



**CENTRO UNIVERSITÁRIO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
UNIPAC - BARBACENA
CURSO DE NUTRIÇÃO**

**BEATRIZ CRISITINA SALES
LETÍCIA APARECIDA SOBREIRA BERTOLIN**

**AVALIAÇÃO DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO E DO CONSUMO ALIMENTAR DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E NÃO ORGÂNICOS EM
CARANDAÍ-MG**

**BARBACENA
2023**

**BEATRIZ CRISITINA SALES
LETÍCIA APARECIDA SOBREIRA BERTOLIN**

**AVALIAÇÃO DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO E DO CONSUMO ALIMENTAR DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E NÃO ORGÂNICOS EM
CARANDAÍ-MG**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Nutrição do Centro
Universitário Presidente Antônio Carlos –
UNIPAC, como requisito obrigatório para
obtenção do título de Bacharela em Nutrição.

Orientadora: Livia Botelho da Silva Sarkis

**BARBACENA
2023**

**BEATRIZ CRISTINA DE SALES
LETÍCIA APARECIDA SOBREIRA BERTOLIN**

**AVALIAÇÃO DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO E DO CONSUMO ALIMENTAR DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E NÃO ORGÂNICOS EM
CARANDAÍ-MG**

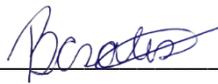
Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Nutrição do Centro
Universitário Presidente Antônio Carlos –
UNIPAC, como requisito obrigatório para
obtenção do título de Bacharela em Nutrição.

Orientadora: Lívia Botelho da Silva Sarkis

Entregue em: 27/06/2023



LÍVIA BOTELHO DA SILVA SARKIS - ORIENTADORA



BEATRIZ CRISTINA DE SALES



LETÍCIA APARECIDA SOBREIRA BERTOLIN

**BARBACENA
2023**

AValiação DO PERFIL SOCIODEMOGRáFICO E DO CONSUMO ALIMENTAR DE CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGâNICOS E NãO ORGâNICOS EM CARANDAÍ-MG

EVALUATION OF THE SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE AND FOOD CONSUMPTION OF CONSUMERS OF ORGANIC AND NON-ORGANIC FOOD IN CARANDAÍ-MG

Beatriz Cristina de Sales¹

Letícia Aparecida Sobreira Bertolin¹

Lívia Botelho da Silva Sarkis²

1. Acadêmica do curso Bacharel em Nutrição, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos-UNIPAC, Barbacena – Minas Gerais.

2. Professora orientadora e Mestre do curso de Nutrição, Nutricionista, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos-UNIPAC, Barbacena – Minas Gerais.

RESUMO

Introdução: Desde 1960, o agrotóxico é utilizado com intuito de minimizar pragas em plantações e atualmente vem ganhando força no Brasil, afetando a qualidade de vida e gerando impactos ambientais. Ademais estudos apontam que alimentos orgânicos são benéficos para a sociedade, por serem livres de substâncias químicas. Sendo assim, a busca por alimentos de origem orgânica tem aumentado, sendo incentivada principalmente pela preocupação com a saúde. **Objetivo:** Comparar o perfil sociodemográfico e de consumo alimentar de indivíduos consumidores de alimentos orgânicos e não orgânicos. **Métodos:** Estudo transversal realizado com clientes de um supermercado e feira livre de Carandaí - Minas Gerais. Foi aplicado de forma presencial um questionário, com questões de múltipla escolha relacionadas ao perfil sociodemográfico, de consumo alimentar e sobre alimentos orgânicos. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa e os dados coletados foram analisados pelo software SPSS® versão 20.0. **Resultados:** Participaram da pesquisa 165 indivíduos, sendo a maioria mulheres, casadas, maiores de 50 anos. Observou-se que 56,4% consumiam orgânicos $\geq 5x$ /semana; 67% relataram não observar a presença de selos nos referidos alimentos; 56,4% relataram comprar estes produtos em feiras. Observou-se que o consumo de tais alimentos não apresentou associação estatística com: renda familiar mensal, escolaridade, local em que mora, filhos e idade ($p > 0,05$). O consumo de alimentos orgânicos somente apresentou associação estatística com gênero, uma vez que as mulheres relataram um maior consumo ($p < 0,05$). **Conclusão:** Conclui-se que entre os consumidores de orgânicos, a maioria não observa a presença de selo, compra principalmente nas feiras, garante que são orgânicos por informação do vendedor/embalagem e pagaria pouco a mais por esse produto. Não houve associação entre o consumo de orgânicos e variáveis sociodemográficas, apenas com sexo feminino que relatam maior consumo de tais alimentos. A não associação com a renda pode indicar que os valores desses alimentos estão mais acessíveis na região.

Palavras-chave: Agrotóxico. Alimentos Orgânicos. Consumo alimentar. Comportamento do Consumidor.

ABSTRACT

Introduction: Since 1960, pesticides have been used to minimize pests in plantations and are currently gaining strength in Brazil, affecting the quality of life and generating environmental impacts. In addition, studies indicate that organic foods are beneficial to society, as they are free of chemical substances. Therefore, the search for foods of organic origin has increased, being encouraged mainly by health concerns. **Objective:** To compare the sociodemographic and food consumption profile of individuals who consume organic and non-organic food. **Methods:** Cross-sectional study carried out with customers of a supermarket and street market in Carandaí - Minas Gerais. A questionnaire was applied in person, with multiple choice questions related to the sociodemographic profile, food consumption and organic food. The research was approved by the Research Ethics Committee and the collected data were analyzed using the SPSS® software version 20.0. **Results:** 165 individuals participated in the survey, most of them women, married, over 50 years old. It was observed that 56.4% consumed organic products $\geq 5x/week$; 67% reported not observing the presence of seals in said foods; 56.4% reported buying these products at fairs. It was observed that the consumption of such foods was not statistically associated with: monthly family income, schooling, place of residence, children and age ($p > 0.05$). The consumption of organic foods only showed a statistical association with gender, since women reported a higher consumption ($p < 0.05$). **Conclusion:** It is concluded that among organic consumers, most do not observe the presence of the seal, buy mainly at fairs, guarantee that they are organic by information from the seller/packaging and would pay little more for this product. There was no association between the consumption of organic products and sociodemographic variables, only with females who reported higher consumption of such foods. The non-association with income may indicate that the values of these foods are more accessible in the region.

Keywords: Agrochemicals. Food, Organic. Eating. Consumer Behavior.

1 INTRODUÇÃO

Os agrotóxicos foram criados no decorrer da Primeira Guerra Mundial, mas o uso extensivo foi evidenciado durante a Segunda Guerra Mundial como um tipo de arma química.¹ No Brasil, em 1960, iniciou-se a utilização em massa de agrotóxicos na agricultura com o movimento “Revolução Verde”, objetivando a crescente produção. Em 1970, o movimento ganhou força com a implantação do Programa Nacional de Defensivos Agrícolas (PNDA), com objetivo principal de aumentar a produção de agrotóxicos no Brasil, reduzindo assim, a dependência de importações.²

Na contemporaneidade, o Brasil ainda possui políticas públicas que favorecem o uso e o comércio de agrotóxicos, sendo que atualmente são utilizadas 500 mil toneladas de pesticidas, o que favorece o país a estar entre os maiores consumidores de agrotóxicos do mundo, tendo múltiplos impactos ambientais e na saúde da população, como infertilidade, impotência, abortos, malformações, neurotoxicidade, desregulação hormonal, efeitos sobre o sistema imunológico e câncer.^{2,3}

Os alimentos orgânicos por sua vez são produtos *in natura* isentos de produtos químicos, radiações e organismos geneticamente modificados em qualquer fase do processo de produção, sendo comercializados por produtores certificados (Certificado 210/047 - IMA), seguindo as normas da Lei 10.831/2003.⁴ Ademais, está associado à sustentabilidade, uma vez que, prioriza técnicas ecológicas objetivando atender a necessidade alimentar do homem, sem denotar riscos de contaminação química ou de qualquer outra natureza tóxica, sendo produzido de forma integrada com o ambiente.⁵

Desse modo, estudar os consumidores de alimentos orgânicos possibilita a oportunidade de tentar compreender quais distintas motivações influenciam nas suas decisões de compra, uma vez que, a busca por alimentos orgânicos vem crescendo nos últimos anos.⁶

Assim, as motivações observadas para o consumo de produtos orgânicos se alinham com as motivações encontradas para o consumo sustentável uma vez que se preocupam com o bem-estar e impactos ambientais. A motivação principal é a preocupação com a saúde, visto que os alimentos orgânicos podem evitar danos patológicos, por serem mais nutritivos, com sua qualidade assegurada, sem a presença de agrotóxicos e fertilizantes, evitando a contaminação química. Entretanto, o não

consumo está relacionado com a falta de informação, o custo e a dificuldade de acesso.⁷

Diante disso, a pesquisa justifica-se pela necessidade de pesquisar sobre alimentos orgânicos, que são uma alternativa sustentável e que visa priorizar o meio ambiente, com diversos benefícios, entre eles na economia e qualidade de vida. Visto que, a busca por uma alimentação mais saudável com menos prejuízos à saúde e a natureza é de extrema importância no contexto atual, onde entre 2007 e 2017 foram registrados 40 mil casos de intoxicação aguda por agrotóxicos, com quase 1.900 óbitos.⁹ Com os resultados obtidos, almeja-se atrair a atenção para o tema e contribuir para a adoção de novos hábitos alimentares mais saudáveis e a conscientização da necessidade de mudança nos processos de desenvolvimento econômico.¹⁰

Portanto, a presente pesquisa objetiva comparar o perfil sociodemográfico e de consumo alimentar de indivíduos utilizadores de alimentos orgânicos e não orgânicos.

2 MÉTODOS

Trata-se de um estudo observacional, do tipo transversal que foi realizado com moradores de Carandaí, frequentadores do supermercado Epa e da feira municipal. Foram incluídos adultos com idade maior ou igual a 18 anos, frequentadores do local, e aqueles que assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE (Apêndice 1) e foram excluídos, funcionários que estavam trabalhando no momento, indivíduos com problemas neurológicos incapazes de responder por si e aqueles que não assinaram o TCLE. Foram recrutados 165 indivíduos, amostragem por conveniência, de forma aleatória, entre os meses fevereiro e março de 2023.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foi aplicado um questionário semi estruturado elaborado pelas próprias pesquisadoras (Apêndice 2) contendo 23 questões de múltipla escolha, sendo 10 questões relacionadas ao perfil sociodemográfico de consumo alimentar e sobre alimentos orgânicos e 13 ao consumo alimentar, necessitando que o participante despendesse aproximadamente 10 minutos para respondê-lo.

A pesquisa se norteou na Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, que abrange os aspectos envolvidos nas pesquisas com seres humanos, sendo

aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo seres humanos do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, sob número de parecer 5.707.824.¹¹

Os dados coletados foram analisados pelo software SPSS® versão 20.0, através de frequência percentual para as variáveis categóricas e medidas de tendência central para as variáveis quantitativas. Para associação das variáveis categóricas, foi aplicado teste qui-quadrado. Todos os testes estatísticos foram realizados com um intervalo de confiança de 95%.

3 RESULTADOS

Foram coletados dados de 165 moradores da cidade de Carandaí Minas Gerais, com média de idade 51 ± 16 anos, sendo a maioria do sexo feminino (71,5%), com predominância de casados ou em união estável (61,8%). A maior parte apresentou renda salarial de até dois salários-mínimos (59,4%), sendo a maior parcela dos entrevistados economicamente ativos (50,7%). Em relação à escolaridade, a maioria tem até o 2º grau (78,8%). Quanto ao número de filhos, 58,2% relataram ter dois filhos ou mais. Dos entrevistados, 40% não praticam exercícios físicos e são residentes da zona urbana (87,3%).

Quanto ao consumo alimentar, a ingestão de alimentos ricos em açúcar obteve um resultado de (49,7%) com frequência de consumo superior a 5x por semana. Os salgados e lanches prontos alcançaram frequência menor que 5x por semana em 52,7% dos entrevistados. Frutas e vegetais apresentaram-se com consumo maior ou igual a 5x por semana em 85,5% dos entrevistados. Quanto ao consumo de bebidas alcoólicas, 67,3% dos entrevistados não ingerem tal tipo, e apenas 4,2% relataram consumo abusivo ($\geq 5x/sem$). Ao caracterizar os consumidores de alimentos orgânicos, observaram-se as informações expostas na Tabela 1.

Tabela 1. Caracterização dos consumidores de alimentos orgânicos abordados em supermercado e feira de Carandaí-MG, 2023.

Questões sobre o consumo de alimentos orgânicos	Frequência (%)
Frequência de consumo de orgânicos por semana	56,4%: $\geq 5x/sem$
Observa presença de selos no alimento orgânico	67%: NÃO

Em qual local você compra alimentos orgânicos?	56,4%: feiras
Como você garante que está adquirindo um alimento orgânico?	56,4%: Informação do vendedor /embalagem
Quanto você pagaria a mais por um produto orgânico em relação a um produto convencional?	71,3%: 1 a 20% do valor do convencional

Quando questionados sobre a definição de alimentos orgânicos, a maioria (41%) respondeu que são alimentos “mais saudáveis”. Apenas 29% responderam que eram alimentos “sem agrotóxicos ou pesticidas”. E quanto aos principais motivadores de compra de alimentos orgânicos, 37% dos participantes alegaram que “acreditam ser mais saudáveis” e 35% por “estilo de vida”. No Gráfico 1, estão os principais alimentos orgânicos adquiridos pelos entrevistados, consumidores de alimentos orgânicos.

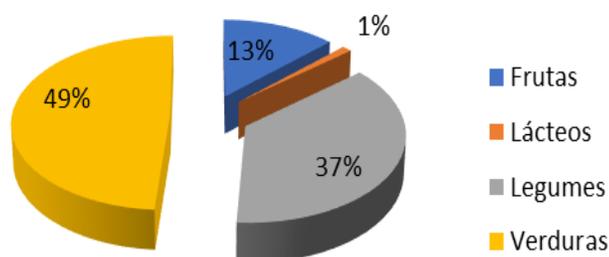


Figura 1. Principais alimentos orgânicos adquiridos por moradores de Carandaí-MG, 2023.

Ao associar consumo de alimentos orgânicos e variáveis sociodemográficas, observou-se que o consumo de tais alimentos não apresentou associação estatística com: renda familiar mensal, escolaridade, local em que mora (zona urbana ou rural), se os indivíduos são economicamente ativos, prática de atividade física, filhos e idade ($p > 0,05$). O consumo de alimentos orgânicos somente apresentou associação estatística com gênero, uma vez que as mulheres relataram um maior consumo de tais alimentos ($p < 0,05$), conforme demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2. Associação entre gênero e consumo de alimentos orgânicos em consumidores de Carandaí-MG, 2023.

Compra alimentos orgânicos	Gênero		Valor de p*
	Feminino	Masculino	
Não	37,3% (n=44)	57,4% (n=27)	p=0,018

Sim	62,7% (n=74)	42,6% (n=20)
-----	--------------	--------------

*Teste qui-quadrado

Por fim, ao avaliar a associação entre consumo de orgânicos e consumo alimentar, observou-se associação estatística entre consumo destes com o consumo de frutas e vegetais. Entre os indivíduos que tem o hábito de consumir frutas e verduras, ou seja, que consomem esses alimentos $\geq 5x$ /semana, a maioria (63,1%) compra alimentos orgânicos. Enquanto aqueles indivíduos que têm menor consumo de frutas e verduras, a maioria (77,3%) não compra alimentos orgânicos, conforme demonstrado na Tabela 3.

Tabela 3. Associação entre consumo alimentar e consumo de alimentos orgânicos em consumidores de Carandaí-MG, 2023.

Consumo alimentar		Compra alimentos orgânicos		Valor de p*
		Não	Sim	
Açúcares e doces	<5x/sem	35% (n=21)	65% (n=39)	p=0,176
	$\geq 5x$ /sem	46,3% (n=38)	53,7% (n=44)	
Salgados e lanches prontos	<5x/sem	43,7% (n=38)	56,3% (n=49)	p=0,722
	$\geq 5x$ /sem	33,3% (n=1)	66,7% (n=2)	
Frutas e verduras	<5x/sem	77,3% (n=17)	22,7% (n=5)	p<0,0001
	$\geq 5x$ /sem	36,9% (n=52)	63,1% (n=89)	
Bebidas alcoólicas	<5x/sem	40,4% (n=19)	59,6% (n=28)	p=0,124
	$\geq 5x$ /sem	71,4% (n=5)	28,6% (n=2)	

*Teste qui-quadrado

4 DISCUSSÃO

Na presente pesquisa, observou-se quanto ao consumo alimentar, uma elevada frequência no consumo de doces. De acordo com dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) o consumo de doces tem aumentado em valores absolutos, sendo esse incremento mais pronunciado entre os adolescentes.¹²

Paralelamente, os participantes também apresentaram hábitos saudáveis, uma vez que se observou alto consumo de frutas e vegetais (85,5%) e baixo consumo de bebidas alcoólicas (67,3% não consomem). Segundo dados do VIGITEL¹³, referente ao ano de 2021, a frequência do consumo regular de frutas e hortaliças foi de 34,2%, valor

muito mais baixo do que o encontrado. O consumo abusivo de bebida alcoólica também foi muito abaixo do exposto pelo VIGITEL (2021), uma vez que dos participantes, apenas 4,2% consumiam bebidas alcoólicas maior ou igual a cinco vezes na semana, valor muito abaixo do encontrado no VIGITEL, no qual 18,3% relataram consumo abusivo. O resultado encontrado pode ser justificado pelo fato de que os dados foram coletados em feiras e no setor de hortifruti do supermercado, e o esperado é que frequentadores destes locais tenham hábitos de vida mais saudáveis.

Entre os frequentadores do supermercado e feira, a maioria compra alimentos orgânicos (56,4%) em uma alta frequência ($\geq 5x/sem$), e adquirem tais alimentos principalmente na feira. Além disso, não observam a presença de selo no alimento orgânico e garantem que estão adquirindo um produto orgânico através da informação do vendedor. Segundo Porto *et al.*¹⁴ o consumidor tem pontos de vistas divergentes quanto à garantia de que o produto orgânico é real. De acordo com a referida pesquisa, os supermercados possuem maior credibilidade por terem uma certificação formal, atestado por selos, os quais dão garantia de origem, da autenticidade e da qualidade dos produtos. Sob outra perspectiva, nas feiras, o critério de avaliação de garantia do consumidor é voltado para a confiança depositada no agricultor ou no comerciante.

E quando questionados sobre quanto pagariam a mais por um produto orgânico, 71,3% responderam que pagariam 1 a 20% do valor convencional. Estudos de Deggerone, Sieminkoski¹⁵ apontam que o preço é, realmente, um fator crítico que limita o crescimento do setor de orgânicos, o que também pode ser observado neste estudo.

Quanto ao conhecimento sobre a definição de alimento orgânico, apenas 29% acertaram o conceito, dizendo ser “sem agrotóxicos ou pesticidas”. Quanto aos principais motivadores de compra 37% alegaram que “acreditam ser mais saudáveis” e 35% por “estilo de vida”. Os principais alimentos orgânicos adquiridos foram legumes e verduras. Segundo Inácio *et al.*¹⁶ “O contexto simbólico de “Alimentos Orgânicos” chama a atenção o atributo “alimento saudável”, ou seja, nas representações dos entrevistados, os alimentos orgânicos estão fortemente associados a um alimento que, em comparação com os alimentos convencionais, é mais saudável”. Ademais, a preocupação do consumidor é evidenciada a uma preocupação com a saúde associada

a uma alimentação com menos aditivos químicos, surgindo atitudes que apontam os principais motivos para tal consumo.

Ao associar o consumo de orgânicos com variáveis sociodemográficas apenas apresentou associação com gênero, uma vez que as mulheres relataram um maior consumo de tais alimentos ($p < 0,05$). Segundo Moura *et al*¹⁷ o consumo de alimentos orgânicos também foi maior no gênero feminino, sendo relatado por 75,7%, enquanto no sexo masculino apenas obteve 24,3% relataram, o que pode ser justificado pelo fato de que as mulheres possuem uma atenção maior com a saúde. Estudos apontam que as mulheres estão à frente dos homens não somente com a preocupação com a alimentação, mas também estão mais habituadas a realizar exames preventivos anuais, seja para cuidado com a saúde ou com intuito estético.¹⁸ No que se refere à renda familiar os estudos apontam que os consumidores de alimentos orgânicos possuem renda maior, diferente da presente pesquisa, na qual não foi observada associação estatística ($p < 0,05$) entre renda familiar mensal e consumo de alimentos orgânicos. Tal resultado indica possíveis valores mais acessíveis dos alimentos orgânicos na região.

Ademais, ao avaliar a associação entre consumo de orgânicos e local de moradia (urbano e rural) também não foi observada diferença estatística, diferente do que era esperado, uma vez que indivíduos moradores da zona rural possivelmente possuem maior acesso aos alimentos orgânicos. Entretanto, tal falta de associação estatística pode indicar uma facilidade do acesso aos alimentos orgânicos a todos os moradores do município, sendo de zona urbana ou rural. E, além disso, pequenos produtores não estariam no local da coleta (feira ou supermercado) uma vez que já possuem os alimentos no local em que moram por plantio próprio.

Por fim, associando consumo de orgânicos com consumo alimentar: observou-se associação estatística entre consumo de orgânicos e consumo de frutas e vegetais. Entre os indivíduos que tem o hábito de consumir frutas e verduras, ou seja, que consomem esses alimentos $\geq 5x$ /semana, a maioria (63,1%) compra alimentos orgânicos. Tais resultados assemelham-se aos encontrados pela pesquisa de Eberl *et al*¹⁹ onde maioria dos consumidores apresenta uma preferência por frutas (83,3%) seguida por vegetais e legumes (81,8%).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que quanto ao perfil sociodemográfico a maioria relatou ter renda familiar de até 2 salários-mínimos e escolaridade de até 2º grau. Entre todos os participantes, observou-se alto consumo de doces, representando um hábito inadequado, porém alto consumo de vegetais e baixo consumo de bebidas alcoólicas, representando hábitos saudáveis.

Com relação aos consumidores de orgânicos, a maioria consome cinco vezes na semana ou mais, não observam a presença de selo, compram tais alimentos principalmente nas feiras, e garantem que são orgânicos por informação do vendedor. A principal motivação de compra de tais alimentos é por acreditar ser mais saudável, sendo comprado mais verduras, legumes e frutas. Quando questionados sobre o valor que pagariam a mais por ser um alimento orgânico, grande parcela relatou que apenas de 1 a 20% do valor convencional.

Não houve associação entre o consumo de alimentos orgânicos e as variáveis sociodemográficas, apenas houve associação com sexo feminino que relatam maior consumo de tais alimentos. Não foi observada associação estatística entre renda familiar mensal e consumo de orgânicos, esse resultado possivelmente indica que os valores desses alimentos estão mais acessíveis na região. Por fim, observou-se associação estatística entre consumo de orgânicos e consumo de frutas e vegetais, entre os indivíduos que tem o hábito de consumir frutas e verduras a maioria compra alimentos orgânicos.

6 REFERÊNCIAS

1. Spencer CM, Soares D, Mongeló MS, Andrighetto A. Morte Anunciada: uso indiscriminado de agrotóxico no Brasil. In IX Mostra Integrada de Iniciação Científica. 2019.
2. Garcia SD, de Lara TIC. O impacto do uso dos agrotóxicos na saúde pública: revisão de literatura. *Saúde e Desenvolvimento Humano*. 2020;8(1):85-96.
3. Lopes CVA, Albuquerque GSC. Agrotóxicos e seus impactos na saúde humana e ambiental: uma revisão sistemática. *Saúde Debate* 2018;42:518-534.
4. Franco AL, Novaes GV, Korasaki V. Perfil do consumidor de produtos orgânicos: um estudo com a comunidade que sustenta a agricultura, CSA-Frutal. 2021;13(1):2317-9686.
5. Erazo RL, Costa SCFC. Feira de Alimentos Orgânicos Em Manaus-AM: Uma Percepção Ambiental Dos Seus Atores Sociais. *Brazilian Journal of Development*. 2020;6(7):47502–47516.
6. Bomfim AC, Sambiase MF. Hábitos alimentares e acessibilidade como fatores influenciadores do consumo de orgânicos. 2021;18(1):107-123.
7. Feyh MH, Lizana GRS, Carvalho RLS. Perfil do consumidor de produtos orgânicos e agroecológicos e sua relação com o consumo sustentável. *Revista Craibeiras de Agroecologia*. 2022;7(1):13-26.
8. Leite GO, Silva CRM, Oliveira LVC, Fontenele RES. Os hábitos de consumo sustentável e a consciência ambiental influenciam a intenção de compra de produtos ecológicos? Um estudo com professores de instituições públicas piauienses. *Research, Society and Development*. 2021;10(4):1-16.
9. Toni DD, Milan GS, Larentis F, Eberle L, Procópio AW. A Configuração da Imagem de Alimentos Orgânicos e suas Motivações para o Consumo. *Ambiente & Sociedade*. 2020;23(1):15-27.
10. Moraes C, Prado N. Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos e naturais: greenwashing ou consumo consciente? 2020;2(2):1-15.
11. Brasil. Ministério da Saúde, Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Dispõe sobre diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. *Diário Oficial da União*. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2012. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>.
12. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018. Análise do consumo alimentar pessoal no Brasil. IBGE. 2020:1-105.

13. Brasil. Ministério da saúde. Vigitel Brasil 2021: Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília, DF: MS, 2022.
14. Porto BR, Nord WM. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. *Caderno de Ciências Agrárias*. 2019;11(1):1-9.
15. Deggerone ZA, Sieminkoski ST. Fatores determinantes da demanda de alimentos orgânicos no município de Frederico Westphalen/RS. *Revista Brasileira de Tecnologia Agropecuária*. 2018;2(1):25-30.
16. Inácio LR, Silva IF, Fernandes LM, Becker C. Pandemia e consumo de alimentos orgânicos: um olhar a partir do contexto da Fronteira Oeste Gaúcha. *Cadernos de Agroecologia*. 2022;17(3):1-5.
17. Moura CCM, Pires CV, Madeira APC, Macedo MCC. Perfil de consumidores de alimentos orgânicos. *Research, Society and Development*. 2020;9(9):1-19.
18. Sauerbronn JFR, Teixeira CDS, Lodi, MDDF. Saúde, estética e eficiência: relações entre práticas de consumo de alimentos as mulheres e seus corpos. *Cadernos EBAPE*. 2019;17(2):389-402.
19. Eberl LE, Erlo FL, Milan GS, Lazzari F. Um estudo sobre determinantes da intenção de compra de alimentos orgânicos. *Revista de Gestão Social e Ambiental*. 2019;13(1):94-111.

APÊNDICE 1 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Pesquisador Responsável: Lívia Botelho da Silva Sarkis
Endereço: Rodovia MG 338, Km 12 - Colônia Rodrigo Silva
CEP: 36.201-143
Telefone: (32) 99116-1943
E-mail: liviasarkis@unipac.br

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Senhor (a) está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa **Avaliação do perfil sociodemográfico e do consumo alimentar de consumidores de alimentos orgânicos e não orgânicos em Carandaí-MG**. Neste estudo pretendemos comparar o perfil sociodemográfico e de consumo alimentar de utilizadores de alimentos orgânicos e não orgânicos e construir uma tabela comparativa de alimentos convencionais e orgânicos. O motivo que nos leva a estudar é a necessidade de pesquisar sobre alimentos orgânicos, que são uma alternativa sustentável e que visa priorizar o meio ambiente, com diversos outros benefícios, entre eles na economia e qualidade de vida.

Para este estudo adotaremos os seguintes procedimentos: aplicação de um questionário semi-estruturado com 23 questões de múltipla escolha sobre perfil sociodemográfico, consumo alimentar e sobre alimentos orgânicos, necessitando que você despenda aproximadamente 10 minutos para responder. Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em constrangimento ao responder os questionários e quebra de sigilo, mesmo que involuntária e não intencional. Caso haja alguma intercorrência, os pesquisadores se comprometem a dar suporte a você por meio de atendimento psicológico gratuito pela Clínica Escola Vera Tamm de Andrada, no Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, localizada na rodovia MG 338 KM 12- Colônia Rodrigues Silva, Barbacena, MG. A pesquisa contribuirá para desenvolver disposição para início do consumo de alimentos orgânicos, conhecimento sobre a diferença de alimentos orgânicos e não orgânicos, e dos locais para se encontrar alimentos orgânicos, além da diferença do valor entre alimentos orgânicos e não orgânicos.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, o Senhor (a) tem assegurado o direito a indenização. O Sr. (a) será esclarecido (a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr. (a) é atendido (a) é atendido pelo pesquisador, que tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira

(Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada, basta solicitá-la ao pesquisador responsável, se quiser. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. O (A) Senhor (a) não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma via será arquivada pelo pesquisador responsável, no Centro Universitário Presidente Antônio Carlos e a outra será fornecida ao Senhor (a).

Eu, _____, portador do documento de Identidade _____ fui informado (a) dos objetivos do estudo **Avaliação do perfil sociodemográfico e do consumo alimentar de consumidores de alimentos orgânicos e não orgânicos em Carandaí-MG** de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar.

Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma via deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Carandaí-MG, _____ de _____ de _____.

Nome e assinatura do (a) participante (a)

Data

Nome e assinatura do (a) pesquisador (a) responsável

Data

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa do UNIPAC:
Rodovia MG 338, Km 12 - Colônia Rodrigo Silva, Reitoria
CEP.: 36.201-143 - Barbacena - MG
Telefone: (32) 3339-4994
E-mail: cep_barbacena@unipac.br

APÊNDICE 2 – Questionário semi-estruturado

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1 Nome _____

2 Idade: _____

3 Sexo () Feminino () Masculino

4 Quantas pessoas moram na sua casa com você?

() Somente eu () 2 pessoas ou mais

5 Quantas pessoas trabalham na sua casa?

() Somente eu () 2 pessoas () 3 pessoas () 4 pessoas () > 4 pessoas

6 Qual a renda mensal?

() <2 salários-mínimos () 2 salários-mínimos ou mais

7 Você mora em zona rural ou urbana? () Rural () Urbana

9 Até qual série você estudou?

() Ensino fundamental incompleto () Ensino fundamental completo () Ensino médio incompleto () Ensino médio completo () Ensino superior incompleto () Ensino superior completo

PERFIL DO CONSUMIDOR

10 Você tem o hábito de ler rótulo, data de fabricação e data de validade?

() Sim () Não

11 Em qual local você compra as hortaliças?

() Supermercado () Feira () Pequeno produtor

12 Qual a frequência que você consome hortaliças

() Não consome () <5x na semana () ≥5x na semana

13 Hábito intestinal () Diário () Até 3 dias () Mais de 3 dias

14 Possui curiosidade de observar se os produtos orgânicos possuem selo?

() Sim () Não

15 Para você o que é alimento orgânico? () Alimento com agrotóxico () Alimento sem agrotóxico () Alimento produzido na água () Alimento sem nenhum aditivo químico

PERFIL ALIMENTAR

16 O que lhe motivou a incluir hortaliças em sua alimentação?

() Influenciado por um amigo () Influenciado por alguma rede social () Porque já tinha o hábito () Buscando a prevenção de alguma doença

17 Você possui horta em casa? () Sim () Não

18 Você prefere os alimentos que estão na safra? () Sim () Não