

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ENGENHARIA
CAMPUS DE ILHA SOLTEIRA**

DANIELA CAPELAS CENTENO
Tecnóloga em Agronegócios

**CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO DOS
PRODUTORES DE ORGÂNICOS, E COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES,
NO TERRITÓRIO NOROESTE PAULISTA**

Ilha Solteira
2018

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONOMIA
SISTEMAS DE PRODUÇÃO

DANIELA CAPELAS CENTENO

Tecnóloga em Agronegócios

**CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO DOS
PRODUTORES DE ORGÂNICOS, E COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES,
NO TERRITÓRIO NOROESTE PAULISTA**

Dissertação apresentada à Faculdade de
Engenharia de Ilha Solteira – UNESP para
obtenção do título de Mestre em Agronomia.
Especialidade: Sistemas de Produção

Prof. Dr. Antônio Lázaro Sant'Ana
Orientador

FICHA CATALOGRÁFICA

Desenvolvido pelo Serviço Técnico de Biblioteca e Documentação

C397c Centeno, Daniela Capelas.
Características da produção e da comercialização dos produtores de orgânicos, e comportamento dos consumidores, no território Noroeste Paulista / Daniela Capelas Centeno. -- Ilha Solteira: [s.n.], 2018
89 f. : il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira. Especialidade: Sistemas de Produção, 2018

Orientador: Antônio Lázaro Sant'Ana
Inclui bibliografia

1. Produtores de orgânicos. 2. Caracterização do cultivo. 3. Circuitos curtos de comercialização. 4. Agricultura familiar. 5. Consumidor de orgânicos.



Raiane da Silva Santos

Supervisora Técnica de Seção
Seção Técnica de Referência, Atendimento ao usuário e Documentação
Diretoria Técnica de Biblioteca e Documentação
CRB/8 - 9999



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Ilha Solteira


CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

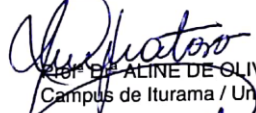
TÍTULO DA DISSERTAÇÃO: PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS, E COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES, NO TERRITÓRIO NOROESTE PAULISTA

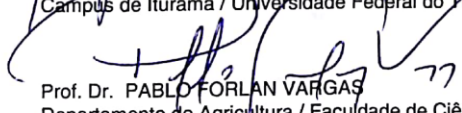
AUTORA: DANIELA CAPELAS CENTENO

ORIENTADOR: ANTONIO LAZARO SANT ANA

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Mestra em AGRONOMIA, área: SISTEMAS DE PRODUÇÃO pela Comissão Examinadora:


Prof. Dr. ANTONIO LAZARO SANT ANA
Departamento de Fitotecnia, Tecnologia de Alimentos e Sócio Economia / Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira


Prof. Dr. ALINE DE OLIVEIRA MATOSO
Campus de Iturama / Universidade Federal do Triângulo Mineiro


Prof. Dr. PABLO FORLAN VARGAS
Departamento de Agricultura / Faculdade de Ciências e Engenharia de Tupã

Ilha Solteira, 22 de fevereiro de 2018

DEDICATÓRIA

Dedico esta pesquisa aos agricultores familiares e consumidores de orgânicos do Território Noroeste Paulista, pois foram eles os protagonistas.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus por me ajudar e me acompanhar em todos os momentos.

A meu orientador Antônio Lázaro Sant'Ana pela orientação e ensinamentos.

A minha família por ser a minha base em tudo.

Ao meu noivo Allan Hisashi Nakao pelo apoio de sempre.

Aos meus amigos e em especial a Raiana Crepaldi (minha primeira amizade a se concretizar na pós-graduação), à Débora Pavani Silva (amiga parceira) e Adriana Colombo (eterna professora e amiga) por estarem presentes em alguns momentos da minha pesquisa.

Por fim, aos meus cachorrinhos por tirarem meu estresse e serem companheiros de todas as horas.

“Nada é por acaso!”. Chico Xavier.

RESUMO

A agricultura brasileira, a partir da década de 1990, apresentou ganhos expressivos de produtividade, porém aumentaram também as preocupações com a sustentabilidade dos sistemas de cultivos predominantes, baseados na utilização intensiva de insumos que podem causar a poluição e contaminação dos solos, da água e do ar, além da possibilidade de deixar resíduos tóxicos nos alimentos. Uma das formas de contornar esse problema é adoção da agricultura orgânica, que embora responda por uma parcela muito pequena da produção, cresceu significativamente nas últimas décadas. No entanto, ainda são poucas as investigações que abrangem o estudo conjunto de produtores e consumidores de orgânicos. Este trabalho objetivou identificar, no Território Noroeste Paulista (SP), o perfil dos agricultores, caracterizar as propriedades rurais e as formas de comercialização de produtos orgânicos, e investigar o perfil e o comportamento dos consumidores de orgânicos. A obtenção dos dados da pesquisa realizou-se por meio da aplicação de um questionário junto a 13 agricultores, o que corresponde a 86,6% dos produtores orgânicos certificados e em fase de transição orgânica do referido Território. No caso dos consumidores foi aplicado também um questionário que abrangeu 50 consumidores (escolhidos ao acaso) que frequentam a Feira de Orgânicos de Jales (SP). Constatou-se que mais de dois terços dos pesquisados são agricultores familiares e possuem certificação para a produção de orgânicos. Preomina a comercialização direta com o consumidor final (84,6% do total) de olerícolas e, com menor frequência, de frutas. A renda obtida com a comercialização de orgânicos é muito variável, mas a maioria obtém até R\$1.000,00 mensais. A venda em circuitos curtos é vantajosa, pois reduz ou exclui a intermediação e possibilita a ampliação da margem de lucro, embora exija um maior esforço dos agricultores que precisam assumir mais uma tarefa além da produção agrícola. Os consumidores pesquisados possuem um perfil semelhante aos consumidores de produtos orgânicos do país, caracterizados pelo alto grau de escolaridade. A maioria gasta menos de R\$100,00 por mês na Feira e aponta como principal razão para a compra de orgânicos, o fato de serem “alimentos saudáveis”; enquanto a falta de variedade dos produtos foi a dificuldade mais citada. A produção e o consumo de orgânicos no Território Noroeste Paulista ainda é incipiente, mas a instalação da Feira de Produtos Orgânicos de Jales ampliou a visibilidade desta forma de produção.

Palavras-chave: Produtores de orgânicos. Caracterização do cultivo. Circuitos curtos de comercialização. Agricultura familiar. Consumidor de orgânicos.

ABSTRACT

Since the 1990s, the Brazilian agriculture has presented significant gains in productivity, but also increased concerns about the sustainability of the predominant crop systems, based on the intensive use of inputs that can cause pollution and contamination of soils, water and the possibility of leaving toxic residues in food. One of the ways to overcome this problem is the adoption of organic agriculture, which, although it accounts for a very small portion of production, has grown significantly in the last decades. However, there are still few studies covering the joint study of producers and consumers of organic. The purpose of this study was to identify in the Território Noroeste Paulista (SP) the farmers' profile, characterize their rural properties, the commercialization of the organic products, and investigate the profile and behavior of organic consumers. The research data was obtained through the application of a questionnaire to 13 farmers, which corresponds to 86.6% of organic producers certified and in the organic transition phase of the Territory. In the case of consumers, a questionnaire was also applied, covering 50 consumers (randomly selected) who attend the Organic Market Place in Jales(SP). It was found that more than two-thirds of those interviewed are family farmers and have certification for organic production. It predominates the direct commercialization with the final consumer (84.6% in total) of vegetables and, less frequently, fruit. The income earned with the commercialization of organic is very variable, but the majority earns up to R\$ 1,000.00 monthly. Short-circuit sale is advantageous because it reduces or excludes intermediaries and makes it possible to increase the profit margin, although it requires a greater effort from farmers who need to take on a task beyond agricultural production. The consumers interviewed have a similar profile to consumers of organic products in the country, characterized by a high level of scholarship. Most spend less than R\$ 100 per month at the Market Place and points out as the main reason for buying organic, the fact that they are "healthy foods"; while the lack of variety of products was the most mentioned difficulty. Organic production and consumption in the Território Noroeste Paulista is still incipient, but the installation of the Organic Products Market Place in Jales has increased the visibility of this way of production.

Key-words: Organic producers. Characterization of cultivation. Short circuits of commercialization. Family farming. Consumer of organic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- Estrutura dos canais de comercialização para bens de consumo.....	23
Figura 2	- Tipologia de circuitos curtos de produtos ecológicos no Brasil..	25
Figura 3	- Limites territoriais dos 36 municípios pertencentes ao Território Noroeste Paulista (SP).....	27
Figura 4	- Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos produtores pesquisados no Território Noroeste Paulista.....	33
Figura 5	- Distribuição percentual, em função da escolaridade, dos produtores pesquisados no Território Noroeste Paulista.....	34
Figura 6	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas que trabalham por propriedade pesquisada no Território Noroeste Paulista.....	35
Figura 7	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas da família que trabalham por propriedade pesquisada no Território Noroeste Paulista.	36
Figura 8	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas da família que exercem atividade ou possuem renda externa à propriedade, no Território Noroeste Paulista.....	36
Figura 9	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tipo de mão-de-obra externa à família, nas propriedades do Território Noroeste Paulista.....	37
Figura 10	- Distribuição percentual das propriedades pesquisadas, em função do tamanho das áreas (hectares), no Território Noroeste Paulista.....	38
Figura 11	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que possuem a propriedade e/ou trabalham na área agropecuária, no Território Noroeste Paulista.....	39
Figura 12	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que trabalham com orgânicos, no Território Noroeste Paulista.	39
Figura 13	- Número de produtores pesquisados por tipo de culturas orgânicas produzidas, no Território Noroeste Paulista.....	41
Figura 14	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de hectares certificados nas propriedades do Território Noroeste Paulista.....	42
Figura 15	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do destino da produção orgânica, no Território Noroeste Paulista.....	44
Figura 16	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do número de produtos orgânicos comercializados semanalmente, no Território Noroeste Paulista.....	47

Figura 17	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do valor bruto obtido dos produtos orgânicos comercializados semanalmente, no Território Noroeste Paulista.....	47
Figura 18	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função das embalagens utilizadas na comercialização dos produtos orgânicos, no Território Noroeste Paulista.....	48
Figura 19	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta total familiar obtida por meio das atividades agropecuárias nos estabelecimentos, Território Noroeste Paulista.....	50
Figura 20	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta familiar obtida por meio da produção orgânica por propriedade rural do Território Noroeste Paulista....	51
Figura 21	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da faixa salarial familiar obtida por propriedade rural do Território Noroeste Paulista.	51
Figura 22	- Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.....	53
Figura 23	- Distribuição percentual, em função da escolaridade dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.....	53
Figura 24	- Distribuição percentual, em função da ocupação dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.....	54
Figura 25	- Distribuição percentual, em função da ocupação dos principais provedor(es) das famílias dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.....	56
Figura 26	- Distribuição percentual, em função da quantidade de pessoas que compõe a família dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.....	57
Figura 27	- Distribuição percentual, em função do valor médio gasto mensalmente pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.....	58
Figura 28	- Distribuição percentual, em função de outros tipos de alimentos orgânicos já consumidos pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.....	59
Figura 29	- Distribuição percentual, em função da frequência de compra dos alimentos orgânicos pelos consumidores até Feira de Orgânicos de Jales.....	60
Figura 30	- Distribuição percentual, em função do local em que os consumidores compram ou já compraram alimentos orgânicos.	61
Figura 31	- Distribuição percentual, em função das dificuldades encontradas pelos consumidores para comprar alimentos orgânicos.....	62
Figura 32	- Distribuição percentual, em função da quantidade de tempo que consumidores da Feira de Orgânicos de Jales consomem este tipo de alimento.....	63

Figura 33	- Distribuição percentual, em função da motivação ao consumo de orgânicos pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.....	64
Figura 34	- Distribuição percentual, em função do conhecimento dos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales quanto a produção dos alimentos.....	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	- Estabelecimentos rurais e área da agricultura familiar e não familiar dos municípios que compõem o Território Noroeste Paulista.....	28
Tabela 2	- Módulos fiscais dos municípios, nos quais foram pesquisados produtores orgânicos certificados ou em transição	38
Tabela 3	- Número de produtores, quantidade vendida semanalmente, preço médio (março à agosto de 2017) e destino da comercialização dos principais produtos orgânicos comercializados pelos agricultores do Território Noroeste Paulista.....	46

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CC	Circuito Curto
CE	Comissão Executiva
CODETER-NP	Colegiado de Desenvolvimento Territorial Noroeste Paulista
CATI	Coordenadoria de Assistência Técnica e Integral
CT	Câmaras Temáticas
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FNDE	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEC	Instituto de Defesa do Consumidor
MAPA	Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
MRG	Microrregiões Geográficas
NEDET	Núcleo de Extensão em Desenvolvimento Territorial
NT	Núcleo Técnico
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PTDRS	Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNAPO	Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica
PRONAT	Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais
PVC	Pontos de Venda Coletiva
SDT	Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	SUSTENTABILIDADE, AGRICULTURA ORGÂNICA E COMERCIALIZAÇÃO	15
2.1	Desenvolvimento Rural Sustentável e agricultura familiar	15
2.2	Agricultura Orgânica e Agroecologia.....	17
2.3	Legislação de Orgânicos.....	19
2.4	Canais de comercialização	22
2.5	Consumo de Produtos Orgânicos e o perfil dos consumidores	25
3	METODOLOGIA	27
3.1	Caracterização do lócus da pesquisa: o Território Rural Noroeste Paulista...	27
3.2	Descrição dos Métodos e Técnicas da Pesquisa.....	29
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	33
4.1	Pesquisa com os produtores.....	33
4.2	Pesquisa com os consumidores de produtos orgânicos.....	52
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICE A - Formulário de entrevista aplicado aos produtores de orgânicos certificados e não certificados (transição)	79
	APÊNDICE B – Questionário aplicado ao consumidor	85

1 INTRODUÇÃO

A agricultura brasileira obteve, especialmente a partir da década de 1990, ganhos expressivos de produtividade (GASQUES et al., 2016), mas cresceram também as preocupações com a sustentabilidade da produção predominante, baseada na utilização de grande quantidade de recursos naturais e energia externos ao sistema agropecuário, sendo que alguns desses insumos, especialmente quando usados inadequadamente (fertilizantes e agrotóxicos) causam, com frequência, poluição e contaminação de solos, da água e do ar, além da possibilidade de deixar resíduos tóxicos nos alimentos.

A agricultura orgânica se constitui em uma das formas de contornar esses problemas. Pinheiro (2012), ressalta que a demanda de consumidores que não concordam com o estilo da agricultura atual e com o aumento da desigualdade social, alavancou a busca por tecnologias alternativas para a produção de alimentos que garantam segurança para os consumidores, aos agricultores e ao meio ambiente. A partir dessas necessidades e demandas, a agricultura orgânica surgiu também como uma oportunidade de investimento para o produtor.

O fato dos alimentos orgânicos apresentarem um apelo ambiental positivo, estarem associados com um estilo de vida saudável e à preocupação com a segurança alimentar (potencializada com problemas relacionados com as doenças decorrentes da contaminação por agrotóxicos e outros insumos), são alguns dos motivos que impulsionaram o aumento de sua produção (VILAS BOAS, 2005).

Os mercados nacionais e internacionais de orgânicos tiveram um expressivo crescimento no período de 1998 a 2008, o que resultou no aumento das áreas de cultivo orgânico brasileiras e também ao desenvolvimento dos agentes de distribuição que encaminham os alimentos até o consumidor final (PIMENTA, 2008).

No entanto, a agricultura orgânica ainda representa um percentual pequeno da área plantada (1,1%) ao nível mundial, embora tenha experimentado um crescimento acelerado nas últimas décadas (em 1999 eram 11 milhões de hectares e em 2015 totalizava 50,9 milhões de hectares) (RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE – FIBL, 2017). Estes dados permitem indicar que essa forma de

produção pode ser uma alternativa viável de produção agropecuária, tanto em termos econômicos, como sociais, especialmente para os agricultores familiares.

Apesar da ampliação do mercado são poucos os trabalhos, como o de SOUZA (2011), que combinam caracterização dos produtores e dos consumidores de orgânicos no Brasil, conhecimentos fundamentais para entender a inserção dos alimentos orgânicos em circuitos curtos de comercialização (DAROLT et al., 2016), tal como preconizado na perspectiva da agroecologia e do desenvolvimento rural sustentável de base territorial.

A pesquisa que originou este trabalho foi realizada no Território Noroeste Paulista, denominação criada a partir do Política Nacional de Desenvolvimento Territorial, do extinto Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA). O referido Território abrange 36 municípios o que inclui integralmente as Microrregiões Geográficas de Jales e Fernandópolis, além de dois municípios (Parisi e Meridiano) da Microrregião Geográfica (MRG) de Votuporanga (BRASIL, 2010).

No Território do Noroeste Paulista a agricultura familiar é expressiva, abrangendo em torno de 73% do número total de estabelecimentos e ocupa quase 30% da área (PLURAL, 2011). Em termos atividades agropecuárias, há Território uma importante área de fruticultura (MRG de Jales); a pecuária de leite e corte destacam-se também em quase todos os municípios, enquanto a olericultura abastece em grande parte da demanda regional. A partir da década de 2000 ocorreu grande expansão dos plantios de cana de açúcar (SANT'ANA, 2011).

Nos últimos três anos, na cidade de Jales tem se um importante evento de divulgação da agricultura orgânica, o Seminário de Agricultura Orgânica do Território Noroeste Paulista. Trata-se de Evento voltado para produtores rurais, engenheiros, técnicos agrícolas, profissionais da saúde, consumidores, estudantes, professores, nutricionistas, compradores e etc. (CARVALHO, 2017). Em sua terceira edição, em julho de 2017, atraiu em torno de 729 participantes. Em 27 de maio de 2017 o município ainda contou com a inauguração da Feira de Alimentos Orgânicos, um espaço criado para comercializar os alimentos orgânicos da região (SEMINÁRIO DE AGRICULTURA ORGÂNICA, 2017).

A presente pesquisa envolveu a caracterização dos agricultores, da produção e da comercialização realizada pelos produtores certificados ou em transição para o sistema orgânico; e a análise do perfil e comportamento dos consumidores de orgânicos no Território Noroeste Paulista.

2 SUSTENTABILIDADE, AGRICULTURA ORGÂNICA E COMERCIALIZAÇÃO

2.1 Desenvolvimento Rural Sustentável e agricultura familiar

A concepção do desenvolvimento ganhou força no século XX em países e regiões afastadas dos centros da modernização, a partir de teorias e princípios econômicos que veem o Estado como principal impulsionador da modernização, garantindo o desenvolvimento econômico e técnico. O desenvolvimento envolve uma perspectiva qualitativa, buscando evidenciar as dimensões econômicas, sociais e culturais, enquanto o crescimento econômico considera somente a produção, ou seja, a dimensão quantitativa (ALMEIDA, 1998).

Almeida (1995, p.46) afirma que os “termos agricultura e desenvolvimento sustentáveis indicam um anseio a um novo paradigma tecnológico que não agrida o meio ambiente, servindo para explicitar a insatisfação com a agricultura convencional ou moderna”.

Mazzoleni e Nogueira (2006), com base no Relatório Brundtland (CMMAD, 1991), relatam que o desenvolvimento sustentável deve atender as necessidades da geração presente sem que prejudique as gerações futuras e agir de forma sustentável, significa estar respaldado em estudos, planejamento e implementação de ações que considera seus efeitos atuais e no amanhã, abrangendo aspectos econômicos, sociais e ambientais, além do respeito às diferenças culturais.

No Brasil a partir da década passada, o desenvolvimento territorial rural se tornou alvo de uma política pública, com a criação da Secretaria de Desenvolvimento Territorial – SDT, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, o que possibilitou a implantação, em 2003, do Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais (Pronat), que teve o objetivo de apoiar o desenvolvimento rural a partir de uma abordagem territorial (OLIVEIRA, 2014).

O PRONAT visa promover cada vez mais o protagonismo dos atores sociais para a construção e governança do desenvolvimento de seus territórios. Para isso, baseou-se em experiências nacionais e internacionais de aprofundamento da democracia participativa, o que tem reforçado a necessidade de fortalecer a cultura da gestão social, a ampliação das redes sociais de cooperação, estimulando assim as iniciativas que reorientam as dinâmicas socioeconômicas a partir da articulação e coesão das diversas políticas públicas federais, estaduais e municipais (BRASIL, 2009).

O Colegiado de Desenvolvimento Territorial do Noroeste Paulista – CODETER-NP, do Território de Desenvolvimento do Noroeste Paulista, é integrante do Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais – Pronat (OLIVEIRA, 2014). Em 2014 foram criados os NEDETs - Núcleos de Extensão em Desenvolvimento Territorial (por de edital parceria do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-CNPq) que eram constituídos de equipes das universidades públicas e institutos federais do país com objetivo assessorar os CODETERs (SILVA, 2016b), no caso do Território Noroeste Paulista a Unesp de Ilha Solteira que realizou esse trabalho entre o novembro de 2014 e abril de 2017, no entanto, devido a extinção do Ministério do Desenvolvimento Agrário essa política de desenvolvimento territorial foi ameaçada e muitos Núcleos suspenderam suas atividades no primeiro semestre de 2017 (PERAFÁN; AVILA, 2017).

Favareto et al. (2010), destaca que é mérito dos colegiados as possibilidades de promover o controle social das políticas de desenvolvimento rural e a disseminação da retórica correspondente à abordagem territorial do desenvolvimento rural, porém o caminho que possibilita reconhecer os colegiados como novas instituições para o desenvolvimento rural ainda é longo.

A agricultura familiar é a forma predominante de agricultura na produção de alimentos tanto em países desenvolvidos como naqueles em desenvolvimento. Este setor tem grande importância na agricultura mundial e por isso, as Nações Unidas em 2014, determinaram como tema principal para debates a importância dos pequenos produtores para a promoção do desenvolvimento rural sustentável (BOJANIC, 2017).

Na perspectiva dos pesquisadores que tratam dessa temática, são considerados agricultores familiares, aqueles que assumem diretamente com a família (ou parte desta) o trabalho e a gestão do estabelecimento e dos meios de produção (não necessariamente a propriedade da terra) (WANDERLEY, 1999; SILVA; MENDES, 2009). Outra característica marcante desse tipo de agricultura é a diversidade produtiva (BRASIL, 2016).

A Lei N° 11.326 de 24 de julho de 2006, define como agricultor familiar aquele que simultaneamente atende os seguintes critérios:

- I – não detenha a qualquer título, área maior que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II – utilize predominante mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - tenha renda familiar predominante originada das atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

IV - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas de seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; (Redação dada pela Lei ° 12.512, de 2011)

V- Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (BRASIL, 2006).

A agricultura familiar brasileira possui grande importância em termos produtivos, especialmente no que concerne à produção de alimentos básicos, na ocupação da área rural e ainda na preservação dos recursos naturais (MATTEI, 2014). Deste modo, essa informação vai ao encontro da informação de Velleda (2017), pois os agricultores familiares e assentados de reforma agrária são os principais responsáveis pelo aumento da produção de orgânicos, uma vez que agricultura orgânica, de forma predominante, visa a preservação dos recursos naturais e ainda a produção de alimentos básicos.

2.2 Agricultura Orgânica e Agroecologia

O desgaste do solo causado pelos métodos convencionais, fez com que os mesmos se tornassem mais exigentes em fertilizantes químicos e as pragas tornaram-se resistentes aos agrotóxicos obrigando os agricultores à aplicá-los em quantidades cada vez maiores. Com isso esse ciclo bastante comum na agricultura moderna causa uma série de impactos nos agroecossistemas (EHLERS, 2017).

Há muito tempo os homens vêm buscando estilos de agricultura que agrida menos o meio ambiente que o estilo convencional, com o objetivo de proteger os recursos naturais. No início do século XX, em diversos países, começaram a surgir agriculturas alternativas com várias denominações específicas (CAPORAL; COSTABEBER, 2004).

O surgimento da agricultura orgânica no Brasil foi entre 1925 e 1930 (SAMINÉZ et al., 2007), e é considerada uma alternativa para a produção sustentável de alimentos, pois dispensa o uso de produtos químicos sintéticos ou transgênicos, buscando utilizar os recursos naturais de forma racional e sustentável (PENTEADO, 2000).

Antes de 1970 a produção agrícola orgânica ainda era relacionada mais com movimentos filosóficos que buscavam o retorno do contato com a terra como forma alternativa de vida (ALVES; SANTOS; AZEVEDO, 2012). A partir de então, com a intensificação da modernização agropecuária brasileira, baseada nos preceitos da Revolução Verde, surgiu no Brasil a chamada Agricultura Alternativa, que abrigava

várias correntes com denominações diferentes: orgânica, natural, ecológica, biológica, regenerativa e permacultura. Essas correntes tinham vários princípios, conceitos, usos e práticas admitidos como comuns (SOUZA, 2011).

Segundo o Sebrae (2017), a agricultura orgânica é definida pelo uso e prática de manejo sem o uso de fertilizantes sintéticos de alta solubilidade, agrotóxicos, reguladores de crescimento e aditivos sintéticos para a alimentação animal, visando a preocupação com a saúde dos seres humanos, animais e plantas.

Para Caporal e Costabeber (2004) a agricultura orgânica e a agricultura ecológica, entre outras denominações, resultam da aplicação de métodos e técnicas diferentes da agricultura convencional, sendo geralmente estabelecidas de acordo regulamentos e regras que orientam essa produção, vetando ou impondo limites ao uso de alguns insumos. Para estes pesquisadores a grande busca por produtos “orgânicos”, “limpos e “ecológicos” provocou uma supervalorização do segmento e atraiu a inserção de grandes grupos econômicos que passaram a produzir orgânicos em busca de lucro imediato.

Velleda (2017) comenta que em três anos o número de produtores de orgânicos aumentou mais de 130%, pois em 2013 havia 6,7 mil unidades certificadas e em 2016 este número saltou para 15,7 mil. O Sudeste é a região que fica em primeiro lugar na produção de orgânicos com 333 mil hectares e 2.729 produtores cadastrados.

A atualização realizada até 01/11/2017 do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos no Brasil registra um total de 16.794 produtores (excluídos 424 registros referentes a outros países) (BRASIL, 2017b).

Apesar dos vários aspectos comuns entre agricultura orgânica e a agroecologia, os estudiosos do tema destacam que é necessário diferenciá-las, pois apresentam abrangência e, em alguns casos, objetivos distintos.

De acordo com Assis (2005) a agroecologia surge como consequência da busca de suporte teórico para as diferentes correntes de agricultura alternativa. Assis e Romeiro (2002) consideram que a agricultura orgânica tem como princípio um conjunto de procedimentos que envolve a planta, o solo e as condições climáticas, com o objetivo de produzir um alimento sadio e que mantenha suas características e sabor originais, de modo a atender as expectativas do consumidor.

A agricultura orgânica, no Brasil (e em outros países) deve atender as normas técnicas definidas na legislação (como será discutido em item específico). Já a agroecologia se apresenta como uma ciência com limites teóricos definidos, que

busca respeitar as condições ambientais impostas pela natureza, em que o processo da produção agrícola deve estar vinculado ao desenvolvimento social e econômico sustentável (ASSIS; ROMEIRO, 2002).

A agroecologia, portanto, além de não se restringir aos aspectos técnicos e normativos da produção agropecuária e da ecologia, pois envolve outras dimensões, como as sociais, culturais e políticas; adota uma perspectiva que combina conhecimentos populares e tradicionais com a ciência:

[...] a Agroecologia se consolida como enfoque científico na medida em que este campo de conhecimento se nutre de outras disciplinas científicas, assim como de saberes, conhecimentos e experiências dos próprios agricultores, o que permite o estabelecimento de marcos conceituais, metodológicos e estratégicos com maior capacidade para orientar não apenas o *desenho e manejo de agroecossistemas sustentáveis*, mas também processos de *desenvolvimento rural sustentável* (CAPORAL; COSTABEBER, 2004, p.13)

Pôde-se observar que a agroecologia é uma abordagem mais abrangente que busca respeitar a natureza, produzindo um alimento saudável, ao mesmo tempo que visa proporcionar o desenvolvimento socioeconômico e cultural dos produtores e consumidores, tanto em termos atuais, como das gerações futuras; enquanto que a agricultura orgânica também busca produzir um alimento saudável, mas seu escopo fica mais restrito aos aspectos técnico-produtivos.

2.3 Legislação de Orgânicos

De acordo com a Lei Nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, regulamentada pelo Decreto Nº 6.323 de 27 dezembro de 2007, para ser considerado orgânico, um sistema de produção agropecuária deve adotar técnicas que visam a otimização do uso de recursos naturais e socioeconômicos, respeitando à integridade cultural das comunidades rurais, com o objetivo de alcançar a sustentabilidade econômica e ecológica, o aumento dos benefícios sociais, a redução da dependência da energia não-renovável (inserindo sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos) e a proteção do meio ambiente. Em sistemas orgânicos é vedado o uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer etapa do processo desde a produção à comercialização, e a proteção do meio ambiente (BRASIL, 2003; BRASIL, 2007a).

O sistema de produção orgânico abrange um conjunto de finalidades que também são explicitadas na legislação:

- I – a oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais;
- II – a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção;
- III – incrementar a atividade biológica do solo;
- IV – promover um uso saudável do solo, da água e do ar, e reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação desses elementos que possam resultar das práticas agrícolas;
- V – manter ou incrementar a fertilidade do solo a longo prazo;
- VI – a reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis;
- VII – basear-se em recursos renováveis e em sistemas agrícolas organizados localmente;
- VIII – incentivar a integração entre os diferentes segmentos da cadeia produtiva e de consumo de produtos orgânicos e a regionalização da produção e comércio desses produtos;
- IX – manipular os produtos agrícolas com base no uso de métodos de elaboração cuidadosos, com o propósito de manter a integridade orgânica e as qualidades vitais do produto em todas as etapas (BRASIL, 2003).

A definição de sistema de produção orgânica inclui também outras denominações como: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei (BRASIL, 2003).

Com objetivo de incentivar à agroecologia e a agricultura orgânica, foi lançado em agosto de 2012 a partir do decreto presidencial nº 7.794 a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – PNAPO que visa:

Integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutores da transição agroecológica, da produção orgânica e de base agroecológica, como contribuição para o desenvolvimento sustentável, possibilitando melhoria de qualidade de vida à população por meio da oferta e consumo de alimentos saudáveis e do uso sustentável dos recursos naturais (BRASIL, 2012).

No entanto, executar essa política de Estado (PNAPO) com base agroecológica é complexa, pois demanda ações transversais que envolva atores distintos tanto da sociedade como da esfera pública. Investir em processos adequados à produção de conhecimentos e tecnologias de base agroecológica como por exemplo na pesquisa, na extensão rural e no ensino também auxiliam na execução da referência política (BARUJA, DELLAI, BRANDÃO, 2014). Ou seja, há gargalos na execução da PNAPO que tem prejudicado o incentivo à agroecologia e da agricultura orgânica.

Quanto à comercialização, o produto orgânico deve ser certificado por órgãos reconhecidos oficialmente (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e “acreditada” (credenciada) pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) (AGRON, 2015) desde que atendam

os critérios estabelecidos em regulamento. Porém quando a comercialização é realizada diretamente para o consumidor, por parte de agricultores familiares, cadastrados previamente junto ao órgão fiscalizador, a certificação não é obrigatória, desde que permita a rastreabilidade do produto e o acesso livre aos locais de produção ou processamento (BRASIL, 2003). No entanto, a certificação orgânica torna-se uma ferramenta estratégica, pois permite ao agricultor diferenciar seu produto e obter melhor remuneração e ainda protege os consumidores de possíveis fraudes (NEVES; CASTRO, 2007).

Segundo a Agron (2015), o produtor de orgânicos deve fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, porém para isso o mesmo deve ser certificado por um dos três mecanismos descritos em seguida:

Certificação por Auditoria – A concessão do selo SisOrg é feita por uma certificadora pública ou privada credenciada no Ministério da Agricultura. O organismo de avaliação da conformidade obedece a procedimentos e critérios reconhecidos internacionalmente, além dos requisitos técnicos estabelecidos pela legislação brasileira.

Sistema Participativo de Garantia – Caracteriza-se pela responsabilidade coletiva dos membros do sistema, que podem ser produtores, consumidores, técnicos e demais interessados. Para estar legal, um SPG tem que possuir um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (Opac) legalmente constituído, que responderá pela emissão do SisOrg.

Controle Social na Venda Direta – A legislação brasileira abriu uma exceção na obrigatoriedade de certificação dos produtos orgânicos para a agricultura familiar. Exige-se, porém, o credenciamento numa organização de controle social cadastrado em órgão fiscalizador oficial. Com isso, os agricultores familiares passam a fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos.

Muñoz (2016) em sua pesquisa com produtores de orgânicos de Chapadinha - DF sobre a normativa de produção orgânica, identificou alguns aspectos que dificultam o processo de certificação orgânica formalizado, dentre eles são: registro de todas as atividades desenvolvidas, organização dos documentos exigidos pelas certificadoras e baixo conhecimento por parte dos produtores quanto às normativas.

Pinheiro (2012) aponta várias críticas que os estudiosos e os produtores que pesquisou (no município de Palmeira-PR) fazem a legislação, como a dificuldade de entender e atender as exigências burocráticas, a falta de assistência técnica e de cursos de formação, além da compreensão global do processo.

Os sistemas de certificação por auditoria também podem ser considerados como um obstáculo a formalização da certificação, pois possuem um custo

relativamente alto (BRASIL, 2007b), considerando o pequeno volume de produção de parte dos agricultores que adotam sistemas de produção orgânicos.

2.4 Canais de comercialização

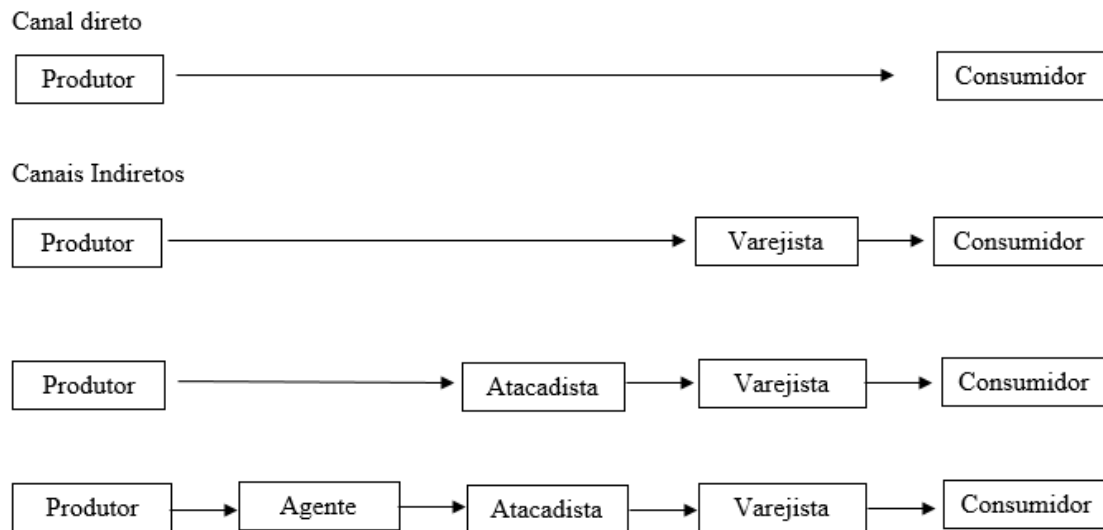
Os principais produtos orgânicos produzidos no Brasil são: açúcar, soja, café, óleos, amêndoas, mel, frutas, legumes e hortaliças. A maior parte dessa produção é oriunda de pequenos e médios empreendimentos e cerca de 70% é destinada à exportação para países da Europa, Japão e Estados Unidos (ORGANICSNET, 2015).

O mercado de orgânicos, em 2015, foi 81,6 bilhões de dólares no mundo, abrangendo em torno de 2,4 milhões de agricultores e uma área de 50,9 milhões de hectares (1,1% das terras utilizadas com a agricultura). Em 2015, segundo o *FIBL* (2017), a Austrália liderava a área de produção orgânica com 22,7 milhões de hectares (44,6% do total), seguida pela Argentina com 3,1 milhões de hectares (o Brasil não aparece na lista dos dez primeiros que termina com a Alemanha com 1,1 milhões de hectares).

A primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos realizada pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, em março e abril de 2017, em quatro regiões do país (sul, sudeste, centro oeste e nordeste), constatou que 15% da população urbana brasileira consumira algum produto orgânico no último mês. Ainda de acordo com a pesquisa, seis em cada dez consumidores consomem verduras e uma em cada quatro pessoas consomem legumes e frutas orgânicas.

De acordo com Churchill e Peter (2000) há quatro tipos de canais para bens de consumo, sendo que o produtor e o consumidor possuem papéis chave em todos. O canal direto ou de nível zero é aquele composto pelo produtor e consumidor; o canal de nível um é composto pelo produtor, um intermediário (varejista) e o consumidor; o canal de dois níveis é composto pelo produtor, dois intermediários (atacadista e varejista) e o consumidor; e o canal de três níveis é composto pelo produtor, três intermediários (agente, atacadista e varejista) e o consumidor (Figura 1).

Figura 1 - Estrutura dos canais de comercialização para bens de consumo.



Fonte: Churchill e Peter (2000).

Araújo (2007) classifica em três formas de comercializar produtos orgânicos: venda direta, através de feiras, vendas no local de produção e cestas em domicílio; venda no varejo, com os pequenos comércios e supermercados e; venda no atacado, para os grandes hipermercados.

“O aumento da concentração e de poder do setor supermercadista na cadeia de suprimentos pode trazer dificuldades para os produtores de orgânicos que perdem o poder de negociação para este elo do canal de distribuição”, se tornando assim uma ameaça para a produção de orgânicos (BRASIL, 2007b, p.82).

As feiras de orgânicos, portanto, são uma importante forma de inserção dos agricultores no mercado, especialmente no caso de produtos orgânicos ou ecológicos, na medida que nesses espaços predomina a venda direta ao consumidor ou com apenas um grau de intermediação, constituindo os chamados circuitos curtos de comercialização (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

O Brasil possui atualmente 645 feiras de orgânicos, das quais 56 se encontram no Centro Oeste, 130 no Nordeste, 270 no Sudeste e 157 no Sul (INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC, 2017). No estado de São Paulo há 152 feiras (23,56% do total) e Jales é um dos municípios que possui uma feira de orgânicos, criada em abril de 2017.

A diferença entre canais curtos e longos de distribuição de alimentos é, para alguns especialistas, o número de intermediários presentes entre a produção e o

consumo. Assim, quanto maior o número de atravessadores, mais longo é o canal e vice-versa (DAROLT et al., 2016).

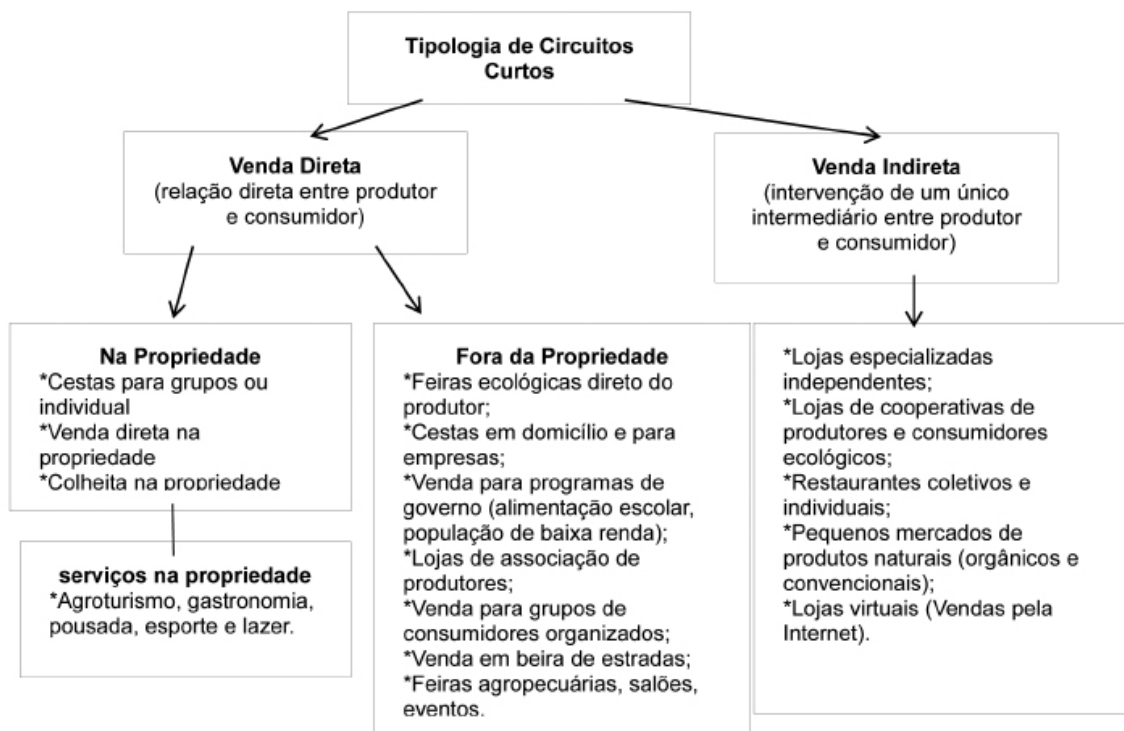
De modo geral as cadeias mais longas tendem a desfavorecer os produtores, pois o valor agregado ao produto entre a produção e o consumidor final é distribuído entre os diversos agentes, provocando assim um aumento no preço do produto, ao mesmo tempo que diminui a parte retida pelos agricultores, especialmente se estes vendem o produto *in natura*.

O circuito curto (CC), é definido pela distribuição de produtos, admitindo-se no máximo um intermediário entre o produtor e o consumidor (CHAFOTTE; CHIFFOLEAU, 2007; MESSMER, 2013). Esse tipo de canal (CC), utiliza a venda direta (quando o produtor comercializa direto para o consumidor) e a venda indireta em que há a presença de um intermediário podendo ser: outro produtor, cooperativa, associação, loja especializada, restaurante e/ou pequenos mercados (MARSDEN et al., 2000). Segundo Guzmán et al. (2012), os circuitos curtos tendem a favorecer produtores e consumidores.

Na Figura 2 consta uma representação esquemática da tipologia de circuitos curtos na comercialização de produtos ecológicos no Brasil. Esta tipologia foi baseada em Darolt et al. (2016), mas com modificações, pois os referidos autores no artigo comparam o Brasil e a França, e consideram que as vendas para o governo são indiretas.

No Brasil a maior parte dos produtores utilizam mais de um tipo de canal ao mesmo tempo como as feiras de produtores, as cestas entregues nos domicílios e programas do governo (Programa de Aquisição de Alimentos - PAA e o Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE). Ao compararem com a França verificaram que no Brasil são mais relevantes as feiras e as redes de comercialização ligadas à certificação participativa, enquanto na França destacam-se as associações de consumidores, os pontos de venda coletiva, lojas de produtores orgânicos independentes e a acolhida na propriedade (DAROLT et al., 2016).

Figura 2 – Tipologia de circuitos curtos de produtos ecológicos no Brasil.



Fonte: Adaptado de Darolt et al. (2016), modificado pela autora.

2.5 Consumo de Produtos Orgânicos e o perfil dos consumidores

No Brasil, o padrão de consumo de alimentos muda com frequência, isso se deve a desigualdade na distribuição da renda e alterações nos valores dos produtos, além serem influenciados também pela urbanização, mudanças demográficas, composição familiar, comportamental, grau de instrução e gênero do chefe de família (MENEZES et al., 2002).

Adquirir conhecimento sobre as características do consumidor é um papel importantíssimo para várias aplicações de *marketing* (SOLOMON, 2016), entendido como o estudo dos processos de compra e troca, envolvidos na aquisição e ou consumos de produtos, serviços, ideias e experiências (MOWEN; MINOR, 2003).

O estudo em relação ao comportamento dos consumidores de orgânicos tem provocado o interesse de diversos pesquisadores, isso deve-se em parte, às mudanças de atitudes, crenças, valores e motivações desses consumidores, que se posicionam criticamente em relação a sua segurança alimentar e ao consumo de alimentos industrializados (VILAS BOAS; SETTE; BRITO; 2006).

De acordo com Darolt (2002) há dois tipos de consumidores de orgânicos: os consumidores mais antigos, motivados, informados e exigentes quanto à qualidade biológica do produto (geralmente frequentadores de feiras, restaurantes e lojas especializadas) e os consumidores de supermercados.

Segundo Krischke e Tomiello (2009), os aspectos que motivam os consumidores a optarem por este tipo de alimento são: vida saudável, qualidade de vida, confiança na marca e qualidade do produto. Sampaio et al. (2013), afirma que outros trabalhos mencionam que há os consumidores que valorizam o meio ambiente natural e associam sua preservação aos orgânicos.

Autores como Assis (1993), Campos (1998), Cerveira e Castro (1999b) e Barbé (2009), por meio de suas pesquisas identificaram um padrão no perfil de consumidores de orgânicos: idade entre 30 e 50 anos, sexo feminino, de classe média, escolaridade elevada e hábitos de consumo diversificado. A saúde e não utilização de agrotóxicos são os principais motivos da compra de orgânicos.

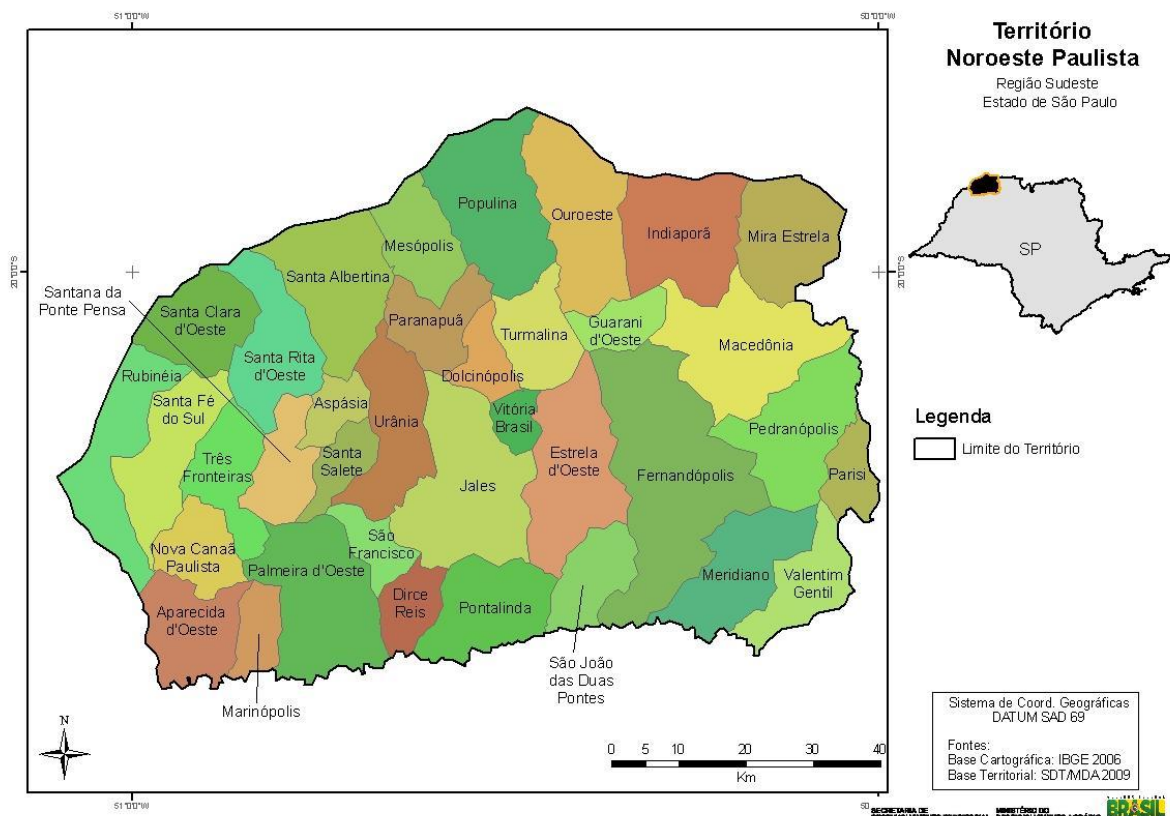
3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização do lócus da pesquisa: o Território Rural Noroeste Paulista

O Território Rural Noroeste Paulista está localizado na região Sudeste e é composto por 36 municípios que abrangem as Microrregiões Geográficas de Jales e Fernandópolis, além de dois municípios da MRG de Votuporanga (OLIVEIRA, 2014), conforme pode-se observar na Figura 3. O mesmo possui uma área de 6.976,88Km² e uma população total de 266.888, em que a população urbana representa 236.285 e a rural 30.603 (IBGE, 2010).

Cabe ressaltar que de acordo com o IBGE (2006), o Território possui 12.360 estabelecimentos sendo 9.006 (72,86%) da agricultura familiar e uma área total de 589.168 hectares, dos quais 175.930 hectares (29,86%) correspondem a área familiar. O município de Jales é o município que representa o maior número estabelecimentos familiares (819) (Tabela 1).

Figura 3 - Limites territoriais dos 36 municípios pertencentes ao Território Noroeste Paulista (SP).



Fonte: Brasil (2009).

Tabela 1 – Estabelecimentos rurais e área da agricultura familiar e não familiar dos municípios que compõem o Território Noroeste Paulista.

Municípios	Nº de Estabelecimentos Familiares	Área (ha)	Nº de Estabelecimentos Não Familiares	Área (ha)
Aparecida d'Oeste	305	6 000	75	10 386
Aspásia	172	3 740	70	3 528
Dirce Reis	120	2 289	43	5 305
Dolcinópolis	118	3 270	48	3 767
Estrela d'Oeste	211	4 474	170	21 704
Fernandópolis	570	9823	249	42087
Guarani d'Oeste	43	1 103	78	6 213
Indiaporã	122	2 183	142	19 564
Jales	819	14 336	294	19 560
Macedônia	236	6 595	126	16 843
Marinópolis	118	2 749	29	4 709
Meridiano	256	2 835	92	17 113
Mesópolis	131	2 292	80	8 706
Mira Estrela	195	5 609	75	9 496
Nova Canaã Paulista	375	6 638	43	6 962
Ouroeste	111	2 201	71	20 963
Palmeira d'Oeste	807	13 745	160	16 714
Paranapuã	138	3 356	72	8 721
Parisi	99	1 272	102	6 997
Pedranópolis	218	6 172	64	8 051
Pontalinda	169	2 978	86	16 301
Populina	188	4 092	112	23 898
Rubinéia	119	1 472	53	10 277
Santa Albertina	348	8 041	134	14 205
Santa Clara d'Oeste	158	3 755	48	11 096
Santa Fé do Sul	428	6 526	128	10 419
Santa Rita d'Oeste	351	8 063	88	13 779
Santa Salete	228	4 645	41	3 034
Santana da Ponte Pensa	258	5 340	48	6 572
São Francisco	257	3 510	78	3 614
S. João das Duas Pontes	117	3 158	78	9 188
Três Fronteiras	314	5 764	88	7 587
Turmalina	213	5 031	57	8 562
Urânia	461	7 958	131	7 484
Valentim Gentil	173	3 152	69	7 513
Vitória Brasil	60	1 763	32	2 321
Total	9.006	175.930	3.354	413.238

Fonte: (IBGE, 2006).

Segundo Oliveira et al. (2012), a organização do Território é realizada através do Colegiado de Desenvolvimento Territorial Noroeste Paulista (CODETER-NP), em que este é constituído por 32 organizações (divididas igualmente entre o poder público e a sociedade civil), representativas dos agricultores familiares, pescadores e aquicultores, representantes do poder público (Federal, Estadual e Municipal), organizações não governamentais e outras entidades envolvidas no processo de desenvolvimento territorial. O principal instrumento de apoio do CODETER-NP para que o desenvolvimento do Território seja consolidado é o Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável – PTDRS (documento que aborda a aplicação da política de desenvolvimento territorial), apoiado pelo PROINF (Ação Orçamentária de Apoio à Infraestrutura e Serviços nos Territórios Rurais). Mas a partir de junho de 2016, com a mudança do governo federal, paralisaram-se as ações territoriais.

De acordo com Petinari; Tereso; Bergamasco (2008), a região de Jales é caracterizada pela pecuária de corte, seguida da laranja, uva e leite. Sant’Ana (2011) comenta que, especialmente na MRG de Jales, há uma participação importante da fruticultura, com destaque para a uva fina (Itália, Rubi, Benitaka, Redglobe, entre outras) e rústica (Niagara), a laranja para mesa e o limão. A olericultura também é expressiva e responde pelo abastecimento de significativo número de municípios. Em parte dos municípios da referida Microrregião e nos demais do Território Noroeste Paulista ocorreu grande expansão dos plantios de cana de açúcar, mas a pecuária de corte e de leite também é relevante (SANT’ANA, 2011).

3.2 Descrição dos Métodos e Técnicas da Pesquisa

A pesquisa buscou abranger o conjunto de produtores orgânicos do Território Rural Noroeste Paulista certificados e outros em fase de transição orgânica (visando ou não a certificação). De acordo com o decreto número 7.794 de 20 de agosto de 2012, caracteriza-se transição agroecológica/orgânica como:

Processo gradual de mudança de práticas e manejo de agroecossistemas, tradicionais ou convencionais, por meio da transformação das bases produtivas e sociais do uso da terra e dos recursos naturais, que levam a sistemas de agricultura que incorporem princípios e tecnologias de base ecológica (BRASIL, 2012).

Foi considerado em transição para agricultura orgânica aqueles produtores que já tinham incorporado em seus sistemas de cultivos dois aspectos importantes das regras da produção orgânica: o não emprego de agrotóxicos para controle de

pragas, doenças e plantas espontâneas e a não utilização de fertilizantes químicos sintéticos (exceto os permitidos segundo legislação de orgânicos vigente).

Primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica e após efetuou-se uma busca de informações sobre o número de produtores orgânicos existentes no Território e suas respectivas localizações, junto à Coordenadoria de Assistência Técnica e Integral (CATI) da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Cabe ressaltar que durante a aplicação da pesquisa, alguns produtores também auxiliaram nas informações, pois indicavam novos produtores de orgânicos, método este denominado “bola de neve” e que é utilizado em amostragens não probabilísticas (VINUTO, 2014). Alguns engenheiros agrônomos da CATI também auxiliaram na localização das propriedades.

A segunda etapa, foi constituída de uma pesquisa de campo que, segundo Marconi e Lakatos (2010), de modo geral objetiva adquirir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura resposta ou uma hipótese, que queira comprovar, ou até mesmo descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Já para Andrade (2010), esse tipo de pesquisa utiliza técnicas específicas como a observação direta e a entrevista, que tem como objetivo recolher e registrar, de maneira ordenada, os dados sobre o assunto em estudo.

A técnica empregada nessa segunda etapa foi a aplicação de questionário, na forma de entrevistas (GIL, 2008), com produtores orgânicos e em transição. Vergara (2010), enfatiza que a entrevista é efetuada através de perguntas feitas a alguém que lhe responde oralmente, sendo que a presença física nesse caso é o ideal, como foi o caso nessa pesquisa.

No total foram pesquisados 13 agricultores, o que corresponde a 86,6% dos produtores orgânicos certificados e em fase de transição orgânica (um produtor não aceitou participar da pesquisa e com o outro, mesmo após várias tentativas, não foi possível agendar a entrevista), distribuídos nos seguintes municípios do Território Noroeste Paulista: Estrela D’Oeste (1 produtor), Indiaporã (2), Jales (3), Mesópolis (3), Ouroeste (1), Santa Albertina (1), Santa Fé do Sul (1) e Três Fronteiras (1). Nos demais municípios do Território não se constatou presença de produtores com as características requeridas na pesquisa.

O questionário (Apêndice 1) foi constituído de perguntas abertas e fechadas, classificada assim como uma pesquisa mista (qualitativa e quantitativa). Segundo Creswell (2010), esse tipo de pesquisa possibilita a transformação de dados

qualitativos em quantitativos sempre quando é possível contar o número de vezes que o mesmo dado aparece nos textos. Essa possibilidade de quantificar os dados qualitativos, permite comparar resultados quantitativos e qualitativos.

Antes de realizar as entrevistas aplicou-se um pré-teste com 2 produtores, pois de acordo com Marconi e Lakatos (1996) os pré-testes devem ser realizados quando os questionários estão praticamente na versão definitiva. Vergara (2010), destaca que é importante esse método, pois julga e avalia o questionário e por consequência permite a formatação final do mesmo.

Durante a aplicação do questionário, ocorrida no período de março a agosto de 2017, foram realizadas anotações extras, pois ainda de acordo com Vergara (2010), durante a entrevista pode, caso o entrevistador autorize, gravar a conversa ou fazer anotações complementares que podem contribuir na fase de análise dos dados.

Em seguida foi realizada a tabulação e organização dos dados de campo na forma de tabelas e gráficos, visando a análise e a interpretação dos resultados por meio da estatística descritiva que segundo Reis e Reis (2002, p.5) é composta de métodos que são utilizados “para organizar, resumir e descrever os aspectos importantes de um conjunto de características observadas ou comparar tais características entre dois ou mais conjuntos”. As ferramentas descritivas envolvem vários “tipos de gráficos e tabelas e também medidas de síntese como porcentagens, índices e médias” (REIS; REIS, 2002, p.5).

Os consumidores também foram pesquisados por meio de questionário, aplicado na forma de entrevista, no próprio local de realização das compras. Visou-se levantar o perfil sócio econômico desses consumidores, os tipos de produtos comercializados e aspectos relacionados à avaliação que fazem dos produtos e o tipo de relação que mantêm com os agricultores. Utilizou-se uma amostragem aleatória de 50 consumidores da Feira de Orgânicos de Jales que é realizada às quartas-feiras a partir das 16 horas e aos sábados de manhã (em prédio específico ao lado de uma feira livre convencional – denominada a Feira do Comboio). Vale ressaltar que, segundo um dos produtores responsáveis pela Feira de Orgânicos de Jales, em média 1.000 pessoas por mês realizam compras no local (o número de consumidores é menor, já que a maioria compra semanalmente, como foi apurado na presente pesquisa). Cabe destacar que a Feira de Orgânicos de Jales foi escolhida para efetuar a pesquisa, pois de acordo com o Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC (2017),

Jales é o único município do Território Noroeste Paulista que possui uma feira de orgânicos.

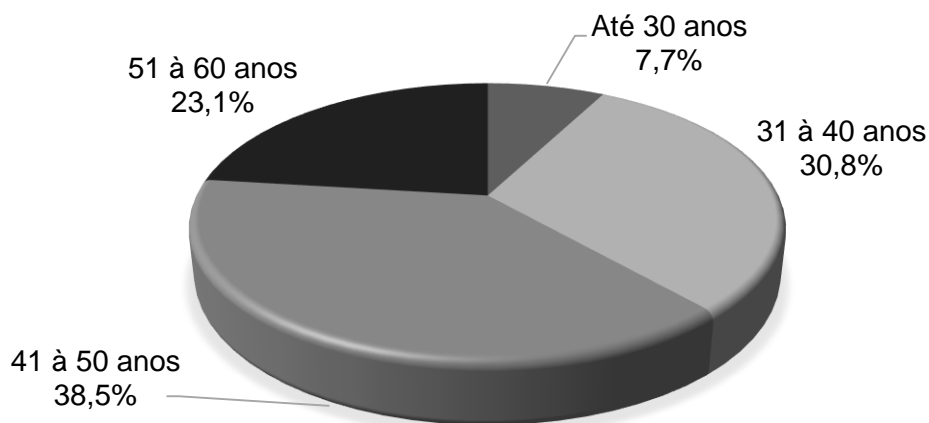
Os questionários foram aplicados aos consumidores, em novembro e dezembro de 2017. Assim como o questionário aplicado aos produtores, foram realizadas também anotações complementares, afim de recolher outras informações de interesse da pesquisa. Os dados desses questionários foram tabulados e organizados na forma de tabelas e gráficos, visando a análise e a interpretação dos resultados também por meio da estatística descritiva.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Pesquisa com os produtores

A partir das informações obtidas, na pesquisa de campo, foi possível identificar o perfil dos produtores pesquisados, que se apresentaram como responsáveis pelo estabelecimento. Constatou-se que 69,2% são do sexo masculino e 30,7% do feminino, porém vale ressaltar que 77,7% do total dos produtores estavam acompanhados de suas esposas que também trabalham na propriedade e participaram das respostas ao questionário. Quanto à faixa etária dos entrevistados 38,5% possui 41 a 50 anos de idade, 30,8% de 31 a 40 anos, 23,1% de 51 a 60 anos e a minoria representando 7,7% até 30 anos (Figura 4). Diante desses dados fica nítido a presença de produtores mais experientes atuando na área de orgânicos, pois o entrevistado com menos de 30 anos de idade é filho de produtor e trabalha junto com o pai. Estes dados condizem com o relato de Camarano e Abramovay (1999) e Anjos (2005), pois de acordo com esses autores o envelhecimento e a masculinização da população rural tem se tornado cada vez mais predominantes, em função da saída dos jovens e, especialmente, das mulheres jovens.

Figura 4 - Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos produtores pesquisados no Território Noroeste Paulista.



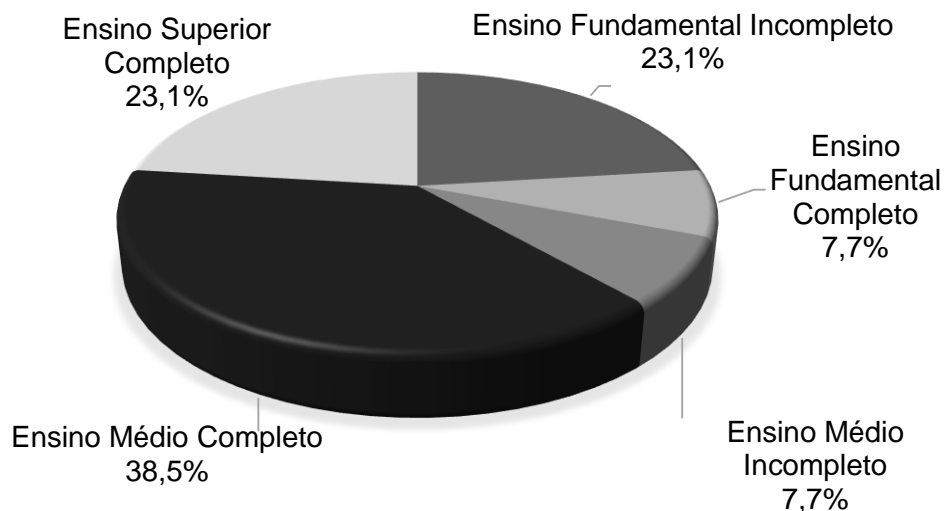
Fonte: Elaborado pela autora.

Barbé (2009), em sua pesquisa sobre a caracterização dos produtores de orgânicos em Campos dos Goytacazes, também detectou um perfil de idade

semelhante, sendo que no caso todos os produtores tinham mais de 30 anos de idade, sendo 40% de 41 a 50 anos, 30% de 30 a 40 anos e 30% possuía mais de 50 anos. Observa-se, diante desses dados, que predominam os produtores mais experientes atuando na área de orgânicos em ambas as pesquisas.

Quanto à escolaridade dos agricultores pesquisados, na Figura 5, observa-se que 38,5% possuem Ensino Médio Completo, 23,1% Ensino Superior Completo, enquanto apenas 23,1% Ensino Fundamental Incompleto. Portanto a maioria dos produtores possuem no mínimo o Ensino Médio Completo, uma situação distinta da média da escolaridade da população brasileira da área rural que apresenta apenas 4,4 anos de estudo (IBGE, 2014), correspondendo ao Ensino Fundamental Incompleto. Rosas (2010) em sua pesquisa com produtores rurais do extremo Noroeste Paulista identificou que a maioria dos entrevistados possuem ensino médio incompleto. Ou seja, este é mais um indício que os produtores de orgânicos se diferenciam dos demais quando se trata da escolaridade independente da região.

Figura 5 - Distribuição percentual, em função da escolaridade, dos produtores pesquisados no Território Noroeste Paulista.



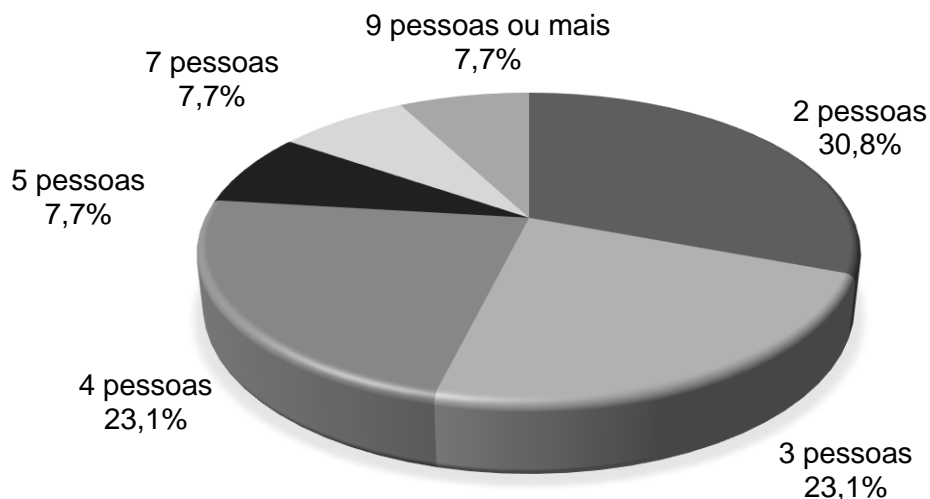
Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação à mão de-obra envolvida na produção da propriedade, há predominância (77% dos entrevistados) de famílias que possuem de duas a quatro pessoas que trabalham na propriedade, enquanto 23,1% relataram a participação de cinco ou mais pessoas (Figura 6). Em nenhuma propriedade o trabalho é realizado

por apenas um indivíduo, mas a maioria apresenta um número pequeno de pessoas responsáveis pela mão-de-obra do estabelecimento. Segundo Telles et al. (2017), a População Economicamente Ativa Rural teve uma redução nas Grandes Regiões do Brasil entre 2001 e 2009 com exceção da Grande Região Centro-Oeste. Quanto ao número de pessoas da família que trabalham na propriedade, 84,7% relataram também a presença de dois a quatro membros da família envolvidos na produção (Figura 7).

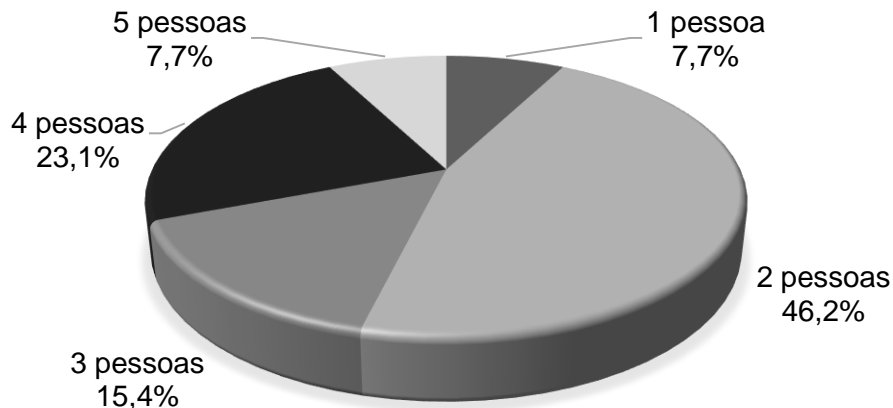
Quando comparados os resultados da quantidade de pessoas que trabalham na propriedade e a quantidade de pessoas que são da família que trabalham no estabelecimento, percebe-se que a grande maioria destes tem predominância do trabalho familiar, um dos requisitos para serem enquadrados na categoria de agricultores familiares de acordo com a Lei N° 11.326 de 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006). Esse fato torna-se mais perceptível, quando observada a quantidade de pessoas da família que exercem atividade ou possuem renda externa à propriedade: apenas 38,5% das famílias possuem 1 ou 2 pessoas que trabalham fora (Figura 8).

Figura 6 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas que trabalham por propriedade pesquisada no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

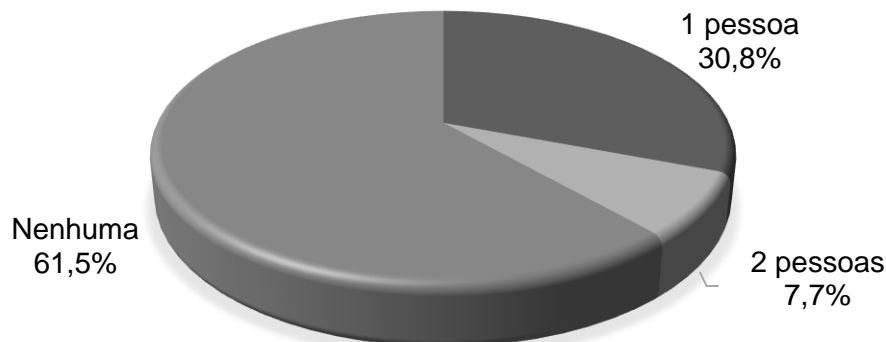
Figura 7 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas da família que trabalham por propriedade pesquisada no Território Noroeste Paulista.



Fonte:

Elaborado pela autora.

Figura 8 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de pessoas da família que exercem atividade ou possuem renda externa à propriedade, no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

A contratação da mão de obra de terceiros é um fator relevante, pois pode influenciar na caracterização da agricultura familiar. A partir dos resultados obtidos, constatou-se que 30,8% não utilizam mão de obra de terceiros. Já entre os 69,2% que disseram contratar mão de obra, 55,6% afirmaram que contratam diarista somente em épocas de maior demanda de serviços, apenas 11,1% relataram que possuem empregado permanente, além de contratar diarista eventualmente, e 33,3%

mencionaram que utilizam o sistema de parceria (Figura 9). Segundo Nasrallah (2016), parceria é a conjugação de esforços entre produtores rurais, no qual o proprietário da terra se junta a outro produtor com objetivo de explorar a área para fins agrícolas. A partir dessas informações, observa-se que a maioria dos produtores se enquadram também neste item como agricultura familiar, pois utilizam mão de obra de terceiros esporadicamente.

Figura 9 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tipo de mão-de-obra externa à família, nas propriedades do Território Noroeste Paulista.



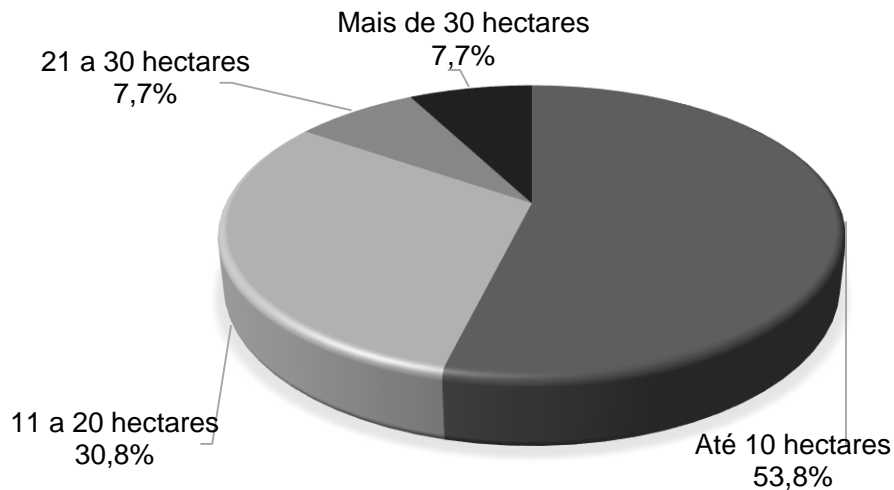
Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto à área trabalhada pelos produtores orgânicos (ou em transição) verificou-se que 53,8% das propriedades possuem até 10 hectares, 30,8% de 11 a 20 hectares e as demais (15,4%) apresentam mais de 20 hectares (Figura 10). Dentre os municípios onde foi realizada a pesquisa, o menor módulo fiscal é de 26 hectares, portanto mais de 80% dos agricultores pesquisados possuem menos de um módulo fiscal (o máximo permitido para enquadramento da agricultura familiar são quatro módulos fiscais de acordo com a Lei N° 11.326 de 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006), (Tabela 2).

Segundo o IBGE (2006) a área média dos estabelecimentos familiares do Território Noroeste Paulista é de 19,53 hectares, porém a média dos produtores de orgânicos é de 13,93 hectares. Embora estes agricultores possam trabalhar com atividades mais intensivas que podem ser viáveis em áreas limitadas, a extensão

média menor dos estabelecimentos familiares orgânicos pode ser um fator que dificulta o aumento e/ou a diversificação da produção.

Figura 10 - Distribuição percentual das propriedades pesquisadas, em função do tamanho das áreas (hectares), no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 2 – Módulos fiscais dos municípios, nos quais foram pesquisados produtores orgânicos certificados ou em transição.

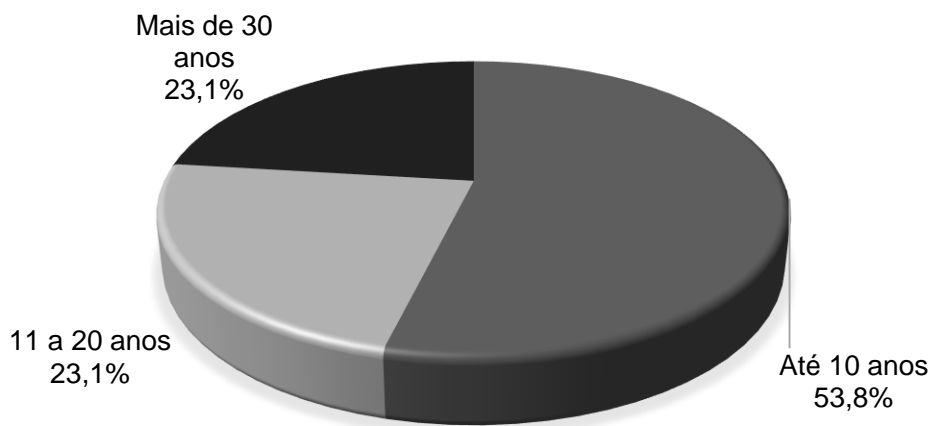
Municípios	Módulo Fiscal (ha ⁻¹)
Estrela D'Oeste	26
Indiaporã	30
Jales	26
Mesópolis	30
Ouroeste	30
Santa Albertina	30
Santa Fé do Sul	30
Três Fronteiras	26

Fonte: Brasil (2013).

A informação sobre o tempo que o produtor possui a propriedade ou trabalha no campo possibilita visualizar a experiência do mesmo com a terra e a agricultura. Observa-se, na Figura 11, que a maioria (53,8%) tem até 10 anos de experiência, enquanto 23,1% estão no trabalho agropecuário por um período de 11 a 20 anos e os

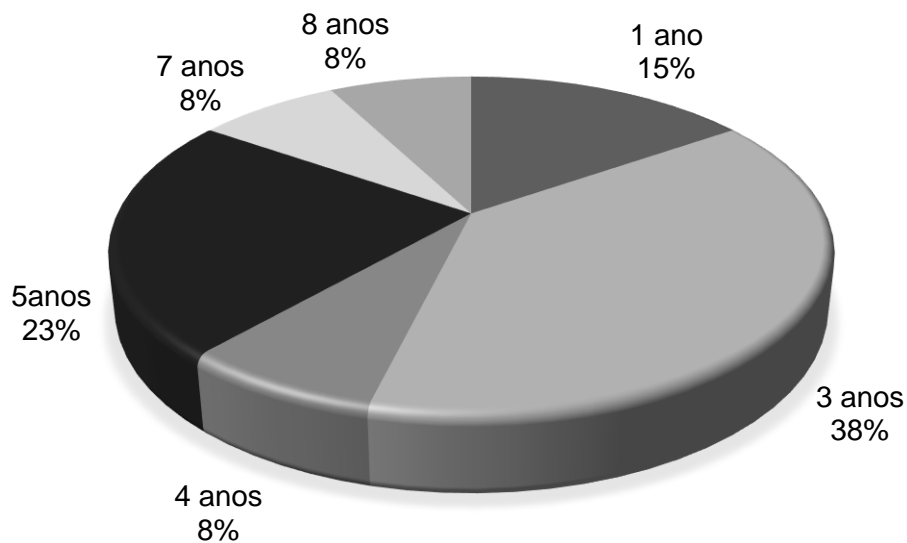
demais (também 23,1%) estão há mais de 30 anos envolvidos neste tipo de trabalho. Diante disso, buscou-se também saber a quanto tempo esses produtores trabalham com orgânicos (ou iniciaram a transição): quase a totalidade possui uma inserção recente, pois 84,7% dos entrevistados tem até 5 anos de experiência com orgânicos e apenas dois produtores (15,4%) possuem 7 e 8 anos de experiência (Figura 12).

Figura 11 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que possuem a propriedade e/ou trabalham na área agropecuária, no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 12 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que trabalham com orgânicos, no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

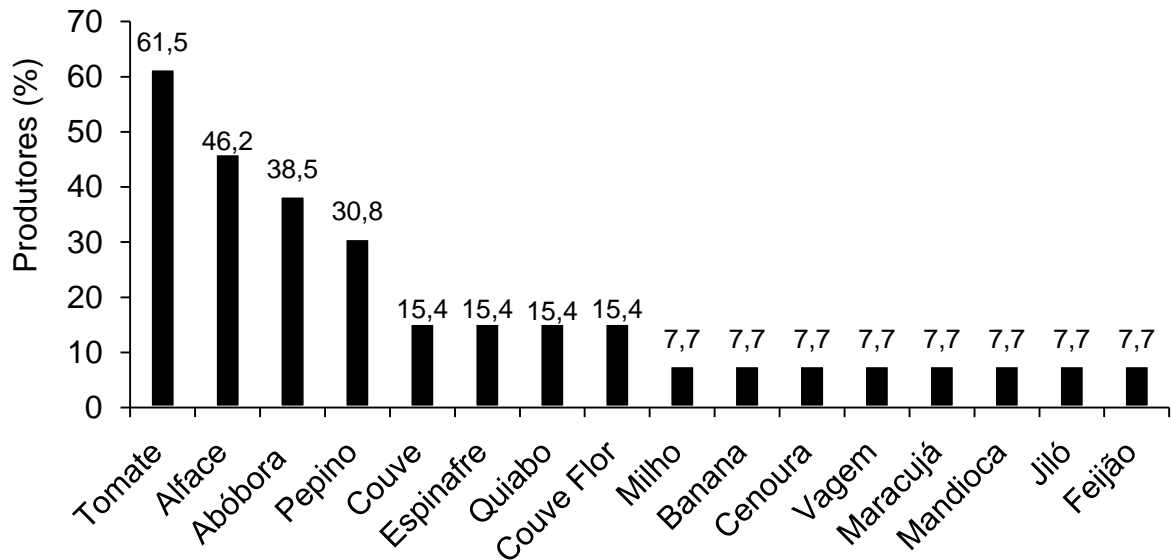
Os resultados obtidos apontam a predominância de produtores que possuem um tempo relativamente pequeno de experiência com os sistemas orgânicos de produção quando comparado com a agricultura. De modo geral os agricultores do Território ainda estão adquirindo conhecimento sobre o cultivo de orgânicos e também de comercialização, pois a feira de produtos orgânicos foi instalada somente em 2017, em Jales.

Os fatores, citados com maior frequência, que levaram os agricultores a produzir orgânicos foram a preocupação com a saúde, tanto de suas próprias famílias como a dos consumidores; o fato de não precisar trabalhar com agrotóxicos (que também se vincula à questão da saúde); a motivação financeira (lucrar mais, por ser um produto diferenciado); a qualidade de vida da família e os cursos oferecidos pela CATI (Coordenadoria de Assistência Técnica e Integral) e Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).

Os entrevistados apontaram que os principais produtos orgânicos produzidos em seus estabelecimentos são o tomate (61,5% dos produtores), a alface (46,2%), a abóbora (38,5%) e o pepino (30,8%), como pode ser visto na Figura 13. No total foram citados 16 produtos, com predomínio das olerícolas, mas também há agricultores que cultivam frutas (banana e maracujá) e grãos (milho e feijão).

Barbé (2009) afirma que a diversidade na produção de alimentos orgânicos, geralmente é uma característica da produção agroecológica, pois essa diversidade contribui para um melhor equilíbrio do sistema e permite a eliminação do uso de produtos químicos. Para Assis (2005, p.14) “a agricultura orgânica caracteriza-se pela diversificação e integração da produção interna, sendo o termo orgânico originário da ideia de que a unidade de produção funcione como um organismo vivo”. Ehlers (2017) destaca que a diversificação de culturas é uma aptidão da agricultura familiar. Sendo assim, a mesma funciona como uma estratégia para a agricultura familiar, pois visa reduzir riscos de perdas totais, racionalizando o uso da mão-de-obra e extraíndo o máximo de proveito da interação em diversas culturas e criações (FUNK, 2008).

Figura 13 – Número de produtores pesquisados por tipo de culturas orgânicas produzidas, no Território Noroeste Paulista.



Nota: *Valores com repetição. Produtores podiam citar mais de um produto orgânico produzido.

Fonte: Elaborado pela autora.

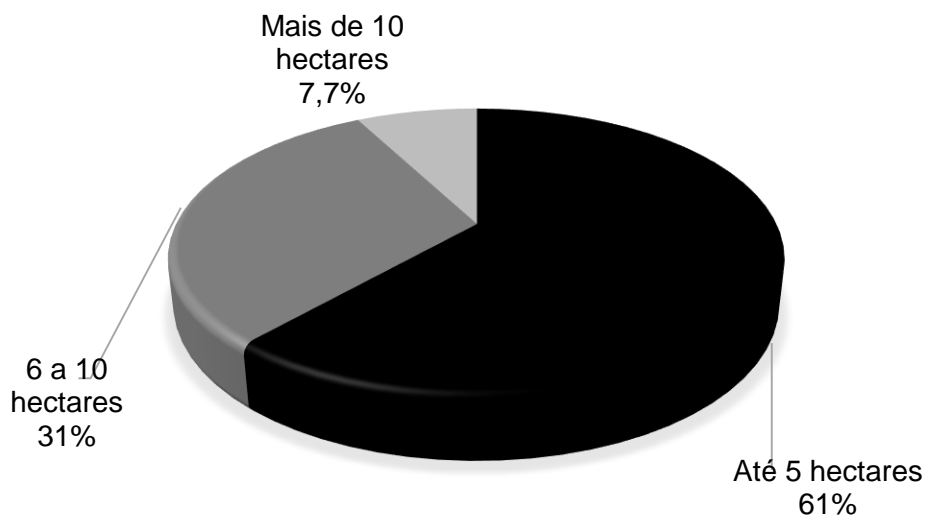
A certificação orgânica também funciona como uma estratégia para o mercado de produtos orgânicos, pois possibilita ao agricultor diferenciar seu produto, obter melhor remuneração e ainda protege os consumidores de possíveis fraudes (NEVES; CASTRO, 2007). Em contrapartida, os sistemas de certificação por auditoria possuem um custo relativamente alto (BRASIL, 2007b), considerando o pequeno volume de produção de parte dos agricultores que adotam sistemas de produção orgânicos.

Entre os produtores pesquisados 69,2% possuem certificação, enquanto os demais (30,8%) estão em processo de transição e não possuem ainda o selo, mas estão buscando a certificação participativa por meio de uma associação ainda não formalizada. A certificação participativa constitui na organização de um grupo de pequenos produtores, técnicos, consumidores e comerciantes que visam controlar a qualidade das produções e a certificação; nesse modelo, não há participação de agente certificador externo, mas toda visita deve ter a presença do facilitador do grupo, o coordenador e pelo menos um produtor orgânico, lembrando que a OPAC – Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade é o responsável pela avaliação final e emissão do certificado que também é credenciado e fiscalizado pelo MAPA (SALDANHA, 2017).

Dentre os produtores certificados, sete (78%) disseram ser por meio da OIA (Organização Internacional Agropecuária) e dois (22%) são certificados pela IBD (Associação de Certificação Instituto Biodinâmico). Essa diferença de porcentagem talvez seja pelo preço da certificação, pois muitos produtores relataram que via IBD é mais cara, porém permite exportar os produtos para outros países.

Com base nos resultados coletados com os entrevistados constatou-se que 61,5% possuem até 5 hectares certificados, 30,8% de 6 a 10 hectares e somente 7,7% (um produtor) mais de 10 hectares (Figura 14). Quando somados todos os hectares certificados dos produtores pesquisados do Território Noroeste Paulista tem-se o total de 57,4 ha. Nota-se que a quantidade é incipiente, pois trata-se de uma forma de cultivo que é nova no Território Noroeste Paulista, ao menos na forma certificada. Cabe destacar, no entanto, que muitos produtores não certificam a propriedade inteira, pois esse procedimento eleva o preço da certificação.

Figura 14 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da quantidade de hectares certificados nas propriedades do Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

Dados divulgados pelo *Research Institute of Organic Agriculture* - FiBL e a IFOAM – *Organics International* (2017) demonstram que o Brasil possui 705.233 hectares destinados à produção de orgânicos e se considerarmos os dados do MAPA (BRASIL, 2017a) que registra 16.794 agricultores orgânicos, temos uma média

aproximada de 42 hectares por produtor. Embora deva-se considerar que algumas culturas, como a cana-de-açúcar, aumentam a área média brasileira, cabe ressaltar que a área certificada pelos produtores pesquisados é bem menor.

Um fator importante para consolidar as vendas dos produtos orgânicos é a regularidade da oferta. Todos os produtores pesquisados afirmaram que produzem o ano todo, pois possuem irrigação e sistema de cultivo protegido (filme plástico e/ou telado), o que permite manter a produção. Em relação à comercialização, todos os produtos são vendidos na forma *in natura*, pois para qualquer processamento (mesmo mínimo) necessita-se de outra certificação específica o que pode aumentar a dificuldade dos produtores quanto a comercialização.

O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), abrange o Brasil todo e tem como objetivo suprir as necessidades escolar, visando hábitos alimentares saudáveis, desenvolvimento, crescimento, aprendizagem e rendimento escolar. De acordo com as novas diretrizes do PNAE estabelecidas pela Lei 11.947 e Resolução/CD/FNDE nº 38, promulgadas em Julho de 2009, determina que no mínimo 30% do total de recursos repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), sejam destinados preferencialmente à compras de alimentos orgânicos, provenientes da agricultura familiar, local, regional ou nacional (SILVERIO, 2013). Segundo Brasil (2016) cabe a entidade executora realizar uma pesquisa de preço e caso isso seja impossível, poderá somar em até 30% em relação aos preços estabelecidos para produtos convencionais, conforme a Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011. Portanto tornou-se necessário analisar se os produtores comercializam também para os órgãos públicos.

Quando questionado aos produtores sobre o destino da produção (eles podiam mencionar todos os canais de comercialização que utilizavam), 84,6% do total citaram as vendas diretas para consumidor final, 38,5% afirmaram vender para intermediários, 30,8% indicaram outros agentes (como por exemplo, o comércio varejista e os restaurantes) e 7,7% comercializam para órgãos públicos (Figura 15).

De acordo com a pesquisa realizada em Campos dos Goytacazes, por Barbé (2009, p.42), “80% dos produtores vendem seus produtos em feiras, 40% nas feiras e restaurantes e 10% fazem a venda para o atravessador”. No caso estudado por Finatto e Corrêa (2010), o PAA se constituía no principal meio de comercialização de produtos orgânicos dos produtores do município de Pelotas (RS), já as feiras se posicionavam em segundo lugar.

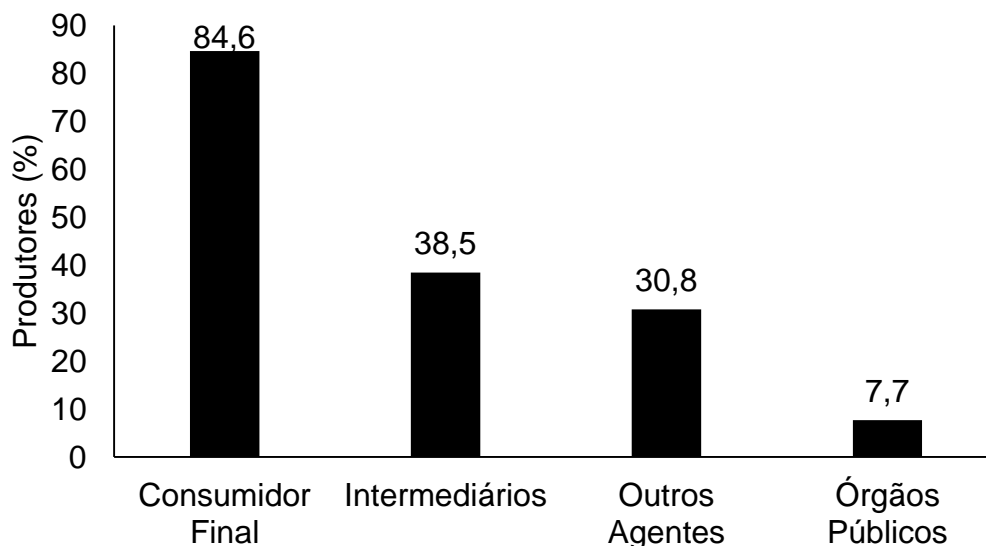
Estes resultados indicam que a produção orgânica, associada a algum grau de organização, pode permitir uma inserção favorável no mercado, com menor dependência atravessadores. No entanto, quando a produção é maior, os produtores ainda dependem de atravessadores para escoar seus produtos.

No caso da venda para órgãos públicos, o único produtor representando os 7,7% disse entregar para o PNAE, no entanto, vale ressaltar que segundo o mesmo, a prefeitura do município onde entrega seus produtos, não o remunera de forma diferenciada os produtos orgânicos, ou seja, paga o mesmo valor dos convencionais.

A impossibilidade de realização de pesquisa de preços de produtos agroecológicos ou orgânicos, a EEx. poderá acrescer aos preços desses produtos em até 30% (trinta por cento) em relação aos preços estabelecidos para produtos convencionais, conforme Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011 (BRASIL, 2013).

Outras informações reveladas pelo produtor é que a vantagem deste tipo de comercialização é a garantia de recebimento e a desvantagem é a falta de cumprimento de prazos de pagamento (Figura 15).

Figura 15 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do destino da produção orgânica, no Território Noroeste Paulista.



Nota: *Valores com repetição. Produtores podiam citar mais de uma forma de comercialização.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Diante dessas informações, foi perguntado aos agricultores sobre as vantagens e desvantagens da comercialização realizada para os consumidores finais. Quanto às vantagens mencionaram: maior lucratividade, pagamento à vista, venda rápida, não

ter devolução de produto e eliminar os atravessadores (o que significa também ter maior margem de lucro). Já em relação às desvantagens apontaram: irregularidade das vendas (“há dias que não vende bem”), necessidade de dedicação de tempo para esta atividade, demandar organização quanto às embalagens e ao transporte, falta de informação por parte dos consumidores sobre o que são os orgânicos, falta de parcerias entre produtores e a dificuldade em pedir aos consumidores o preço real equivalente a um produto orgânico.

Quanto a venda realizada para os intermediários e outros agentes, 78% dos produtores relataram que a negociação é realizada por telefone, enquanto os demais (22%) disseram que vão até a empresa do comprador. O contrato não é utilizado por 89% nesse tipo de venda. Vale ressaltar que não utilizar contrato durante a negociação, pode deixar os produtores mais vulneráveis às mudanças nos preços, na avaliação dos produtos ou ao risco de não receber pelos produtos vendidos.

A forma de pagamento predominante é a prazo, citada por 67% dos produtores, 22% mencionaram receber à vista e 11% afirmaram combinar as duas formas. Quando ao prazo de pagamento das vendas que realizam, a grande maioria (71%) dos produtores citou o período de 31 a 60 dias e os demais (29%) o prazo de até 30 dias. De modo geral os produtores não recebem cheque como forma de garantia de pagamento, este fato combinado com a não utilização contrato na negociação, mostra que as negociações são realizadas com base na confiança, mas alguns produtores revelaram já ter levado calotes, com prejuízos irreparáveis.

O produto cultivado e comercializado com maior frequência de acordo com a Tabela 3 é o tomate, atingindo, em média, a quantidade de mais de 19,2 toneladas vendidas por semana; em seguida estão a abóbora (mais de 10,5 toneladas por semana); o pepino (3,8 toneladas semanais) e o quiabo (1,6 toneladas). Entre as culturas comercializadas em maços, destaca-se a alface com a venda média de 470 maços por semana. Quanto ao destino desses produtos todos são vendidos para consumidor final, mesmo quando é agregado outro destino. A presença de intermediários (chamados pelos agricultores de atravessadores) é mais frequente no caso das culturas com maior volume comercializado; já no caso das olerícolas folhosas, do brócolis, do chuchu e do maracujá, não ocorre a participação de intermediários, pois estes produtos são direcionados, em sua maioria para os consumidores, outros agentes (comércio varejista) e/ou órgãos públicos.

Tabela 3 – Número de produtores, quantidade vendida semanalmente, preço médio (março a agosto de 2017) e destino da comercialização dos principais produtos orgânicos comercializados pelos agricultores do Território Noroeste Paulista.

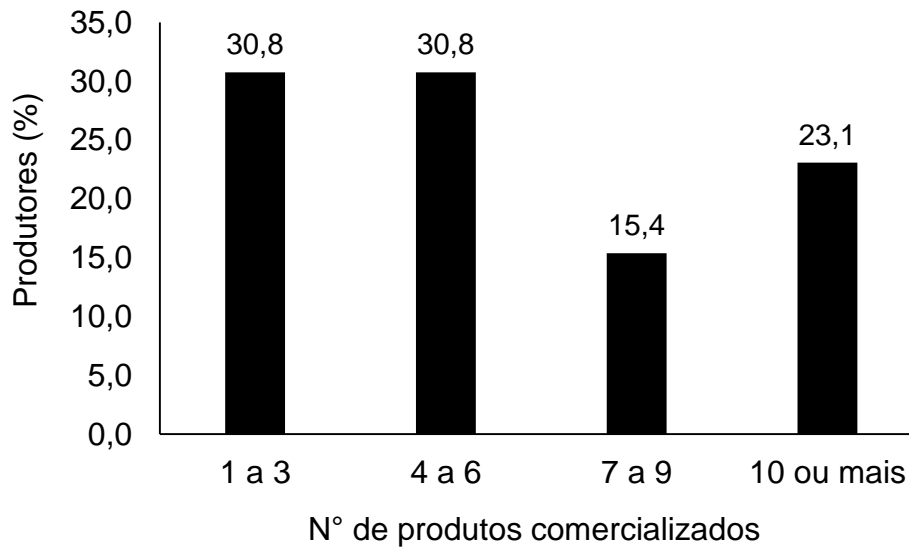
Produto	Nº de produtores	Unidade	Quantidade Média vendida	Preço Médio (R\$)	Destino da Comercialização (% de produtores de cada produto que vendem para o canal)				
					1	2	3	4	5
Tomate	8	kg	19 242	4,12	25%	25%	25%	12,5%	12,5%
Abóbora	5	kg	10 575,5	3,03	40	20%	40%		
Alface	5	maço	470	4,00	40%			40%	20%
Couve	5	maço	147	3,20	40%			40%	20%
Pepino	5	kg	3 828,5	2,71		20%	40%	20%	20%
Quiabo	4	kg	1 656	2,85		25%	25%	25%	
Almeirão	4	maço	95	3,75	50%			50%	
Maracujá	4	kg	56,5	5,25	50%			25%	25%
Rúcula	4	maço	233	3,88	25%			50%	25%
Espinafre	2	maço	95	3,50	50%			50%	
Brócolis	2	peça	45	5,00	100%				
Milho	2	espiga	276	0,65		50%			50%
Vagem	2	kg	38	4,75		50%		50%	
Jiló	2	kg	490	3,00		50%		50%	
Chuchu	2	kg	100	2,88				50%	50%
Mandioca	2	kg	42	1,88	50%		50%		
Cheiro verde	2	maço	45	2,50				100%	

Nota: *Legenda: (1) consumidor final; (2) intermediário (atravessadores); (3) consumidor final e intermediário (atravessadores); (4) consumidor final e órgãos públicos; (5) consumidor final e outros agentes (comércio varejista).

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

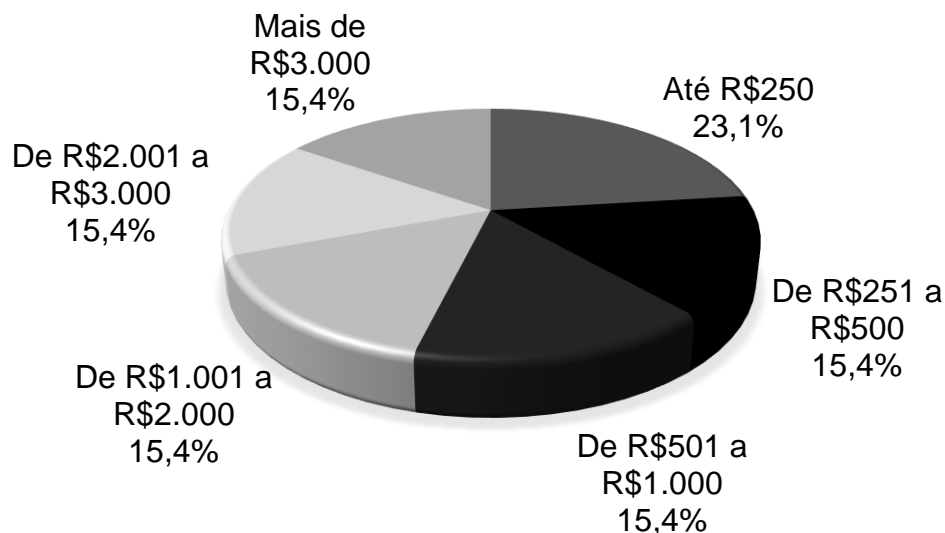
Analisar o número de produtos orgânicos comercializados permite detectar se há diversificação da produção, um aspecto que pode dar maior estabilidade à renda obtida. A partir das informações coletadas constatou-se que 69,3% dos produtores vendem mais de quatro tipos de produtos por semana (Figura 16). A renda obtida é muito variável entre os produtores pesquisados, 53,9% dos produtores vendem até R\$1.000,00 por semana (23,1% até R\$250,00 apenas). Os demais possuem rendas que variam de mais de um mil até mais de quatro mil reais, semanalmente (Figura 17).

Figura 16 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do número de produtos orgânicos comercializados semanalmente, no Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 17 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do valor bruto obtido dos produtos orgânicos comercializados semanalmente, no Território Noroeste Paulista.



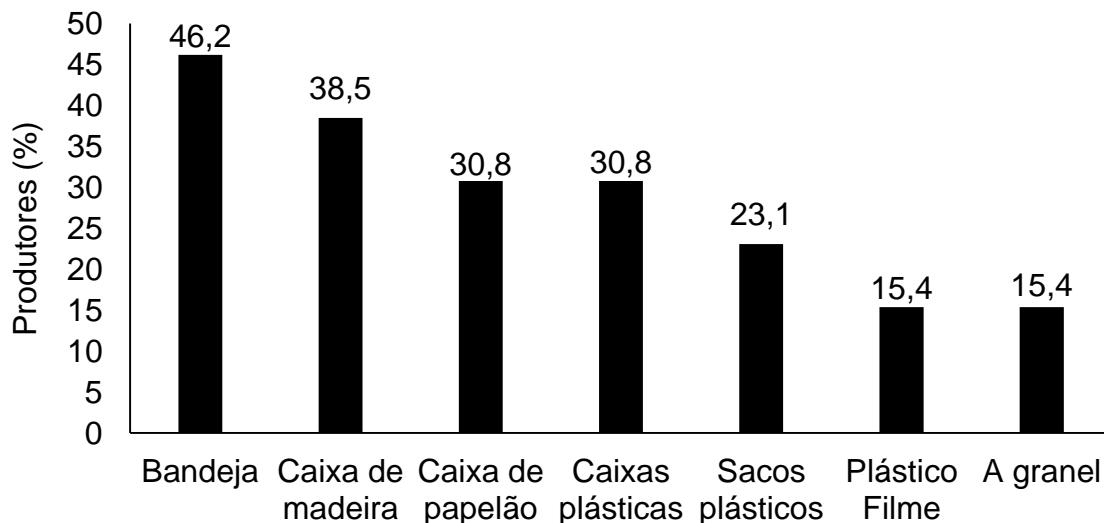
Fonte: Elaborado pela autora.

Outro objetivo da pesquisa foi identificar as embalagens empregadas durante o transporte e a comercialização dos alimentos orgânicos. Vilckas; Nantes (2007), relatam que há dois tipos de embalagens utilizadas nos vegetais *in natura*: embalagem

de transporte utilizada para acondicionar, transportar e, muitas vezes armazenar o alimento a partir do momento da colheita até as *packing houses* ou casas de embalagens e daí para o atacado ou varejo; embalagem de comercialização utilizada como um instrumento de identificação, movimentação e exposição, além de uma importante ferramenta de marketing.

Neste caso os produtores eram instigados a citar todos os tipos de embalagens utilizadas. Na Figura 18, verifica-se que 46,2% do total de produtores utilizam bandeja, 38,5% caixa de madeira, 30,8% caixa de papelão, 30,8% caixa de plástico, 23,1% sacos plásticos, 15,4% plástico filme e a granel 15,4% (Figura 18). Vale ressaltar que de acordo com os produtores as bandejas, os sacos plásticos e os plásticos filmes são utilizados para a venda direta ao consumidor final.

Figura 18 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função das embalagens utilizadas na comercialização dos produtos orgânicos, no Território Noroeste Paulista.



Nota: *Valores com repetição. Produtores podiam citar mais de uma embalagem utilizada no transporte e na comercialização dos produtos orgânicos.

Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo Izquierdo (2016), ao mesmo tempo que os consumidores conscientes se preocupam em consumir alimentos saudáveis, também esperam que as embalagens dos alimentos orgânicos sejam totalmente ecológicas, para assim evitar a transferência de produtos químicos da embalagem para os alimentos e proteger o meio ambiente. Frazão (2015), afirma que alguns tipos de plásticos podem fazer mal

a saúde, pois contém ftalatos, que segundo Fontenele et al. (2010, p.12), “os ftalatos são um grupo de compostos químicos derivados do ácido ftálico, utilizado como aditivo para deixar o plástico mais maleável”, e ainda de acordo com Frazão (2015), estes são responsáveis por causar alterações hormonais e aumento de risco de ter doenças como hipertensão e diabetes. Este é um cuidado, de optar por embalagens que sejam isentas de riscos ao meio ambiente e à saúde da população, que os produtores de orgânicos pesquisados ainda não incorporam em suas atividades.

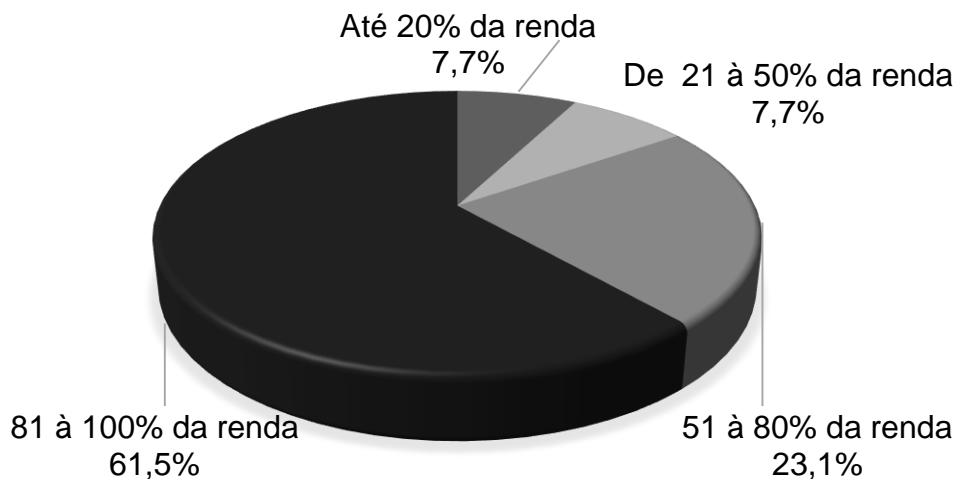
Em relação a possíveis formas de organização para realização da comercialização em conjunto, 69% (nove) dos produtores disseram que participam de alguma articulação neste sentido. Destes que participam, sete (78%) mencionaram vender em grupo informal, no caso trata-se da Feira de Orgânicos de Jales; um produtor (11%) citou que vende em conjunto com parentes e um outro afirmou comercializar por meio de associação, cooperativa e grupo informal ao mesmo tempo. É importante destacar que alguns produtores disseram que não vendem em conjunto com outros produtores, porque ainda estão em processo de transição e necessitam da certificação para adotar essa prática.

Avaliar se a renda bruta total da família é oriunda das atividades agropecuárias do estabelecimento, permite verificar se os produtores se enquadram como agricultores familiares de acordo com a Lei N° 11.326 de 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006), pois para isso os mesmos devem possuir renda predominante da propriedade de até R\$300 mil/anual. Do total pesquisado, somam 84,6% dos agricultores aqueles que afirmaram possuir mais da metade da renda bruta total oriunda da propriedade, enquanto apenas 15,4% dos agricultores disseram que obtêm apenas de até 20% e de 21 a 50% (Figura 19).

De modo geral, mesmo quando presente, a renda externa à propriedade é pouco relevante na composição da renda familiar. Foi constatado nesta pesquisa que em parte dos casos as rendas externas e não agrícolas se caracterizam como pluriatividade (exceto 1 produtor que disse ser aposentado). Werlang e Mendes (2016) interpretam que a pluriatividade induz o pequeno agricultor a se distanciar da sua característica principal (produzir alimentos para o seu sustento), com o objetivo do assalariamento. Mas outros autores, como Carneiro (2006), consideram que as rendas não agrícolas (e mesmo a pluriatividade) podem inserir-se como mais uma das estratégias de reprodução social da agricultura familiar, visando adaptar-se às mudanças recentes no meio rural, como é o caso da maioria dos agricultores

pesquisados que exercem atividades externas ao estabelecimento. Logo, fica evidente que mesmo que algumas propriedades busquem renda externa, estas se caracterizam como uma estratégia de reprodução social da agricultura familiar.

Figura 19 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta total familiar obtida por meio das atividades agropecuárias nos estabelecimentos, Território Noroeste Paulista.

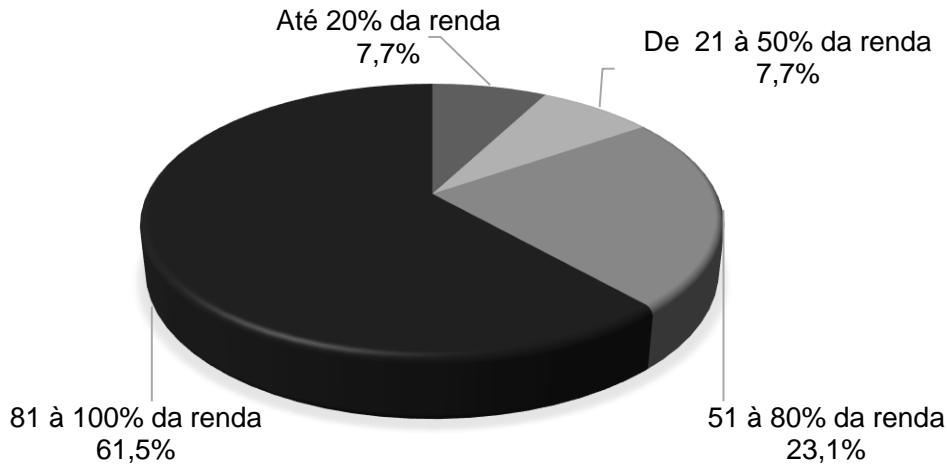


Fonte: Elaborado pela autora.

Observou-se também que a renda bruta obtida através dos produtos orgânicos é o principal rendimento agropecuário das famílias, pois 61,5% afirmaram que a participação dos orgânicos varia de 81 a 100% da produção agropecuária, e se somarmos os 23,1% em que a renda dos orgânicos contribui entre 51 e 80%, temos que 84,6% dos produtores possuem renda majoritária proveniente dos cultivos orgânicos (ou em transição) (Figura 20).

Barbé (2009) também obteve resultado semelhante ao constatar que 60% dos produtores de orgânicos de Campos de Goytacazes tem como principal fonte de renda a agricultura orgânica. Porém, cabe ressaltar que alguns produtores buscam o cultivo de orgânicos com objetivo de diversificar e/ou complementar a produção.

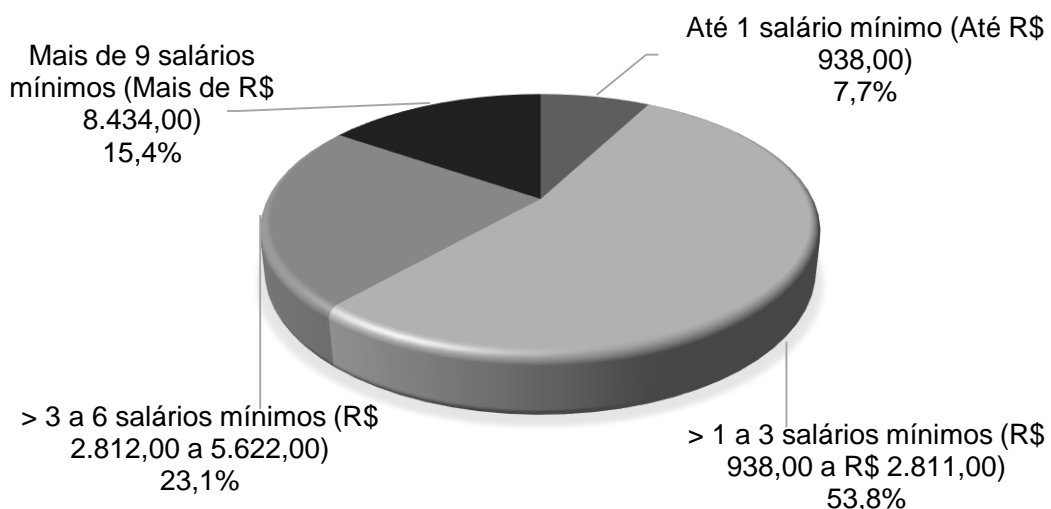
Figura 20 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta familiar obtida por meio da produção orgânica por propriedade rural do Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto à faixa de renda monetária bruta obtida da propriedade (Figura 21), apenas 7,7% dos agricultores afirmaram obter até 1 salário mínimo (valor em 2017: R\$938,00), sendo que a maioria (53,8%) citou o rendimento de mais de 1 a 3 salários mínimos (R\$938,01 a R\$2.811,00); 23,1% enquadraram-se na faixa de mais de 3 a 6 salários (R\$2.812,01 a R\$5.622,00) e 15,4% avaliaram sua renda proveniente do estabelecimento em mais de 9 salários mínimos (Mais de R\$8.434,00, em 2017).

Figura 21 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da faixa salarial familiar obtida na propriedade rural, Território Noroeste Paulista.



Fonte: Elaborado pela autora.

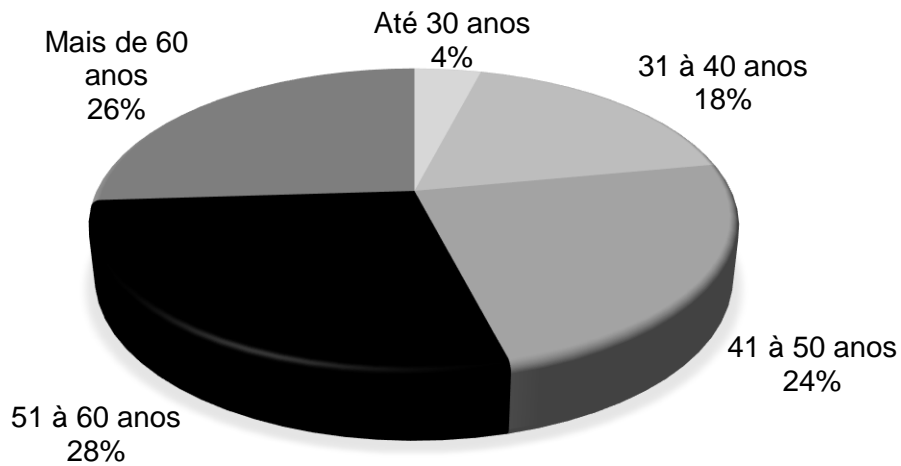
4.2 Pesquisa com os consumidores de produtos orgânicos

Verificou-se que 92% dos entrevistados residem no município de Jales, 4% em Urânia e 4% Dolcinópolis. Essa porcentagem alta de moradores de Jales se deve ao fato da Feira de Orgânicos que se localiza no referido município. Dentre os pesquisados, 72% são do sexo feminino e 28% ao masculino. Estudos semelhantes realizados sobre o perfil socioeconômico dos consumidores de orgânicos como de Cerveira e Castro (1999b), Barbé (2009) e Braga (2014), relataram que as mulheres são as maiores consumidoras de orgânicos. Barbé (2009) atribui ao fato da mulher ainda desempenhar, predominantemente, a função de abastecer a unidade doméstica, o que lhe permite escolher e adquirir os alimentos a serem consumidos.

Assim como no caso dos produtores, entre os consumidores há predominância de pessoas com mais de 30 anos (96% dos pesquisados), sendo que a maioria (54%) possui mais de 50 anos (Figura 22). Quanto à escolaridade 62% possuem Ensino Superior Completo, 20% Ensino Médio Completo (E. M. Regular 18% e E. M. Técnico 2%) e apenas 14% não completaram o Ensino Fundamental (Figura 23). Navas et al. (2016) em sua pesquisa sobre o perfil de consumidores de orgânicos em feiras de Maceió - AL, identificou que a principal faixa etária é entre 30 e 60 anos, e que a maioria também possuía escolaridade de nível superior.

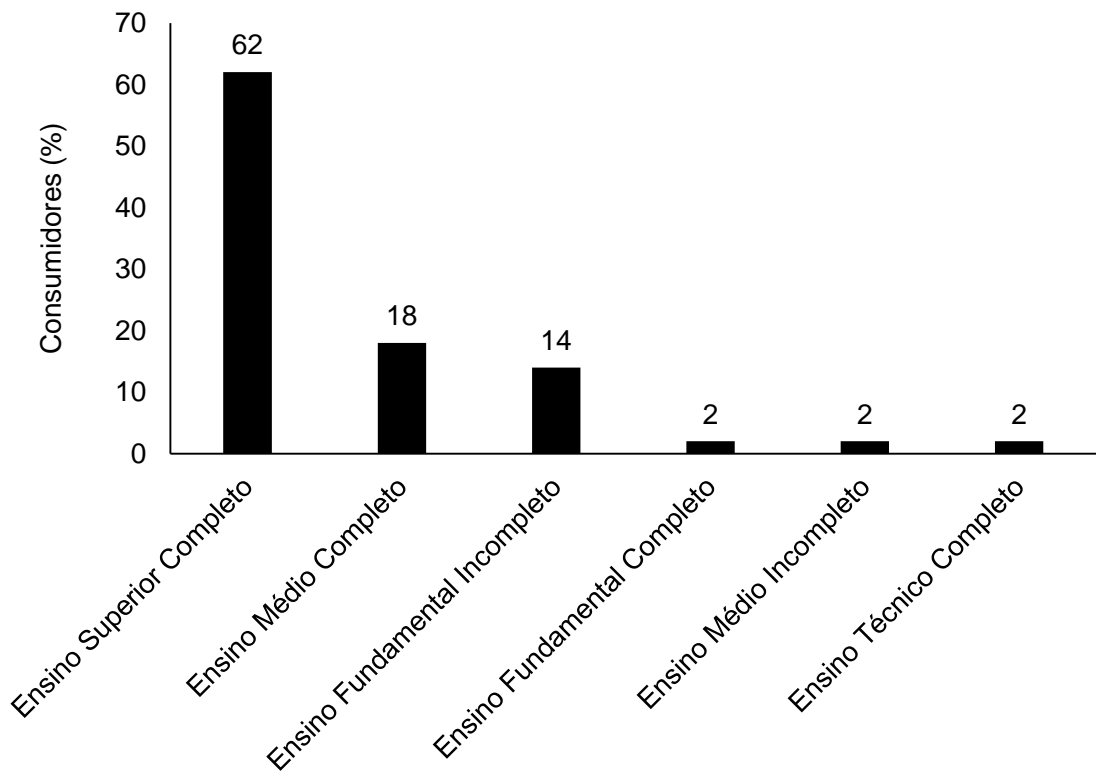
Diante das informações obtidas é possível observar que alguns estudos sobre o perfil dos consumidores de orgânicos corroboram os resultados obtidos na presente pesquisa, pois em sua maioria são do sexo feminino, com idade (adulta) e nível de escolaridade elevada (Ensino Superior Completo) (BARBÉ, 2009; BRASIL, 2007a; CERVEIRA; CASTRO, 1999b; MORAES, et al., 2014).

Figura 22 - Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.



Fonte: Elaborado pela autora.

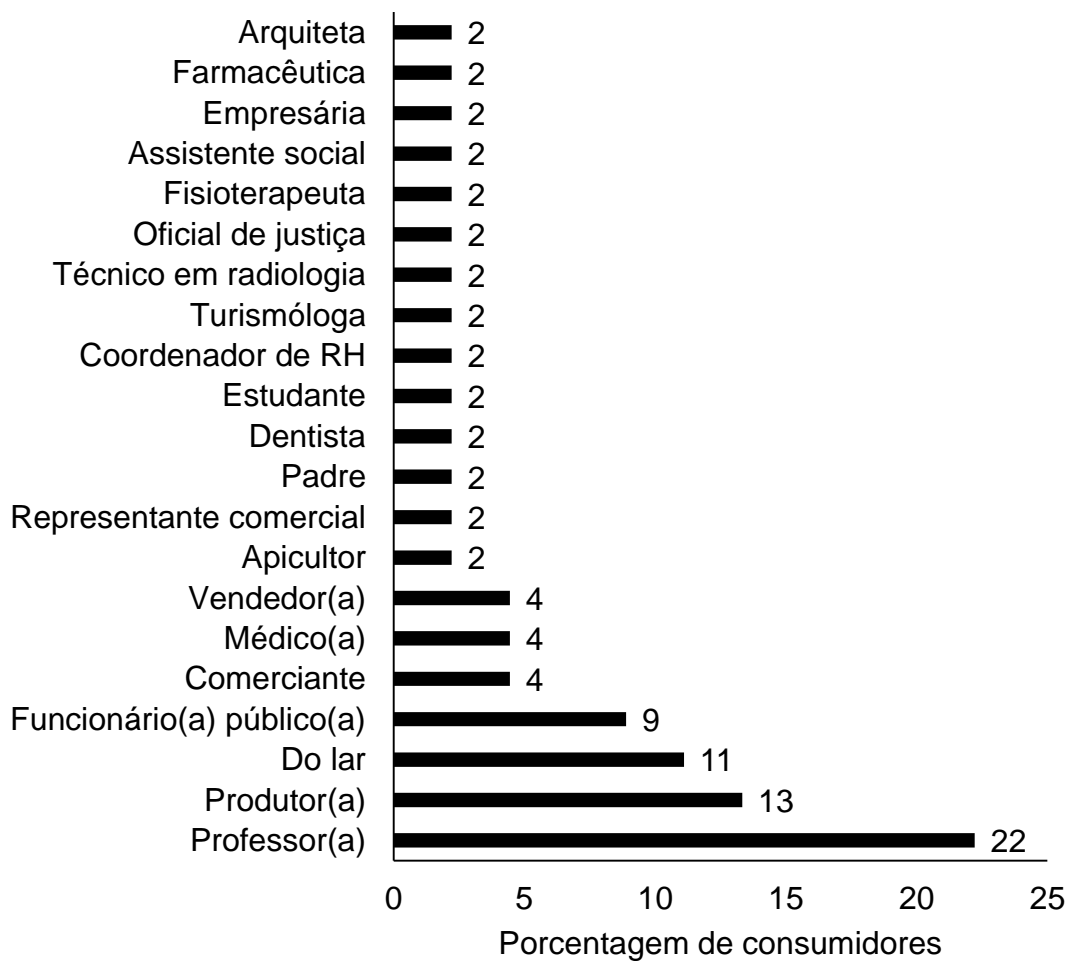
Figura 23 – Distribuição percentual, em função da escolaridade dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.



Fonte: Elaborado pela autora.

Investigou-se também o tipo de ocupação dos consumidores de orgânicos da Feira de Orgânicos de Jales. Do total 10% são pessoas aposentadas que não exercem mais um trabalho remunerado. Dentre os 90% dos entrevistados que possuem uma ocupação, há destaque os professores que foram 22% dos pesquisados, 13% produtores(as) rurais, 11% do lar e 9% funcionários públicos. Se agruparmos em áreas, verifica-se que 12% dos entrevistados são da área da saúde, representados pelos médicos (4%), dentista (2%), técnico em radiologia (2%), fisioterapeuta (2%) e farmacêutica (2%) (Figura 24). Barbé (2009) em seu estudo também identificou que em termos de ocupação dos consumidores de orgânicos foram mais frequentes aqueles que se identificaram como aposentados e professores (ambos com 22,72%).

Figura 24 – Distribuição percentual, em função da ocupação dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.



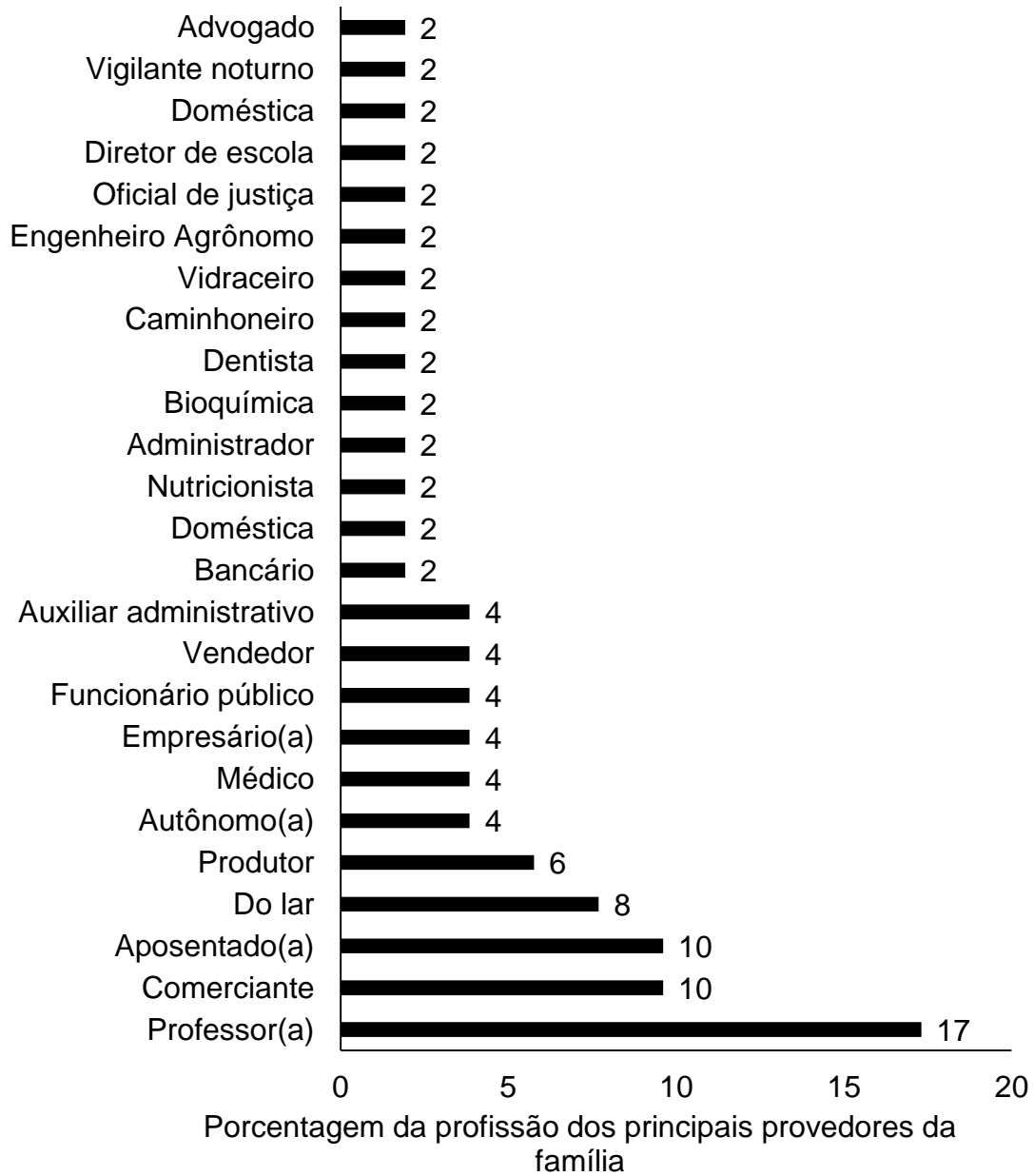
Fonte: Elaborado pela autora.

A análise da ocupação dos principais provedores da família (Figura 25) revelou que 17% foram identificados como professores, 10% comerciantes, 10% aposentados, 8% do lar e 6% produtores rurais. Quanto à área da saúde abrangeu 10% dos pesquisados: médico (4%), nutricionista (2%), bioquímica (2%) e dentista (2%). Perosa et al. (2009) em sua pesquisa sobre o consumo de orgânicos em Botucatu-SP, também identificou que a maioria dos entrevistados (24,6%) são professores, indicando um consumo maior por de profissionais com nível mais elevado de escolaridade e de conscientização sobre o tema.

Quanto às características das famílias dos consumidores constatou-se que 90% possuem de 2 a 4 membros, sendo mais frequente (42%) as famílias compostas por três pessoas. Apenas 6% moram sozinhos e 4% possuem entre 5 e 6 membros na família (Figura 26).

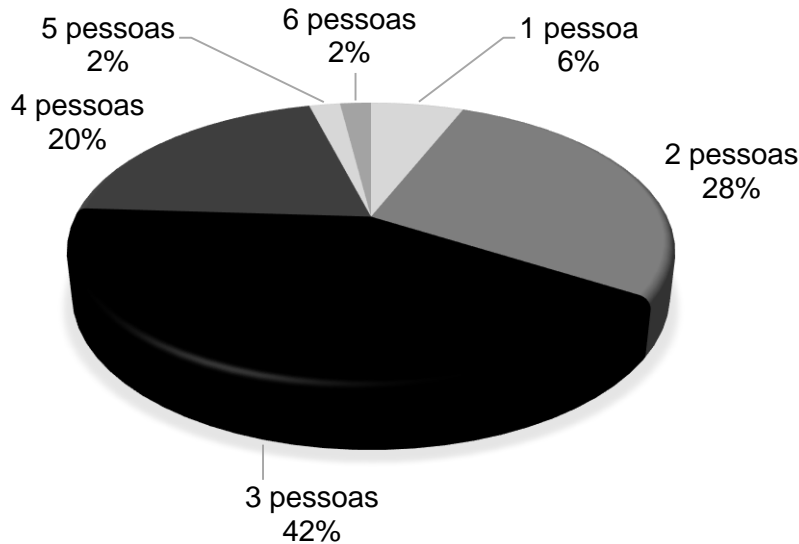
Silva (2016a), em sua pesquisa sobre a análise do perfil do consumidor de alimentos orgânicos da feira ecológica do Menino Deus, em Porto Alegre (RS), também verificou que 58,7% dos entrevistados possuem famílias compostas de 2 a 3 membros. Portanto, em ambas as pesquisas se constatou a predominância de famílias com pequeno número de membros, semelhante à média brasileira que é de 3,34 pessoas por domicílio (IBGE, 2010).

Figura 25 – Distribuição percentual, em função da ocupação dos principais provedor(es) das famílias dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 26 – Distribuição percentual, em função da quantidade de pessoas que compõe a família dos consumidores pesquisados na Feira de Orgânicos de Jales.



Fonte: Elaborado pela autora.

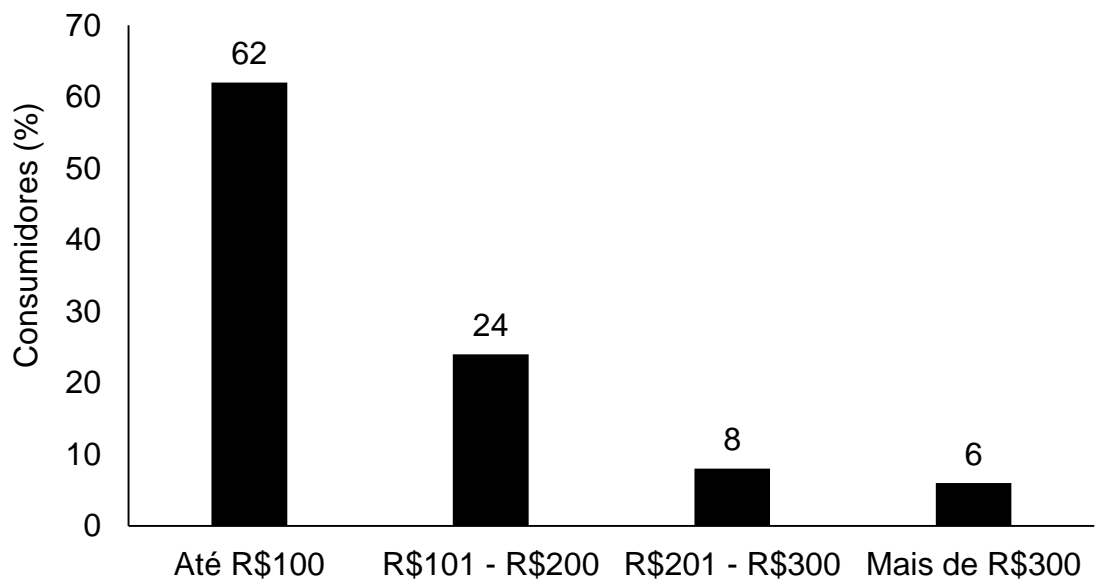
A pesquisa teve também como um dos objetivos identificar os tipos de alimentos orgânicos que os consumidores adquirem na Feira de Orgânicos de Jales. Todos afirmaram que compram hortaliças e 30% frutas. Os alimentos específicos mais citados foram: alface, tomate e pepino. Segundo o Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (2017), a alface é o alimento orgânico mais consumido do Brasil, sendo utilizado por um a cada três consumidores, seguido pelo tomate consumido por um em cada cinco. Ainda de acordo com a pesquisa realizada pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, 63% dos consumidores de orgânicos consomem verduras (olerícolas folhosas), 25% legumes (comumente incluem nessa categoria, pouco precisa, todas olerícolas não folhosas), 25% frutas e 12% cereais.

A partir disto, observa-se que os resultados da pesquisa feita com os produtores da Feira de Orgânicos de Jales e a pesquisa nacional com os consumidores de orgânicos, realizada pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, tiveram resultados semelhantes, evidenciando ser mais frequente o consumo de olerícolas orgânicas, especialmente as folhosas.

Silva et al. (2017) também pesquisou quais os tipos de alimentos que despertam maior interesse dos consumidores de Rio Paraíba (MG) e detectou que as hortaliças (60,1%) e as frutas (30,85%) se destacam entre os outros alimentos.

Em relação ao valor médio gasto mensalmente pelos consumidores na Feira, 62% afirmaram que gastam até R\$100,00 e 24% de R\$101 à R\$200,00. Somente 14% gastam mais do que R\$200,00, mensalmente (Figura 27). Navas et al. (2016) em sua pesquisa sobre o perfil de consumidores de orgânicos em feiras de Maceió (AL) detectou que a maioria (69%) dos consumidores possuem um gasto mensal entre R\$50,00 e R\$100,00. Embora sejam regiões diferentes do Brasil, nas duas pesquisas o perfil de gasto dos consumidores de orgânicos foram também similares.

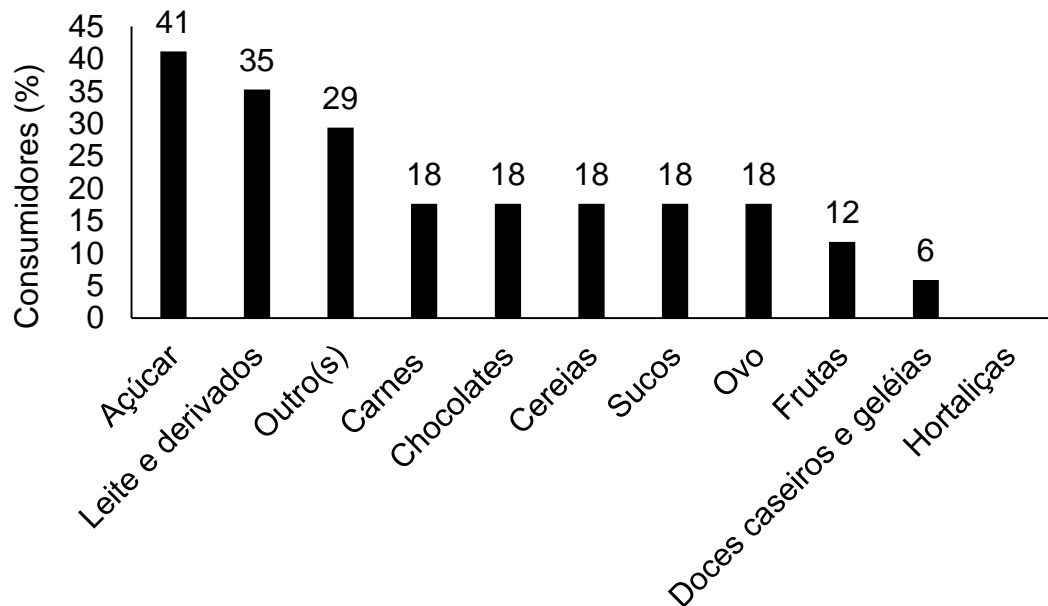
Figura 27 - Distribuição percentual, em função do valor médio gasto mensalmente pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.



Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre os consumidores pesquisados apenas 34% declararam consumir ou já ter consumido algum outro tipo de alimento orgânico. Quanto ao tipo de alimento orgânico consumido, 41% destes citaram já ter consumido açúcar, 35% leite e derivados e 29% outros tipos de alimentos, como café, ovo e vinagre. Vale ressaltar que alguns consumidores citaram mais de um tipo de alimento e quando citado leite ou ovo alguns consumidores se referiram ao leite que não foi envasado e ao ovo caipira, demonstrando um fator preocupante, pois a falta de informação sobre o que é realmente orgânico tende a confundi-los com outros tipos alimentos (Figura 28).

Figura 28 – Distribuição percentual, em função de outros tipos de alimentos orgânicos já consumidos pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.



Nota: *Valores com repetição. Consumidores podiam citar mais de um tipo de produto orgânico consumido.

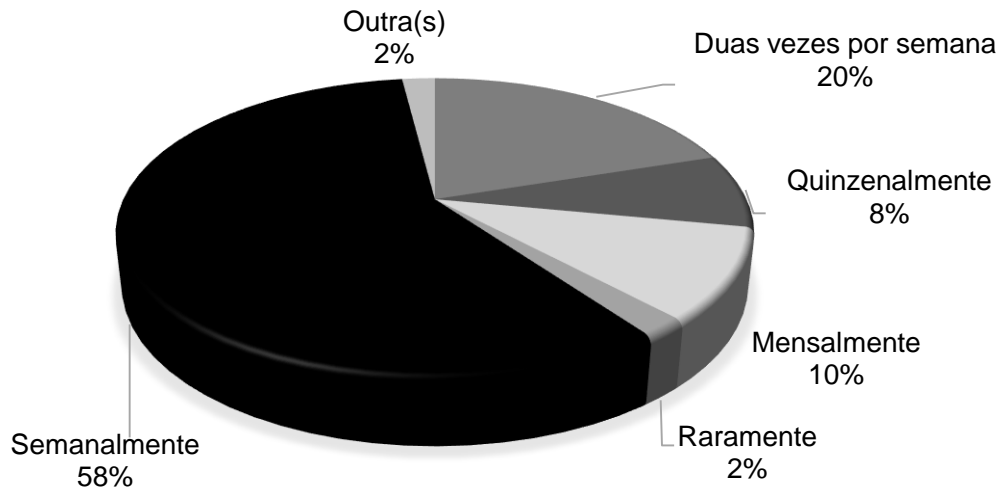
Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto à frequência de compra de alimentos orgânicos, na referida Feira, 58% disseram ser semanal, 20% duas vezes na semana, 10% mensalmente e 8% quinzenalmente. Os demais (4%) se enquadraram entre aqueles que vão raramente ou era a primeira vez que visitavam aquela feira (Figura 29).

A Embrapa (2006), em sua pesquisa sobre consumidores de orgânicos no Distrito Federal, identificou que os consumidores de orgânicos em sua maioria compram alimentos semanalmente (79%) e apenas 13% duas vezes por semana. No entanto, de acordo com a pesquisa nacional realizada pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (2017), 37% dos consumidores de orgânicos tem uma frequência de compra mensal, 30% quinzenal, 18% uma vez por semana e 11% mais de uma vez por semana.

Observa-se que para a pesquisa realizada na Feira de Orgânicos de Jales e a pesquisa da Embrapa os dados coincidem, porém a pesquisa nacional realizada pelo Conselho destaca sua maior porcentagem para o consumo mensal.

Figura 29 – Distribuição percentual, em função da frequência de compra dos alimentos orgânicos pelos consumidores até Feira de Orgânicos de Jales.



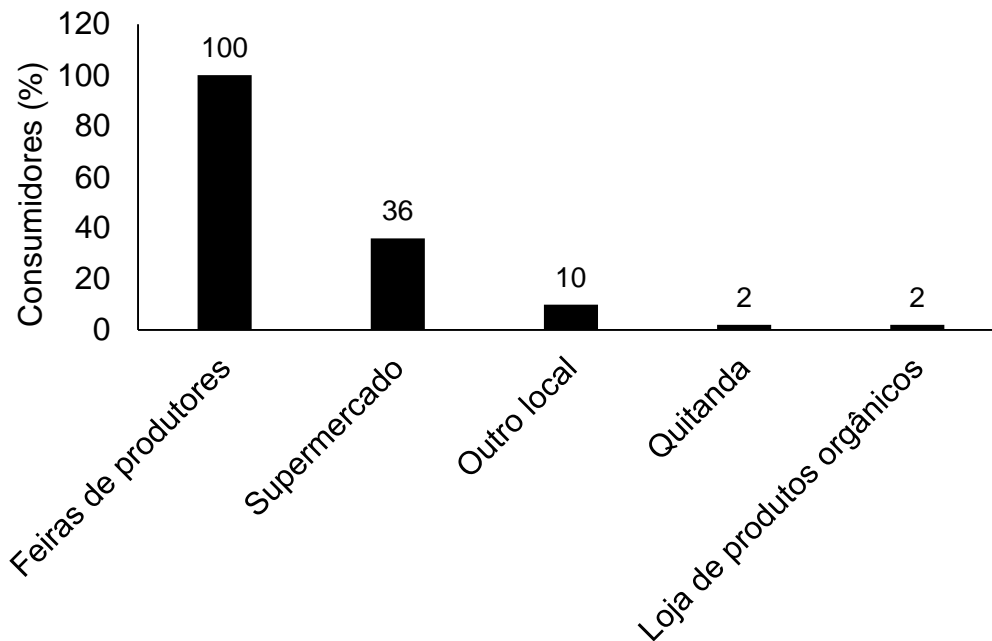
Fonte: Elaborado pela autora.

Quando questionados sobre o local onde adquirem ou já adquiriram alimentos orgânicos, 100% do total de consumidores citaram a feira de produtores, 36% supermercados, 10% outro local (entrega à domicílio) e apenas 4% quitanda e loja de produtos orgânicos (Figura 30). A pesquisa da Embrapa (2006) e Perosa (2009) também identificaram que o local de compras mais utilizado para a aquisição dos produtos é a feira. Porém, segundo o Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (2017), 64% dos consumidores adquirem seus alimentos orgânicos em supermercados, 26% em feiras e os demais por meio de lojas de produtos naturais, direto do produtor e/ou grupo de compras coletivas.

Nota-se que para a maior parte dos consumidores da pesquisa a nível nacional realizada pelo Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável adquire seus alimentos orgânicos em supermercados, enquanto que os consumidores do Território Noroeste Paulista e do estudo realizado pela Embrapa adquirem em sua maioria nas feiras. Possivelmente essas diferenças devem-se ao fato da pesquisa da Embrapa já ter mais de uma década, embora realizada em uma zona metropolitana; enquanto a pesquisa do Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável captou as tendências mais recentes em grandes centros. Jales, enquanto uma cidade relativamente pequena (população estimada entorno de 49.110 mil habitantes) IBGE (2017) oferece menor número de opções de compra de orgânicos e o consumidor

tende a ter um perfil semelhante ao constatado pela Embrapa em meados da década passada. Porém, cabe ressaltar que a preferência dos consumidores quanto aos locais de compras de alimentos orgânicos em todas as pesquisas são as feiras e os supermercados.

Figura 30 – Distribuição percentual, em função do local em que os consumidores compram ou já compraram alimentos orgânicos.

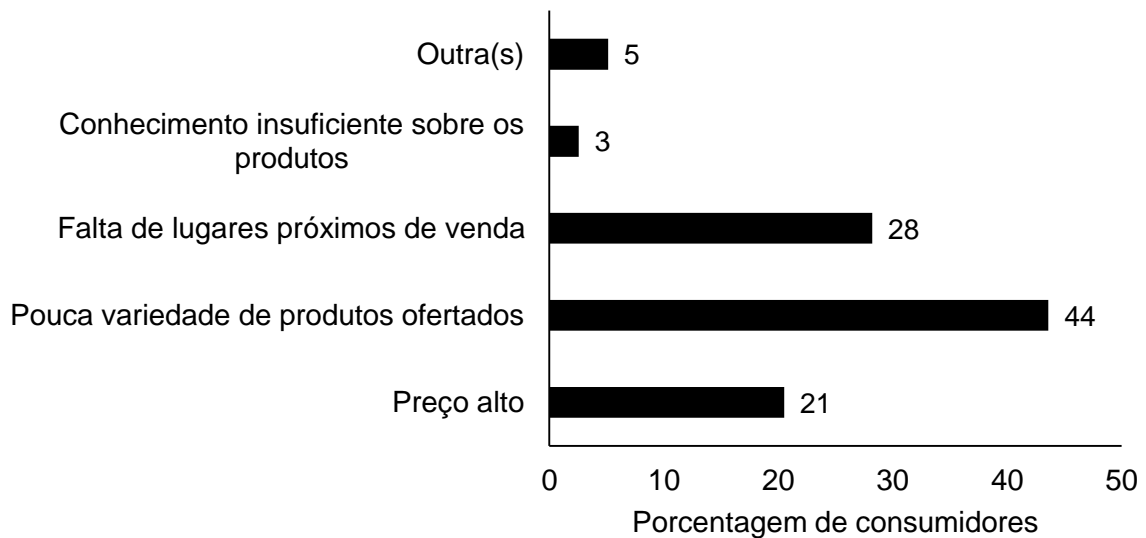


Nota: *Valores com repetição. Consumidores podiam citar mais de um local.

Fonte: Elaborado pela autora.

As possíveis dificuldades que os consumidores enfrentam para adquirir os alimentos orgânicos podem possibilitar a identificação de falhas na comercialização dos produtos. Os resultados obtidos indicaram que 66% dos consumidores encontram algum tipo de dificuldade. Destes, 44% afirmaram haver pouca variedade de produtos, 28% apontaram que faltam locais de venda próximos de suas residências, 21% reclamaram do alto preço e 5% identificaram como dificuldades o horário de funcionamento da feira e a quantidade de produtos disponíveis. Cabe ressaltar que para os 5% que reclamaram quanto ao horário e a quantidade de produtos, é que a feira abre bem cedo (quarta-feira às 16:00h e de sábado às 6:00h) e alguns produtos acabam rapidamente (Figura 31).

Figura 31 – Distribuição percentual, em função das dificuldades encontradas pelos consumidores para comprar alimentos orgânicos.



Nota: *Valores com repetição. Consumidores podiam citar mais de uma dificuldade em comprar alimentos orgânicos.

Fonte: Elaborado pela autora.

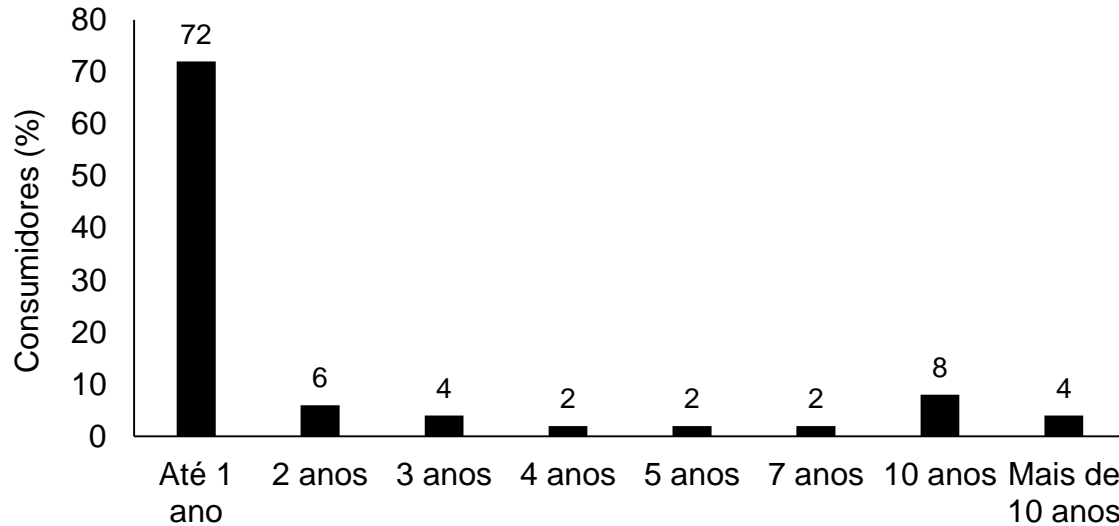
Silva (2016a), em seu estudo sobre o perfil do consumidor na Feira Menino Deus, em Porto Alegre (RS), verificou que as maiores dificuldades encontradas para consumir alimentos orgânicos, segundo os consumidores, são: 43,2% citaram os dias e horários de funcionamento da feira, 25% distância e 23,1% o preço alto dos produtos.

Vieira (2016), em sua pesquisa sobre os perfil de consumidores de orgânicos no Distrito de Ingleses do Rio Vermelho (SC), apurou que 43,9% dos seus entrevistados relataram que o preço alto e a dificuldade em encontrar produtos são as maiores dificuldades encontradas pelos consumidores.

Percebe-se que a falta de lugares próximos de venda/distância, insuficiência dos produtos ofertados e o preço, considerado alto, são as principais dificuldades encontradas pelos consumidores de orgânicos.

Um dado que possibilita conhecer mais os consumidores de orgânicos é o tempo que os mesmos fazem uso dos alimentos orgânicos. A partir dos resultados coletados, constatou-se que a maioria (72%) adquire esses produtos no máximo há um ano (Figura 32). É necessário salientar a maioria desses revelou consumir orgânicos desde quando a Feira de Orgânicos de Jales foi inaugurada (maio de 2017), o que demonstra sua importância no município.

Figura 32 – Distribuição percentual, em função da quantidade de tempo que consumidores da Feira de Orgânicos de Jales consomem este tipo de alimento.



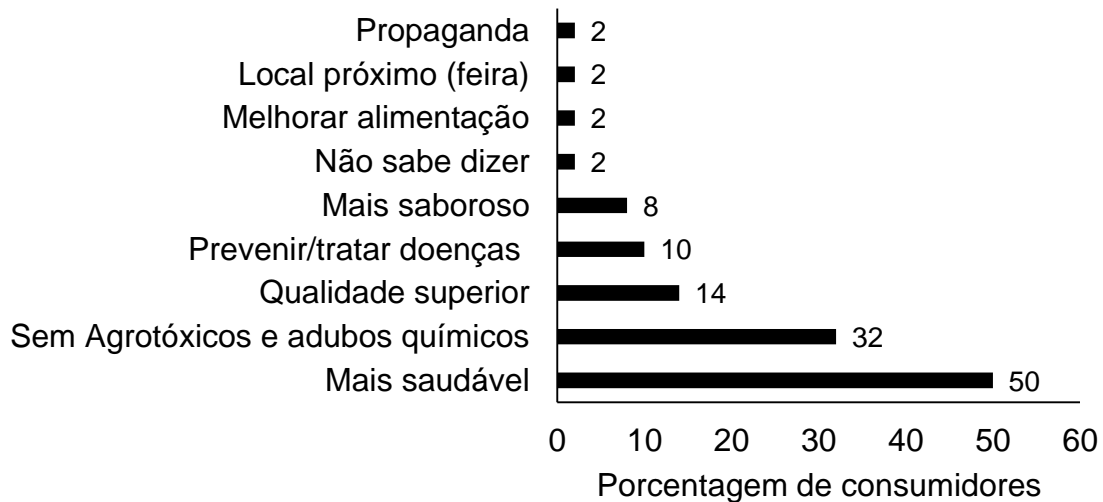
Fonte: Elaborado pela autora.

Uma pesquisa sobre os consumidores de orgânicos na cidade de São Paulo realizado por Cerveira e Castro (1999a), também identificou que os consumidores de orgânicos são fiéis e que começaram a comprar esses produtos após a inauguração da Feira de Produtos Orgânicos do Parque da Água Branca (onde foi realizada a pesquisa pelos autores).

Constata-se que em ambas as pesquisas consumidores relataram consumir orgânicos desde a inauguração das feiras, o que permite concluir que as feiras são canais importantes para um incentivar e popularizar o consumo de orgânicos.

Identificar o motivo que levam os consumidores a consumir orgânicos é mais um fator que permite descrever o comportamento dos mesmos. Dentre os consumidores pesquisados, 50% afirmaram que a motivação para o consumo deste tipo de alimento deve-se ao fato ser mais saudável; 32% citaram o aspecto de serem livres de agrotóxicos e adubos químicos; 14% mencionaram que esses alimentos possuem qualidade superior quando comparado aos convencionais; 10% tiveram como motivação a prevenção ou tratamento de doenças (câncer e alergias alimentares) e 8% consideram ser um alimento mais saboroso (Figura 33).

Figura 33 – Distribuição percentual, em função da motivação ao consumo de orgânicos pelos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales.



Nota: *Valores com repetição. Consumidores podiam citar mais de um motivo que os levam a comprar alimentos orgânicos.

Fonte: Elaborado pela autora.

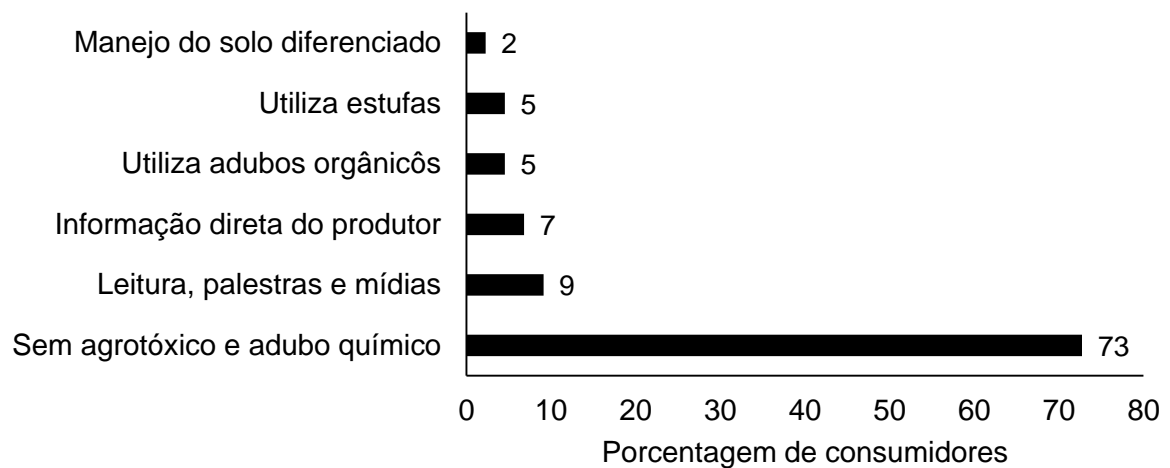
Segundo o Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (2017, p.12), 6 em cada 10 brasileiros disseram que a principal motivação para o consumo de orgânicos é consideram esses produtos “mais saudável”. Outra importante informação levantada na referida pesquisa é que “indicações de consumo de orgânicos da mídia e de profissionais da saúde também se destacam” Essa informação vai ao encontro da pesquisa realizada com os consumidores da Feira de Orgânicos de Jales, pois alguns consumidores revelaram consumir orgânicos por terem membros da família formados na área da saúde ou por serem orientados por profissionais, como médicos e nutricionistas.

Cabe destacar que estudos como da Embrapa (2006), Silva (2016a) e Vieira (2016), também identificaram que a busca por alimentos mais saudáveis é o fator que mais motiva o consumo de orgânicos.

Buscou-se também averiguar se os consumidores sabiam como os alimentos orgânicos são produzidos, pois esse tipo de conhecimento pode favorecer a valorização de tais produtos e o entendimento de que, ao menos parte desses produtos, precisa ter preços diferenciados. Do total de consumidores pesquisados 84% disseram saber como ocorre a produção de orgânicos e somente 16% admitiram não conhecer esse processo. Dentre daqueles que afirmaram saber como são

produzidos os alimentos orgânicos, 73% afirmaram que são livres de agrotóxicos e adubos químicos, 5% citaram que os produtores fazem uso de adubos orgânicos, outros 5% mencionaram que os produtos são cultivados em estufas e 2% afirmou que há um preparo do solo específico, com pousio antes de iniciar a atividade. Segundo Cerveira e Castro (1999a), em sua pesquisa sobre os consumidores de produtos orgânicos na cidade de São Paulo também identificou que para a maioria dos entrevistados (53%), os orgânicos são simplesmente produtos livres de agrotóxicos. Parte dos consumidores responderam apenas como obteve tal conhecimento, sendo que 9% citaram leituras, palestras e o acompanhamento da mídia; e 7% disseram ter obtido informações diretas do produtor (Figura 34).

Figura 34 – Distribuição percentual, em função do conhecimento dos consumidores da Feira de Orgânicos de Jales quanto a produção dos alimentos.



Nota: *Valores com repetição. Consumidores podiam citar mais de uma forma de como os alimentos orgânicos são produzidos.

Fonte: Elaborado pela autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agricultura orgânica no Território Noroeste Paulista é representada, em sua maioria, por agricultores familiares formalmente certificados. A produção se caracteriza pela predominância das olerícolas, no entanto alguns produtores cultivam frutas também.

Quanto a comercialização, a uma relativa diversificação, pois 70% dos produtores vendem mais de quatro tipos de produtos (embora não suficiente na visão dos consumidores), sendo que o destino principal da produção são os consumidores finais, especialmente por meio da Feira de Orgânicos de Jales. A predominância das vendas em circuitos curtos de comercialização é vantajosa aos agricultores, possibilitando-lhes reter um percentual maior do valor de venda do produto, embora demande um esforço maior para realizar mais uma tarefa além da produção agrícola. Mas no caso dos produtores pesquisados, estes também dependem de outros agentes de comercialização, como os intermediários; e somente uma minoria entrega para órgãos públicos (via PAA ou PNAE), seja por falta de informação, seja por outras dificuldades, restringindo assim suas opções de comercialização.

Em relação aos consumidores a maioria passou a consumir alimentos orgânicos após a inauguração da Feira de Orgânicos de Jales, no entanto consideram a pouca variedade de produtos como a principal dificuldade para comprar esse tipo de alimento. Em contrapartida o que mais motiva os consumidores a buscar os orgânicos é porque avaliam os mesmos como “mais saudáveis”. Porém vale ressaltar que alguns consumidores associaram os orgânicos à alimentos livres de agrotóxicos e adubos químicos ou às vezes com produtos não industrializados (leite direto do curral ou ovo caipira, por exemplo), evidenciando que ainda há falta de informação.

A renda proveniente da venda dos produtos orgânicos é muito variável dentre os produtores pesquisados, mas para a maioria trata-se de um percentual muito expressivo (acima de 80%) do valor obtido com a produção agropecuária da propriedade, denotando a importância da atividade para as famílias.

Quando se considera a dimensão do Território Noroeste Paulista e o número de produtores orgânicos certificados ou em transição, pode-se afirmar que a agricultura orgânica ainda representa um percentual extremamente pequeno dos produtores e dos produtos comercializados, mas a constituição da Feira de Produtos Orgânicos de Jales representou um passo importante na ampliação da visibilidade

deste tipo de produção, com conseqüente aumento potencial de consumidores. No entanto a pouca variedade de produtos e a baixa participação de venda para órgãos públicos se apresentam como obstáculos que podem afetar a ampliação do consumo e a comercialização respectivamente.

REFERÊNCIAS

- AGRON. **Manual de certificação de produtos orgânicos**. [S. l.], 2015. Disponível em: <<https://www.agron.com.br/publicacoes/noticias/agricultura-e-pecuaria/2015/04/28/043919/manual-de-certificacao-de-produtos-organicos.html>>. Acesso em: 05 mar. 2018.
- ALMEIDA, J. **Da ideologia do progresso a ideia de desenvolvimento (rural) sustentável**. [S. l.], 1995. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Jalcione_Almeida/publication/237518300_Da_ideologia_do_progresso_a_ideia_de_desenvolvimento_rural_sustentavel/links/55f16dce08ae199d47c257cb/Da-ideologia-do-progresso-a-ideia-de-desenvolvimento-rural-sustentavel.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2018.
- ALMEIDA, J. **Reconstruindo a agricultura: ideias e ideais na perspectiva de um desenvolvimento rural sustentável**. 2. ed. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.
- ALVES, A. C. O; SANTOS, A. L. S; AZEVEDO, R. M. M. C. Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 19-27, 2012. ISSN: 1980-9735. Disponível em: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/10085-1-52964-1-10-20120903.pdf>>. Acesso em: 14 dez. 2017.
- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ANJOS, F. S. O futuro ameaçado: o mundo rural face aos desafios da masculinização, do envelhecimento e da desagrarização. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 661 - 694, 2005.
- ARAÚJO, J. C. Comercialização de orgânicos. **Rev. Bras. Agroecologia**, [S. l.], v.2, n.1, fev. 2007.
- ASSIS, R. L. **Agricultura orgânica e agroecologia: questões conceituais e processo de conversão**. Seropédica: Embrapa Agrobiologia, 2005. (Documentos, 196). Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/628360/1/doc196.pdf>>. Acessado em: 15 mar. 2018.
- _____. **Diagnóstico da agricultura orgânica no Estado do Rio de Janeiro e propostas para a sua difusão**. 1993 154 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Itaguaí, 1993.
- ASSIS, R. L. de; ROMEIRO, A. R. Agroecologia e agricultura orgânica: controvérsias e tendências. 2002. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n. 6, p. 67-80, 2002.

BARBÉ, L. C. **Caracterização de consumidores e produtores dos produtos agroecológicos/orgânicos em Campos dos Goytacazes**. 2009. 64 f. Dissertação (Mestrado em Produção Vegetal) - Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2009.

BARUJA, J. E. A; DELLAI, W; BRANDÃO, J. D. Política nacional de agroecologia e produção orgânica: entre a abordagem agroecológica e a construção de uma política pública. **Cadernos de Agroecologia**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2014.

BOJANIC, A. **Agricultura familiar promove desenvolvimento rural sustentável e a Agenda 2030**. [S. l.]: ONUBR – Nações Unidas no Brasil, 2017. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/artigo-agricultura-familiar-promove-desenvolvimento-rural-sustentavel-e-a-agenda-2030/>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

BRAGA, M. O comportamento de compra de produtos orgânicos: uma reflexão sobre o perfil dos consumidores através da comparação entre faixas etárias e níveis de renda familiar: uma abordagem estatística. **Revista Acadêmica Eletrônica**, Sumaré v. 8-9, 2014. Disponível em: <<http://revistaqualis.sumare.edu.br/index.php/revista/article/view/56/90>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

BRASIL. **Decreto n. 6.323 de 27 de dezembro de 2007**. Regulamenta a Lei n. 10.831, que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial, Brasília, DF, 27 dez. 2007a.

BRASIL. **Decreto n. 7.794 de 20 de agosto de 2012**. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. Presidência da República, Casa Civil, Brasília, DF, 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7794.htm>. Acesso em: 20 abr. 2018.

BRASIL. Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. **Tabela com módulo fiscal dos municípios**. Sistema Nacional de Cadastro Rural. Índices Básicos de 2013. Brasília, DF, 2013. Disponível em: <http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/estrutura-fundiaria/regularizacao-fundiaria/indices-cadastrais/indices_basicos_2013_por_municipio.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. Secretaria de Desenvolvimento Territorial – SDT. **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável. Território Noroeste Paulista (SP)**. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <http://sit.mda.gov.br/download/ptdrs/ptdrs_qua_territorio151.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. **Resolução nº 26, de 17 de junho de 2013**. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no âmbito do Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE. Brasília, DF, 2013. Disponível em: <https://www.fnde.gov.br/fndelegis/action/UrlPublicasAction.php?acao=getAtoPublico&sgl_tipo=RES&num_ato=00000026&seq_ato=000&vlr_ano=2013&sgl_orgao=FNDE/MEC>. Acessado em: 15 mar. 2018.

BRASIL. **Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003**. Brasília, DF, 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.831.htm>. Acesso em: 12 dezembro 2016.

BRASIL. **Lei 11.326 de 24 de julho de 2006**. Brasília, DF, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm>. Acesso em: 12 dez. 2016.

BRASIL Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos**. Brasília, DF, 2017a. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>>. Acesso em: 22 de nov. 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. Brasília, DF: IICA: MAPA/SPA, 2007b. Disponível em: <<http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A4931p/A4931p.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. Programa Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais. **Orientações gerais para a elaboração e qualificação do PTDRS**. Brasília, DF, 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/GUIA_DO_PTDRS_-_2.a_versao_FINAL.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. **PNAPO: Brasil agroecológico**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <<http://www.agroecologia.gov.br/politica>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. **Compras da Agricultura Familiar**. Brasília, DF, 2016. Disponível em: <<http://mds.gov.br/compra-da-agricultura-familiar/perguntas-frequentes>>. Acesso em: 04 set. 2017.

CAMARANO, A. A; ABRAMOVAY, R. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização, no Brasil: panorama dos últimos 50 anos**. Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2651/1/td_0621.pdf>. Acessado em: 13 mar.2018.

CAMPOS, F. F. de. **O mercado de produtos orgânicos: o caso do Rio de Janeiro**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Pontifícia Universidade Católica – PUC, Rio de Janeiro, 1998. 65 p.

CAPORAL, F. R; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios**. Brasília, DF, 2004.

CARNEIRO, M. J. Pluriatividade da agricultura no Brasil: uma reflexão crítica. IN: SCHNEIDER, S. **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed da UFRGS, 2006, p. 165-185.

CARVALHO, R. **Jales promove III Seminário de Agricultura Orgânica**. São Paulo: Jornal Folha Noroeste, 2017. Disponível em: <<http://folhanoroeste.blogspot.com.br/2017/07/jales-promove-iii-seminario-de.html>>. Acesso em: 04 set. 2017.

CHAFFOTTE, L; CHIFFOLEAU, Y. Circuits courts et vente directe: définition, typologie et évaluation. **Cahiers de l'Observatoire**, n. 1-2, p. 1-8, 2007.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. **Informações Econômicas**, v. 29, n. 12, dez. 1999a.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. Perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo. **Boletim Agroecológico**, São Paulo, n. 12, p. 7, 1999b.

CHURCHILL JUNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. **Consumo de produtos orgânicos no Brasil**. Curitiba, 2017. Disponível em: <http://pecnordestefaec.org.br/2017/wp-content/uploads/2015/06/Organis-2017-Pesquisa_Consumo_Organicos-Brasil.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DAROLT, M. R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. Londrina: IAPAR, 2002. 249 p.

DAROLT, M. R; LAMINE, C; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, 2013.

DAROLT, M. R; LAMINE, C; BRANDENBURG, A; ALENCAR, M. C. F; ABREU, L. S. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, vl. 19, n. 2, p. 1-22, 2016.

EHLERS, E. **O que é agricultura sustentável?** São Paulo: Ed. Brasiliense, 2017. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=smgvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=impactos+da+agricultura+convencional&ots=Ikaw-YGfYG&sig=alhxJLRVf_0AjAS3u-2Exg2eK-M#v=onepage&q=impactos%20da%20agricultura%20convencional&f=false>. Acesso em: 05 mar. 2018.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. **Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Distrito Federal**. Brasília, DF, 2006. (Comunicado técnico, 40). Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/779839/1/cot40.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

FAVARETO, A; OLIVEIRA, F. P; NETO, L. G; GALINDO, O; ECHEVERRI, R; ARAÚJO, T. B; SANTOS, V. M. **Políticas de desenvolvimento territorial rural no Brasil: avanços e desafios**. Brasília, DF: IICA, 2010. 220 p. (Desenvolvimento Rural Sustentável, v.12) Disponível em: <<http://www.iicabr.iica.org.br/wp-content/uploads/2014/03/S%C3%A9rie-DRS-vol-12-Pol%C3%ADticas-de-Desenvolvimento-Territorial-Rural-no-Brasil-Avan%C3%A7os-e-Desafios.pdf>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

FINATTO, R. A; CORRÊA, W. K. Desafios e perspectivas para a comercialização de produtos de base agroecológica: o caso do município de Pelotas/RS. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Porto Alegre, v. 5, n. 1, p. 95-105, 2010. Disponível em: <[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/9669-1-41175-1-10-20100320%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/9669-1-41175-1-10-20100320%20(1).pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2018.

FONTENELE, E. G. P; MARTINS, M. R. A; QUIDUTE, A. R. P; MONTENEGRO JÚNIOR, R. M. Contaminantes ambientais e os interferentes endócrinos. **Arq Bras Endocrinol Metab.**, São Paulo, v. 54, n. 1, 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Eveline_Fontenele/publication/43300053_Environmental_contaminants_and_endocrine_disruptors/links/00b49538894a0d97cb000000.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2017.

FRAZÃO, A. **Saiba reconhecer os plásticos que fazem mal à saúde**. [S. l.], 2015. Disponível em: <<https://www.tuasaude.com/plastico-faz-mal-a-saude/>>. Acesso em: 04 set.2017.

FUNK, F. **Agricultura familiar diversificada e qualidade de vida: o caso do município de São Pedro do Butiá – Rio Grande do Sul**. 2008. 197 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, 2008.

GASQUES, J. G.; BACCHI, M. R. P.; RODRIGUES, L.; BASTOS, E. T.; VALDES, C. **Produtividade da agricultura brasileira: a hipótese da desaceleração**. In: VIEIRA FILHO, J. E. R.; GASQUES, J. G. (Org.) Agricultura, transformação produtiva e sustentabilidade. Brasília, DF: IPEA, 2016, p.143-163.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUZMÁN, E.S.; MONTIEL, M.S.; HERNÁNDEZ, D.G.; SÁNCHEZ, I.G.; COLLADO, A.C. **Canales cortos de comercialización alimentaria en andalucia**. Sevilla: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012. 164 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico 2010: cidades**. Brasília, DF, 2010. Disponível em:

<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

_____. **Censo Agropecuário 2006: agricultura familiar**. Brasília, DF, 2006.

Primeiros resultados – Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação.

Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/estatisticasnovoportal/economicas/agricultura-e-pecuaria/9827-censo-agropecuario.html?edicao=9829&t=downloads>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

_____. **Cidades**. Brasília, DF, 2017. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/jales/panorama>>. Acesso em: 19 mar. 2018.

_____. **Síntese de indicadores sociais**. Brasília, DF, 2014. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2014/default_tab_ods.shtm>. Acesso em: 06 set. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **Mapa de feiras orgânicas**. Brasília, DF, 2017. Disponível em: <<https://feirasorganicas.org.br/>>.

Acesso em: 05 dez. 2017.

IZQUIERDO, J. **Embalagem: o componente final - Quando números crescentes de consumidores que se preocupam com a saúde eliminam produtos químicos da dieta, a embalagem entra no jogo**. [S. l.], 2016. Disponível em:

<<https://www.embalagemmarca.com.br/2016/04/artigo-embalagem-o-componente-final/>>. Acesso em: 04 set. 2017.

KRISCHKE, P. J.; TOMIELLO, N. O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 10, n. 96, p. 27-43, 2009.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARSDEN, T; BANKS, J; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, Assen, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00158/epdf>>. Acesso em: 05 dez. 2017.

MATTEI, L. O Papel e a Importância da Agricultura Familiar no Desenvolvimento Rural Brasileiro Contemporâneo. **Rev. Econ. NE**, Fortaleza, v. 45, p. 71-79, 2014 (Suplemento especial). Disponível em:

<http://edi.bnb.gov.br/content/aplicacao/publicacoes/ren-numeros_publicados/docs/ren_2014_6_lauro_v2.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2018.

MAZZOLENI, E. M.; NOGUEIRA, J. M. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. 2006. **RESR**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 02, p. 263-293, abr/jun 2006.

MENEZES, T.; SILVEIRA, F. G.; MAGALHÃES, L. C. G.; TOMICH, F. A.; VIANNA, S. W. (2002) **Gastos alimentares nas grandes regiões urbanas do Brasil: aplicações do modelo AID aos microdados da POF 1995/1996 IBGE**. Brasília, DF: IPEA, 21p.

MESSMER, J. G. **Les circuits courts multi-acteurs: emergence d'organisations innovantes dans les filières courtes alimentaires**. Paris: Rapport INRA-MaR/S, 2013. 69 p. Disponível em: <<http://www7.inra.fr/lecourrier/wp-content/uploads/2014/11/Circuits-courts-Messmer-2013.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2017.

MORAES, M. L.; GUILHERME, D. O.; FERNADES, F. M. B.; CASAGRANDE, V. M. G.; MELO, A. M. S. V.; DE PAIVA, A. S.; CEREDA, M. P. Análise do perfil dos consumidores de produtos orgânicos de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. In: **AGROECOL**, 1., 2014, Dourados. **Anais...** Dourados: [s. n.], 2014. p. 42-53.

MOWEN, J.; MINOR, M. S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003. 413 p.

MUÑOZ, C. M. G.; GÓMEZ, M. G. S.; SOARES, J. P. G.; JUNQUEIRA, A. M. R. **Normativa de produção orgânica no Brasil: a percepção dos agricultores familiares do assentamento da Chapadinha, Sobradinho (DF)**. **RESR**, Piracicaba, v. 54, n. 2, p. 361-376, 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/resr/v54n2/1806-9479-resr-54-02-00361.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

NASRALLAH, A. **Planejamento no agronegócio: parceria rural x arrendamento rural**. [S. l.], 2016. Disponível em: <<http://tributarionosbastidores.com.br/2016/05/agro/>>. Acesso em: 04 set. 2017.

NAVAS, R.; KANIKADAN, A. Y. S.; LEAL, L. P.; ALMEIDA, S. C. S. Perfil do consumidor de orgânicos em feiras na cidade de Maceió/AL. In: **SIMPÓSIO REFORMA AGRÁRIA QUESTÕES RURAIS**, 7., 2016, [S. l.]. **Anais...** [s. l.: s. n.], 2016. p. 1-10. Disponível em: <<http://www.uniara.com.br/arquivos/file/eventos/2016/vii-simposio-reforma-agraria-questoes-rurais/sessao6a/perfil-consumidor-produtos-organicos.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, L. C. **Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais (Pronat) no Território Noroeste Paulista: análise da participação dos atores sociais**. 2014. 147 f. Dissertação (Mestrado em Agronomia) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” Campus de Ilha Solteira – SP, Ilha Solteira, 2014.

OLIVEIRA, L. C.; SILVA, F. C.; SANT' ANA, A. L.; GONZAGA, D. A.; MORAES, M. D. Os avanços da câmara temática de agricultura familiar do Território Rural Noroeste Paulista no ano de 2011. In: SIMPÓSIO SOBRE REFORMA AGRÁRIA E QUESTÕES RURAIS, 5., 2012, Araraquara. **Anais...** Araraquara: UNIARA/INCRA, 2012. v. 1. p. 06. Disponível em: <http://www.uniara.com.br/legado/nupedor/nupedor_2012/trabalhos/sessao_1/sessao_1J/05_Luciana_Oliveira.pdf>. Acesso em: 24 nov.2017.

ORGANICSNET. **Agricultores familiares receberão certificação orgânica.** [S. l.], 2015. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2015/03/agricultores-familiares-receberao-certificacao-organica/>>. Acesso em: 04 set. 2017.

PENTEADO, S. R. **Introdução à agricultura orgânica:** fundamentos e técnicas. Campinas: Editora 100%, 2000.

PERAFÁN, M. E. V.; AVILA, M. As experiências dos núcleos de extensão em desenvolvimento territorial no Brasil. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, Brasília, DF, v. 3, n. 1, p. 9-13, dez. 2017. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/regis/article/viewFile/28046/pdf>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

PEROSA, J. M. Y; MOORI, R. G; LOMBARDI, M. S. F; PEROSA, B. B. O estímulo local e o consumo de produtos orgânicos em Botucatu, S.P. **Revista de Estudos Sociais**, ano 11, n. 22, v. 2, 2009. Disponível em: <<http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/res/article/view/243/232>>. Acessado em: 19 mar. 2018.

PETINARI, R. A.; TERESO, M. J. A.; BERGAMASCO, S. M. P. P. A importância da fruticultura para os agricultores familiares da região de Jales-SP. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Cruz das Almas, v. 30, n. 2, p. 356-360, jun. 2008.

PIMENTA, M. L. **Comportamento do consumidor de alimentos orgânicos na cidade de Uberlândia:** um estudo com base na cadeia de meios e fins. 2008. 124 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

PINHEIRO, K. H. **Produtos orgânicos e certificação:** o estudo desse processo em uma associação de produtores do município de Palmeira – PR. 2012. 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Tecnológica Federal Do Paraná, Ponta Grossa, 2012.

PLURAL - COOPERATIVA DE CONSULTORIA, PESQUISA E SERVIÇOS. **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável Território Noroeste Paulista (SP).** São Paulo, 2011.

REIS, E. A.; REIS, I. A. **Análise descritiva de dados.** Belo horizonte, 2002. Relatório Técnico do Departamento de Estatística da UFMG, 2002. Disponível em: <www.est.ufmg.br>. Acesso em: 18 abr. 2018.

RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE – FIBL. **The World of Organic Agriculture 2017**. [S. l.], 2017. Disponível em: <<http://www.fibl.org/fileadmin/documents/en/news/2017/mr-world-organic-agriculture-2017-english.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

ROSAS, C. A. F. **A (des)construção da dicotomia rural: urbano no extremo Noroeste Paulista**. 2010. 246 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2010.

SAMINÉZ, T. C. O.; DIAS, R. P.; NOBRE, F. G. A.; GONÇALVES, J. R. A.; MATTAR, R. G. H. Princípios norteadores. In: HENZ, G. P.; ALCÂNTRA, F.A.; RESENDE, F. V. (Ed.) **Produção orgânica de hortaliças: o produtor pergunta, a Embrapa responde**. Brasília, DF: Embrapa Informações Tecnológicas, 2007. p. 17-28.

SANT'ANA, A. L. Estratégias dos agricultores familiares: entre a moldagem da intensificação produtiva e a construção de formas diferenciadas de comercialização. **Retratos de Assentamentos**, Araraquara, v. 14, p. 283-304, 2011.

SALDANHA, M. **Certificado de conformidade orgânica: um pouco da nossa caminhada**. [S. l.]: Revista da Junta, 2017. Disponível em: <<https://revista.juntalocal.com/certificado-de-conformidade-organica-um-pouco-da-nossa-caminhada/>>. Acesso em: 14 dez. 2017.

SAMPAIO, D. O.; GOSLING, M.; FAGUNDES, A. F. A.; SOUSA, C. V. **Consumo de alimentos orgânicos: um estudo exploratório**. RAD, v. 15, n. 1, p. 1-22, 2013. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/viewFile/9582/16632>>. Acesso em: 01 jan. 2018.

SILVA, A. F. **Análise do perfil do consumidor de alimentos orgânicos da feira ecológica do Menino Deus**. 2016. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016a. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/158545/001021727.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

SILVA, C. L. O. Política de desenvolvimento territorial: análise da atuação do NEDET no Território Piemonte Norte do Itapicuru. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA DIVERSIDADE DO SEMINÁRIO, 1., 2016, [S. l.]. **Anais...** [S. l.: s. n.], 2016b. Disponível em: <<http://www.agroecologia.org.br/agenda-2/i-congresso-internacional-da-diversidade-do-semiarido/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

SILVA, J. M.; MENDES, E. de P. P. **Agricultura familiar no Brasil: características e estratégias da comunidade Cruzeiro dos Martírios, município de Catalão - GO**. Catalão: [s. n.], 2009. Disponível em: <http://www.geografia.ufflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais%20XIXENGA/artigos/Silva_JM.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2016.

SILVA, L. I. S; OLIVEIRA, A. L; SOUTO, M. P; ALVES, L. C. Caracterização do mercado consumidor de produtos orgânicos em rio Paranaíba-MG. **The Journal of Engineering and Exact Sciences – JCEC**, v. 3, n. 6, 2017. Disponível em: <<http://www.seer.ufv.br/seer/rbeq2/index.php/req2/article/view/327>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

SILVERIO, G. A. **Alimentos orgânicos na alimentação escolar: perspectivas de atores sociais em municípios de Santa Catarina**. 2013. 208 f. Dissertação (Mestrado em Nutrição) - Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/107544/320909.pdf?sequencia=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 04 set. 2017.

SEMINÁRIO DE AGRICULTURA ORGÂNICA. **Feira de Alimentos Orgânicos é inaugurada em Jales**. Jales, 2017. Disponível em: <<https://www.organicosnoroestepaulista.com/single-post/2017/06/01/Feira-de-Alimentos-Org%C3%A2nicos-%C3%A9-inaugurada-em-Jales>>. Acesso em: 5 mar. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **O que é agricultura orgânica?** [S. l.], 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-agricultura-organica,69d9438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 5 mar. 2018.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. 563 p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=n-1zCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=estudar+o+comportamento+do+consumidor+%C3%A9+essencial&ots=JV4L5zJt8J&sig=5XjWucINfKARVI1YmInHEZwLCLA#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 5 dez. 2017.

SOUZA, A. R. D. **Análise do comportamento do consumidor e do produtor/comercializador de hortifrutis orgânicos da Região metropolitana de Belo Horizonte**. 2011. 160 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Fumec Faculdade De Ciências Empresariais Face, Belo Horizonte, 2011.

TELLES, T. S; COSTA, G. V; BACCHI, M. D; LAURENTI, A. C. Evolução da população rural ocupada nas Grandes Regiões do Brasil entre 2001 e 2009. **Interações**, Campo Grande, v. 18, n. 1, 2017.

VELLEDA, L. **Agricultura familiar e reforma agrária são os maiores produtores de orgânicos no Brasil**. [S. l.: s. n.], 2017. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/saude/2017/03/agricultura-familiar-e-reforma-agraria-sao-os-maiores-produtores-de-organicos-no-brasil>>. Acesso em: 4 set. 2017.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIEIRA, I. S. S. **Avaliação do perfil do consumidor de alimentos orgânicos no Distrito do Ingleses do Rio Vermelho - SC.** 2016. 28 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Agronomia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/174346/TCC-IDELVAN%20SOUZA%20SILVA%20VIEIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

VILAS BOAS, L. H. de B. **Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins.** 2005. 222 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.

VILAS BOAS, L. H. B; SETTE, R. S; BRITO, M. J. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria da cadeia de meios e fins.

Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 8, n. 1, p. 25-39, 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/878/87880103/>>. Acesso em: 05 dez 2017.

VILCKAS, M; NANTES, J. F. D. Agregação de valor: uma alternativa para a expansão do mercado de alimentos orgânicos. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 9, n. 1, p. 26-37, 2007. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/878/87890102/>>. Acesso em: 16 mar. 2018.

VINUTO, J. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto.** Campinas: [s. n.], 2014. Disponível em: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2144-6186-1-PB.pdf>>. Acesso em: 14 dez. 2017.

WANDERLEY, M. de N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: TEDESCO, J. C. (Org.). **Agricultura familiar: realidades e perspectivas.** 2.ed. Passo Fundo: EDIUPF, 1999.

WERLANG, R.; MENDES, J. M. R. Pluriatividade no meio rural: flexibilização e precarização do trabalho na agricultura familiar. **Em Pauta**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 38, p. 140-163, 2016. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaempauta/article/view/27857>> Acesso em: 22 out. 2017.

WILLER, H.; LERNOUD, J. (Ed.) **The world of organic agriculture: statistics & emerging trends 2017.** [S. l.]: FIBL & IFOAM – ORGANICS INTERNATIONAL, 2017. Disponível em: <<https://shop.fibl.org/CHde/mwdownloads/download/link/id/785/?ref=1>>. Acesso em: 23 nov. 2017.

APÊNDICE A - Formulário de entrevista aplicado aos produtores de orgânicos certificados e não certificados (transição)

Questionário:	
Pesquisadora:	Daniela
Data:	/ /

Senhor(a) produtor(a), esta pesquisa faz parte de uma dissertação de Mestrado da Faculdade de Engenharia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Câmpus de Ilha Solteira, que objetiva analisar a comercialização de produtos orgânicos no Território Noroeste Paulista, visando futuramente auxiliar produtores, na sua comercialização. A pesquisa estará à disposição de todos na biblioteca e no site da Faculdade a partir de maio de 2018.

Observação: Não serão divulgados os nomes ou quaisquer dados individuais do produtor(a).

1 Identificação do entrevistado

1.1 Nome do(a) produtor(a): _____

1.2 Endereço: _____ 1.3 Telefone: _____

1.4 Idade: _____ anos. 1.5 Escolaridade: _____

2 Dados da propriedade e da produção

2.1 Quantas pessoas trabalham na propriedade?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9 ou mais	<input type="checkbox"/> Nenhuma

2.2 E quantas pessoas **da família** trabalham na propriedade?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9 ou mais	<input type="checkbox"/> Nenhuma

2.3 Quantas pessoas da família exercem atividade ou possuem renda externa à propriedade?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4 ou mais	<input type="checkbox"/> Nenhuma
----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------	----------------------------------

2.3.1 Caso haja renda externa, quais as outras fontes de renda?

<input type="checkbox"/> Aposentadoria/pensão	<input type="checkbox"/> Emprego no meio rural
<input type="checkbox"/> Auxílio governamental	<input type="checkbox"/> Emprego na área urbana
<input type="checkbox"/> Aluguel	<input type="checkbox"/> Outra:

3 Utiliza mão-de-obra de terceiros para ajudar no serviço da propriedade?

Não () Sim (): () empregado permanente ()
 diaristas
 () troca-de-dias () outro tipo: _____

4 Área total da propriedade: _____ hectares

5 Há quanto tempo adquiriu ou assumiu a gestão da propriedade (se administrou ou se teve outra, somar o tempo): _____ anos

6 Em ordem decrescente de importância, quais são as culturas e as criações existentes na propriedade?

Verificar critério utilizado: () econômico () área ocupada () outro: _____

7 Há quanto tempo trabalha com agricultura orgânica ou está em processo de transição para a agricultura de base ecológica/orgânica: _____ anos.

8 A propriedade é certificada? () Não () Sim, qual sua certificadora?

9 Área total de cultivo de orgânicos ou em transição: _____ hectares.

10 O que o motivou a produzir orgânicos?

11 Qual o período que consegue obter produtos orgânicos ou em transição?

() Ano todo () Outono – inverno (maio a set.) () Outro período: _____

12 Destino dos produtos orgânicos ou em transição para a agricultura de base ecológica

Produto	Unid.	Quantida de	Preço médio	Frequênci a de	Destino da produção

13 Comercializa produto orgânico processado ou minimamente processado?

() não () sim Caso a resposta seja afirmativa:

Qual(is) o(s) tipo(s) de processamento ou agregação de valor realizado?

14 No caso de vendas de produtos orgânicos/em transição diretamente ao consumidor

14.1 Há quanto tempo utiliza esta forma de comercialização? _____ anos

14.2 Quais as vantagens dessa forma de comercialização?

14.3 Quais as dificuldades dessa forma de comercialização?

15 No caso de venda de produtos orgânicos/em transição para os órgãos públicos

15.1 Para quais programas de compras governamentais vende os seus produtos?

() PAA () PNAE () PPAIS () Outro:

15.2 Há quanto tempo utiliza esta forma de comercialização? _____ anos

15.3 Quais as vantagens dessa forma de comercialização?

15.4 Quais as dificuldades dessa forma de comercialização?

16 No caso de comercialização de produtos orgânicos/em transição com outros agentes (intermediários, agroindústria, comércio, restaurantes, etc.)

16.1 Como é realizada a negociação?

() telefone	() comprador vem até a propriedade
() vai até a empresa do comprador	() Outra forma:

16.2 Utiliza contrato na venda dos produtos?

() Sim	() Não
() Outra forma:	

16.3 Qual a forma de pagamento?

() À vista	() A prazo
() Outra:	

16.4 Qual o prazo deste pagamento?

() até 30 dias	() 31 a 60 dias
() 61 a 90 dias	() mais de 90 dias
() Outro:	

16.5 Quando a prazo, deixa cheque como garantia?

() Sim	() Não	() Outra garantia:
---------	---------	---------------------

16.6 Quais as vantagens dessa forma de comercialização?

16.7 Quais as dificuldades dessa forma de comercialização?

17 Quais os tipos de embalagens utilizadas durante no transporte/comercialização?

<input type="checkbox"/> caixa plástica	<input type="checkbox"/> a granel
<input type="checkbox"/> bandeja	<input type="checkbox"/> outras:

18 Realiza algum tipo de comercialização em conjunto com outros produtores?

não sim, nesse caso assinalar o tipo de organização:

cooperativa:

associação:

grupo informal parentes

Outra:

19 Pretende ampliar ou fazer mudanças em relação à produção e à venda de seus produtos orgânicos ou em transição para a agricultura de base ecológica? _____

20 Quanto à renda bruta familiar

21.1 Qual percentual do total da renda bruta familiar é obtido por meio de atividades agropecuárias no estabelecimento?

<input type="checkbox"/> até 20%	<input type="checkbox"/> de 21 a 50%	<input type="checkbox"/> de 51 a 80%	<input type="checkbox"/> 81 a 100%
----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

21.2 Qual percentual da renda bruta das atividades agropecuárias é obtido por meio dos produtos orgânicos ou em transição para a agricultura de base ecológica?

<input type="checkbox"/> até 20%	<input type="checkbox"/> de 21 a 50%	<input type="checkbox"/> de 51 a 80%	<input type="checkbox"/> 81 a 100%
----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

APÊNDICE B – Questionário aplicado ao consumidor

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP ILHA SOLTEIRA

PESQUISA: “*Comercialização de orgânicos no território noroeste paulista: estratégias dos produtores e comportamento dos consumidores*”

Questionário Consumidor

Questionário nº:	
Pesquisadora:	Daniela
Data:	/ /

Senhor(a) consumidor(a), esta pesquisa faz parte de uma dissertação de Mestrado da Faculdade de Engenharia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Câmpus de Ilha Solteira, que objetiva analisar a comercialização de produtos orgânicos no Território Noroeste Paulista, visando futuramente auxiliar produtores, na sua comercialização. A pesquisa estará à disposição de todos na biblioteca e no site da Faculdade a partir do 2º do semestre de 2018.

Observação: Não serão divulgados os nomes ou quaisquer dados individuais do consumidor(a).

1. CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS

1.1 Qual(is) tipo(s) de alimento(s) orgânico(s) você costuma comprar aqui neste local?

<input type="checkbox"/> Verduras e legumes:	
<input type="checkbox"/> Frutas:	
<input type="checkbox"/> Açúcar	<input type="checkbox"/> Leite e derivados
<input type="checkbox"/> Carnes	<input type="checkbox"/> Cereais
<input type="checkbox"/> Chocolates	<input type="checkbox"/> Sucos
<input type="checkbox"/> Doces e geleias	<input type="checkbox"/> Outro(s):

1.2 Valor médio gasto com alimentos orgânicos cada vez que vem a este local: _____ reais.

1.3 Qual(is) outro(s) tipos de alimento(s) orgânico(s) você consome ou já consumiu?

<input type="checkbox"/> Verduras e legumes	<input type="checkbox"/> Frutas
<input type="checkbox"/> Açúcar	<input type="checkbox"/> Leite e derivados
<input type="checkbox"/> Carnes	<input type="checkbox"/> Cereais
<input type="checkbox"/> Chocolates	<input type="checkbox"/> Sucos
<input type="checkbox"/> Doces e geleias	<input type="checkbox"/> Outro(s):

1.4 Qual a frequência que compra alimentos orgânicos?

<input type="checkbox"/> Diariamente	<input type="checkbox"/> Duas vezes por semana
<input type="checkbox"/> Quinzenalmente	<input type="checkbox"/> Mensalmente
<input type="checkbox"/> Raramente	<input type="checkbox"/> Semanalmente
Outra:	

1.5 Onde compra ou já comprou alimentos orgânicos?

<input type="checkbox"/> Feiras de produtores	<input type="checkbox"/> Supermercado
<input type="checkbox"/> Quitanda	<input type="checkbox"/> Loja de produtos orgânicos
<input type="checkbox"/> Propriedade Rural	<input type="checkbox"/> Outro local:

1.6 Tem alguma dificuldade para comprar alimentos orgânicos?

<input type="checkbox"/> Preço alto
<input type="checkbox"/> Pouca variedade de produtos ofertados
<input type="checkbox"/> Falta de lugares próximos de venda
<input type="checkbox"/> Conhecimento insuficiente sobre os produtos
<input type="checkbox"/> Outra(s):

1.7 Tempo que consome alimentos orgânicos: _____ anos

1.8 O que lhe motivou a consumir alimentos orgânicos?

1.9 Você sabe dizer como são produzidos os alimentos orgânicos? () Não

() Sim:

2. CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

2.1 Local de moradia:

2.2 Sexo: () Masculino () Feminino **2.3** Idade: _____ anos

2.4 Grau de Escolaridade: () Sem escolaridade () Ensino Fundamental Incompleto

() Ensino Fundamental Completo () Ensino Médio Incompleto

() Ensino Médio Incompleto () Ensino Médio Completo () Ensino superior

2.5 Condição ocupacional do entrevistado:

() Ocupado (especificar profissão/atividade): _____ ()

Desempregado

() Aposentado () Estudante () Não exerce atividade remunerada

2.6 Ocupação do(s) principal(is) provedor(es) da família:

2.7 Quantas pessoas que moram com a família? _____

3. OBSERVAÇÕES:

