de alimentos da estação. Ao entrevistá-los houve grande

manifestação acerca do esquecimento do poder público com relação às necessidades dos produtores de orgânicos. De acordo com os agricultores, a venda tem caído cada vez mais, as pessoas querem preço de produtos convencionais e fica difícil competir sem incentivos do governo para aumentar a produção e reduzir os custos.

O mercado de produtos orgânicos apresenta dificuldades, a produção em escala diminuta e ainda há a necessidade de pagamento pela certificação, fiscalização e assistência técnica, que diferente do sistema convencional acrescenta custos à produção (Santos & Monteiro, 2004).

Segundo os agricultores, os clientes que não conhecem os benefícios e as dificuldades de plantio, não valorizam os produtos. Foi ressaltado também o trabalho árduo para levarem esses produtos até os consumidores, diante das dificuldades de transporte e gastos para uma feira em município vizinho ainda pouco frequentada e divulgada.

Das formas de venda praticadas, todos os entrevistados praticam a venda direta por meio das feiras e entregas de cestas. Contudo, alguns fornecem esses alimentos para creches e escolas do Estado, sendo estes apenas 30% dos produtores entrevistados. Um dos agricultores disse não vender mais para escolas municipais de Paraíba do Sul devido a dificuldade em receber os valores devidos e constante atrasos no pagamento. E prefere fornecer para escolas do Estado.

Apenas um dos expositores da feira de orgânicos de Três Rios fornece para um restaurante do município. Segundo o responsável pelo estabelecimento e seu fornecedor, o abastecimento do restaurante é realizado uma vez por semana, os produtos são cultivados no Brejal e pertencem a uma das feirantes de Orgânicos de Três Rios.

A realidade que os agricultores enfrentam, são frutos de um grupo que não possui incentivos para expansão e para baratear os custos de produção. O que faz com que o valor final do agricultor não tenha competitividade com os produtos convencionais do mercado.

No geral os agricultores chamam a atenção para a falta de incentivo do governo para agricultores familiares de produtos orgânicos, tal como a dificuldade em conseguir crédito. Além da dificuldade em comercializar seus produtos com pouco ou as vezes sem nenhum apoio das prefeituras de Paraíba do Sul e Três Rios. Os produtores relatam uma queda significativa das vendas nos últimos dois anos, alguns cogitam a ideia de parar de trabalhar

por conta própria em busca de maior estabilidade com trabalho e remuneração fixos, já que as vendas diminutas não têm dado a estes produtores a segurança financeira suficiente.

No geral, não foram apontadas dificuldades de transição de cultivo convencional para orgânico. Não obstante, dos agricultores entrevistados apenas um realizou essa transição. Os demais sempre produziram orgânicos e não apontam outras dificuldades para o cultivo além do trabalho intenso do agricultor e o cumprimento das normas para ser devidamente cadastrado.

Entretanto, mesmo com crise e com o número reduzido de vendas, os agricultores entrevistados disseram que os alimentos orgânicos são o sustento de suas famílias, compõe tanto a mesa quanto é responsável pela renda familiar. Consideram vantajosa a venda de produtos orgânicos por possuírem maior valor agregado, contudo, ressaltam a necessidade de aumentar as vendas para manter a produção.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realidade que os agricultores enfrentam para a venda de produtos orgânicos é devido a falta de incentivos para expansão e para baratear os custos de produção. Isso faz com que o valor final do agricultor não tenha competitividade com os produtos convencionais do mercado. Percebeu-se uma necessidade de um maior investimento por conta do poder público municipal e dos próprios agricultores orgânicos, em divulgar a feira e a entrega de cestas pelos produtores. O não conhecimento pelos consumidores da existência de produtores orgânicos nestes municípios torna o escoamento dos produtos mais difícil e custoso para os agricultores. É necessária uma intermediação entre restaurantes e agricultores além da divulgação entre consumidores, para que o consumo de orgânicos seja estimulado nos municípios, favorecendo o desenvolvimento de um ambiente agrícola sustentável e de melhor saúde para a população.

Produzir orgânico é o sustento da família dos agricultores, o cenário atual não é favorável tendo em vista também a atual situação de crise econômica e política do Brasil. Porém o alimento faz parte de um consumo geral da população, a escolha de consumir um

produto orgânico, todavia, não é um senso comum e divide opiniões. Nesse caso, foi identificado mais um nicho que se dispõe a conhecer esses produtos e incluí-los em seu cardápio, os donos de restaurantes explicam a não oferta desses alimentos em seus estabelecimentos com o fato de desconhecerem os agricultores e os produtos orgânicos do município procedentes da agricultura familiar e agroecológica, e nesse sentido os consumidores entrevistados se mostraram dispostos a dar preferência a um restaurante por ofertar alimentos orgânicos

Há ainda a necessidade dos produtores serem capacitados a desenvolverem o marketing dos seus produtos, a venda direta pode incluir a visita desses agricultores aos restaurantes e a possibilidade dos donos de restaurantes conhecerem as unidades de produção, a procedência dos produtos e passar essa segurança para os consumidores/clientes, tendo a oportunidade de ofertar produtos livres de agrotóxicos e que respeita o ecossistema e meio ambiente como um todo.

5. REFERÊNCIAS .

Albergoni L, Pelaez V (2007) Da Revolução Verde à agrobiotecnologia: ruptura ou continuidade de paradigmas Economia p. 31-53

Altieri, M.A. Agroecology. Encyclopaedia of environmental biology, v. 1, p. 31-36, 1995.

Altieri, M.A.(2012) Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável. 3 ed. Rio de Janeiro: AS/PTA,400p

Almeida, AR. & Botelho, 2006. D.. Construção de questionários. In D. Botelho & D. M. Zouain (Editores.), Pesquisa Quantitativa em Administração. São Paulo: Atlas,

Burlandy L. (2009) A construção da política de segurança alimentar e nutricional no Brasil: estratégias e desafios para a promoção da intersetorialidade no âmbito federal de governo in Ciência & Saúde Coletiva 14(3) · DOI: 10.1590/S1413-81232009000300020 Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/250028448> Acessado: 15 de Março 2016

Cardoso, N.F.S.; Garrido, F. de S.R.G.(2014). Produção, Consumo e a Evolução da Certificação de Orgânicos nos Municípios de Paraíba do Sul e Três Rios-RJ. *Espacios* 35:11-11

Caporal FR (2003) Superando a Revolução Verde: A transição agroecológica no estado do Rio Grande do Sul, Brasil Disponível em: <http://www.agirazul.com.br/artigos/caporall.htm> Acessado em: 18 de Junho de 2016

Clay, J. (2003) *World agriculture and the environment: a commodity-by-commodity guide to impacts and practices*. Washington: Island,570p

Guivant, JS(2003) Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente & Sociedade – Vol. VI nº. 2*. pp.63-81. 2003.

Huynen MMTE, Martens P, Hilderlink HBM (2005) Os impactos sobre a saúde da globalização: uma estrutura conceitual. *Global Health* 1: 14 Disponível: <http://www.globalizationandhealth.com/content/1/1/14>. Acessado em 25 de janeiro de 2012.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, índice de fome no Brasil. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acessado: 15 de Junho de 2016

Lazzarini R (2005) Consumo Sustentável-Manual da educação, Ministério do meio Ambiente Disponível em: www.mma.gov.br/estruturas/educamb/_arquivos/consumo_sustentavel.pdf Acessado em: 23 de Maio de 2016.

Levigard, YEA (2004) interpretação dos profissionais de saúde acerca das queixas de “nervos” no meio rural: uma aproximação ao problema das intoxicações por agrotóxicos, *20(6)*, 1515–1524,. Disponível em:www.scielo.br/pdf/csp/v20n6/08.pdf. Acessado em 12 de maio de 2016.

Lima PJBF, Pinheiro MCA(2004) Abordagem das relações sociais em experiências de produção e comércio de produtos ecológicos no Brasil. Disponível em: <http://www.natural.com> . Acessado em em 15 maio 2016.

Malhotra, N K. Pesquisa de Marketing – Uma Orientação Aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001 6ª Ed. 2011

Matsudo, SM, Matsudo VKR(1992) Prescrição e benefícios da atividade física na terceira idade Rev. bras. ciênc. mov. 6(4):19-30,

McNeely, JA; Scherr SJ (2003) Ecoagriculture: strategies for feeding the world and conserving wild biodiversity. In Island Press Washington, DC:Island Press 323p

Megido, AJ, Xavier LT(2003) Marketing e Agrobusiness. São Paulo: Atlas.

Oliveira, AU(1998). A Inserção do Brasil no Capitalismo Monopolista Mundial. Em, Ross, Jurandy - Geografia do Brasil. SP, EDUSP, Disponível em: www.social.org.br/index.php/artigos/artigos-portugues/124

Pires DX; Caldas ED; Recena MCP(2005) Uso de agrotóxicos e suicídios no Estado do Mato Grosso do Sul, Brasil. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, pp.598-605

Santos, Monteiro. (2004). Sistema orgânico de produção de alimentos. Alim. Nutr.73-86,

Silva-Filho, EV; Gomes, OVO; Marques, ED.; Souza, MDC (2013).Influência antrópica nas águas superficiais da cidade de Três Rios - RJ. Geochimica brasiliensis,77-86,

Silvério-Neto R.; Bento M.; Menezes SJMC; Almeida, FS (2015).. Caracterização da Cobertura Florestal de Unidades de Conservação da Mata Atlântica. FLORAM - Revista Floresta e Ambiente, p. 32-41,

Singer PA (2007) Ética da alimentação: como nossos hábitos alimentares influenciam o meio ambiente e o nosso bem-estar. Rio de Janeiro: Elsevier, p.

Suszek, AC (2006) A importância da comunicação no processo de adoção do consumidor de produtos orgânicos. Dissertação Mestrado Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 143p.

Zamberlan L; Buttenbender PL; Sparemberger A (2006). O comportamento do consumidor de produtos orgânicos e seus impactos nas estratégias de marketing. In: Encontro da ANPAD, 30pp. Salvador. Anais. Rio de Janeiro: AnPad, Disponível em:

Apêndice 1

QUESTIONÁRIO 1: CONSUMIDORES

1. Você sabe o que é um alimento orgânico? Se sim quais seus principais benefícios?

sim

não

2. Você consome alimentos orgânicos em sua residência? Se não consome, Porquê?

sim

não - preço não encontro para comprar prefiro os convencionais outro

3. Você conhece a feira de orgânicos de Três Rios?

sim

não

4. Como você escolhe o restaurante que você come?

localização

preço

tipo de alimento que oferece

oferece produtos orgânicos

atendimento

outro

5. Você daria preferência a um restaurante se soubesse que ele trabalha somente com alimentos orgânicos?

sim

não

6. Você pagaria a mais para consumir somente alimentos orgânicos? Se sim, quanto?

10%

20%

30%

40%

50% ou mais.

7. Que benefícios diretos e indiretos você enxerga ao consumir alimentos orgânicos?

Promoção de renda, prática de preço justo, valorização da agricultura familiar e pequeno produtor;

Qualidade e segurança alimentar, benefícios à saúde;

Qualidade Ambiental, não uso de agrotóxicos, uso de insumos naturais e coerência no manejo dos recursos naturais;

Todos os acima relacionados;

Outro. Qual? _____

Apêndice 2

QUESTIONÁRIO 2: DONOS RESTAURANTES

1. Você trabalha com alimentos orgânicos? Porquê?

sim

não. _____.

1.1. Se trabalha com orgânicos, faz algum marketing com seus clientes?

sim

não

2. Qual o maior empecilho para o uso de orgânicos em seu restaurante?

aumento do custo

acesso a estes alimentos

padronização do produto

não há empecilhos

outros _____

3. Você conhece o serviço de entrega de sextas de produtos orgânicos em Paraíba do Sul e região?

sim

não

4. Como você define o cardápio do restaurante?

preferência do cliente

alimento da estação

disponibilidade no mercado

valor de mercado

outro. Qual? _____

Apêndice 3

QUESTIONÁRIO 3: AGRICULTORES

1. Por que você produz alimentos orgânicos?

2. Você sempre produziu alimentos orgânico? Se não, qual a principal dificuldade de fazer a transição de alimentos convencionais para o orgânico?

3. Onde você comercializa sua produção?

feiras locais

venda direta ao consumidor

restaurantes

creches e escolas municipais

mercados e quitandas

indústrias

outro

4. Que benefícios você vê com relação à produção de orgânicos e a saúde da sua família?

5. Que benefícios você vê na produção de orgânicos com relação ao meio ambiente?

redução de processos erosivos

melhoria da qualidade do solo

redução do uso de insumos

melhoria da qualidade da água

diversidade/variedade de produtos por canteiro

todos os anteriores

outros _____

6. Financeiramente a produção de orgânicos tem sido mais viável tendo em vista o custo benefício?
