



PRODUTOS ORGÂNICOS SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR

Fernanda Mayumi **Hayakawa**¹; Xênia Fernanda **Ferreira**²; Kátia M. V. A. B. **Cipolli**³; Aline de Oliveira **Garcia**⁴

Nº 15202

RESUMO - *A definição de produto de agricultura orgânica, segundo a Legislação Brasileira vigente (BRASIL, 2003) é descrita como aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local. Atualmente, a demanda por alimentos orgânicos no Brasil aumentou e está mais diversificada (FUNDEPAG, 2007; RABELLO, 2005) visando preservar o meio ambiente, saúde e qualidade de vida do consumidor através de uma alimentação mais saudável e equilibrada.*

Visualizando este cenário, o projeto teve por objetivo verificar os hábitos de consumo de produtos orgânicos e avaliar a percepção dos benefícios oferecidos por este tipo de agricultura pelos consumidores, através de um questionário estruturado feito pela internet. As questões abordaram atitudes quanto ao ato de compra e consumo de produtos orgânicos.

O questionário foi enviado por um link via e-mail visualizando a praticidade de ser respondido a qualquer hora do dia de acordo com a rotina do consumidor. As redes sociais também foram utilizadas para divulgá-lo por fornecerem uma maior gama de consumidores de outros estados e de diferentes classes sociais. A principal desvantagem da pesquisa via internet é que o grupo a ser entrevistado foi restrito ao que tem acesso à internet (KUTER & YILMAZ, 2001). Os dados obtidos foram avaliados em conjunto com resultados de outras pesquisas feitas nos anos de 2000 e 2007 sobre hábitos de consumo de produtos orgânicos realizadas por pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL) e do Polo Regional Leste Paulista Monte Alegre do Sul (APTA).

Palavras-chaves: agricultura orgânica, consumo, saúde, meio-ambiente, questionário.

1 Autor, Bolsista CNPq (PIBIC): Graduação em Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, Campinas-SP; fer.hayakawa@gmail.com

2 Colaborador, Técnico em Química, Escola Técnica Estadual Conselheiro Antônio Prado - ETECAP, Campinas-SP;

3 Colaborador, Pesquisador do Instituto de Tecnologia de Alimentos - ITAL, Campinas-SP

4 Orientador, Pesquisador do Instituto de Tecnologia de Alimentos - ITAL, Campinas-SP; alinegarcia@ital.sp.gov.br.



**9º Congresso Interinstitucional de Iniciação Científica – CIIC 2015
10 a 12 de agosto de 2015 – Campinas, São Paulo**

ABSTRACT- *The definition of product of organic agriculture, according to the Brazilian Legislation (BRASIL, 2003) is described as the product obtained in an organic system of agricultural production or obtained from sustainable extractive process and not harmful to the local ecosystem. Currently, the demand for organic food in Brazil has raised and it is more diversified (FUNDEPAG, 2007; RABELLO, 2005) to preserve the environment and increase the health and life quality of the consumers through a healthy and balanced diet.*

Observing this scenery, the project had for objective to verify the consumption habits of organic products and evaluate the perception of the benefits offered by this type of agriculture, through a structured questionnaire made on the internet. The questions were about the attitudes in the buying process and the consumption of organic products.

The questionnaire was sent by e-mail because of the practicality to respond in any hour of the day according to the consumer's routine. The social networks were also used for offering a high number of responses from people from other states and different social levels. The main disadvantage of this type of research is that the group interviewed was restricted to those ones who have access to the internet (KUTER & YILMAZ, 2001). The data was compared to the results from other researches made in 2000 and 2007 about the consumption of organic food realized by researchers from the Institute of Food Technology (ITAL) and the Agency of Agribusiness Technology (APTA).

Key-words: organic agriculture, consumption, health, environment, questionnaire.