

# AGRONEGÓCIO E NOVOS MERCADOS: A PERCEPÇÃO DE CIDADÃOS DE NITERÓI- RJ SOBRE AGRICULTURA ORGÂNICA E SEUS PRODUTOS

*Agribusiness and new markets: the perception of citizens of  
Niterói-RJ about organic agriculture and its products*

*Agronegocios y nuevos mercados: la percepción de los  
ciudadanos de Niterói-RJ sobre la agricultura orgánica y sus  
productos*

DOI: 10.48075/igepec.v27i1.29448

Larissa Costa Monteiro  
Thatiana Cizilio Schiffler  
Dalila Alves Moura  
Vânia Ferreira Roque-Specht

# AGRONEGÓCIO E NOVOS MERCADOS: A PERCEPÇÃO DE CIDADÃOS DE NITERÓI-RJ SOBRE AGRICULTURA ORGÂNICA E SEUS PRODUTOS

*Agribusiness and new markets: the perception of citizens of Niterói-RJ about organic agriculture and its products*

*Agronegocios y nuevos mercados: la percepción de los ciudadanos de Niterói-RJ sobre la agricultura orgánica y sus productos*

Larissa Costa Monteiro  
Thatiana Cizilio Schiffler  
Dalila Alves Moura  
Vânia Ferreira Roque-Specht

**Resumo:** Este estudo busca conhecer as percepções de cidadãos de Niterói-RJ sobre o modelo produtivo orgânico e seus produtos. Trata-se de uma pesquisa quantitativa com o uso de um questionário online, cujas perguntas constituíam os constructos de Saúde e Qualidade, Socioeconômico, Sustentabilidade e Meio Ambiente, e Sensorial. Os resultados sugerem que, apesar de os respondentes reconhecerem uma diferenciação entre agricultura orgânica e seus produtos, e os demais modelos produtivos no que tange, principalmente, os parâmetros de Sustentabilidade e Saúde e Qualidade, ainda há desafios em relação aos altos preços e ao acesso a tais mercadorias. Portanto, esse panorama constitui uma chance para o agronegócio brasileiro se consolidar em um novo segmento.

**Palavras-chave:** Sistemas agroalimentares. Mercados. Orgânicos. Consumidor.

**Abstract:** This study seeks to know the perceptions of citizens of Niterói-RJ about the organic production model and its products. This is a quantitative research with the use of an online questionnaire, whose questions constituted the constructs of Health and Quality, Socioeconomic, Sustainability and Environment, and Sensory. The results suggest that, despite the respondents recognize a differentiation between organic agriculture and its products and other productive models regarding, mainly, the parameters of Sustainability, Health and Quality, there are still challenges in relation to high prices and access to such goods. Therefore, this panorama constitutes a chance for Brazilian agribusiness to consolidate into a new segment.

**Keywords:** Agrifood systems. Markets. Organics. Consumer.

**Resumen:** Este estudio busca conocer las percepciones de los ciudadanos de Niterói-RJ sobre el modelo productivo orgánico y sus productos. Se trata de una investigación cuantitativa con el uso de un cuestionario en línea, cuyas preguntas constituyeron los constructos de Salud y Calidad, Socioeconómico, Sostenibilidad y Medio Ambiente, y Sensorial. Los resultados sugieren que, si bien los encuestados reconocen una diferenciación entre la agricultura ecológica y sus productos y otros modelos productivos en lo que respecta, principalmente, a los parámetros de Sostenibilidad, Salud y Calidad, aún existen retos en relación con los altos precios y el acceso a dichos bienes. Por lo tanto, este panorama constituye una oportunidad para que la agroindustria brasileña se consolide en un nuevo segmento.

**Palabras clave:** Sistemas agroalimentarios. Mercados. Orgánicos. Consumidor.

## INTRODUÇÃO

A agricultura, importante atividade econômica para o Brasil, sofreu inúmeras transformações, sobretudo, relacionadas às inovações desenvolvidas a partir do século XX. As revoluções agrícolas que datam desta época trouxeram consigo grande motorização e mecanização, seleção de variedades com alto potencial de rendimento, e amplo uso de fertilizantes, de alimentos concentrados para alimentar animais e de produtos para cuidados com plantas e animais (MAZOYER; ROUDART, 2010).

Apesar dos ganhos produtivos com a implementação de tais técnicas, a partir destas revoluções, a sustentabilidade da conhecida “agricultura moderna” tornou-se pauta de diversas discussões. Isso porque, segundo Octaviano (2010), as revoluções tiveram como consequências a degradação ambiental associada ao intenso uso de agrotóxicos, além do aumento da concentração fundiária e a forte dependência de sementes e organismos geneticamente modificados. Vale destacar, ainda, as consequências relacionadas à saúde humana, que afetaram tanto os trabalhadores rurais quanto os consumidores.

Em resposta a esse cenário, modelos de produção agrícolas diferenciados intensificaram sua participação no espaço rural. Apesar de existirem diversos movimentos com características próprias, geralmente, eles possuem uma perspectiva ecológica, que busca propor formas alternativas de manejo e reduzir o uso tanto de produtos químicos quanto de práticas agrícolas intensivas nos ecossistemas agrícolas (MASCARENHAS *et al.*, 2020). Tais sistemas compreendem a denominada agricultura sustentável.

Outro fator que impulsiona a consolidação desses modelos de produção é a própria população, que tem preferido produtos com qualidades diferenciadas (LIMA *et al.*, 2020). Em uma sociedade onde a disseminação de informações se dá de forma muito rápida, é evidente que as pessoas estão cada vez mais conscientes sobre o ambiente em que vivem. Isso pode ser exemplificado pela crescente preocupação dos consumidores, que estão utilizando como critérios de aquisição de alimentos a sua procedência, as técnicas de produção utilizadas no processo produtivo e o uso ou não de insumos químicos e tecnologias (ANDRADE *et al.*, 2013).

Com essas novas exigências dos consumidores em mente, bem como a necessidade premente de sistemas convencionais de produção agrícola se adaptarem a práticas mais sustentáveis, há uma tendência crescente de agriculturas cujas estruturas produtivas estejam alinhadas à sustentabilidade, como a orgânica (WEBER; SILVA, 2021; LEITÃO; FERREIRA, 2022). Portanto, o objetivo do presente trabalho é conhecer as percepções, por meio de um questionário online, de uma parcela dos cidadãos do município de Niterói-RJ sobre o modelo produtivo orgânico e seus produtos em determinados constructos, bem como discutir sobre esses resultados.

Assim, este trabalho, além de contribuir para a reflexão sobre o entendimento e a demanda dos consumidores em relação aos produtos orgânicos, também pondera sobre os fenômenos que perpassam pela oportunidade do agronegócio brasileiro se inserir no mercado diferenciado, pouco explorado e ainda em crescimento dos orgânicos (WILKINSON, 2010; PORTO; NORDI, 2019).

## 2 – REFERENCIAL TEÓRICO

O histórico do meio rural brasileiro remonta a uma economia fundamentada na produção de excedentes para exportação, onde se “conformou um sistema produtivo assentado na grande propriedade da terra, na monocultura em larga escala e no trabalho escravo” (MATTEI, 2015, p. S106). Apesar de perdurar, até hoje, com uma lógica semelhante, mudanças ocorreram nas atividades agropecuárias ao longo do tempo, vendo-se o desenvolvimento do trabalho livre, alterações na sua base tecnológica, na estruturação das culturas agrícolas e nos processos de produção (MARTINE, 1991; MATTEI, 2015).

Isso remonta às Revoluções Agrícolas do século XX, mais especificamente a Verde, que se desenvolveu amplamente pelo mundo (MAZOYER; ROUDART, 2010). Essa Revolução foi marcada não só pelo uso abundante de novas tecnologias, como herbicidas, fertilizantes, plantas e sementes geneticamente modificadas, como também pelo aumento do uso de máquinas e equipamentos agrícolas modernos, iniciativas facilitadas pelo próprio poder público por meio da criação de incentivos ao desenvolvimento de processadores de produtos agrícolas e produtores de insumos (HELFAND, 1999; MAZOYER; ROUDART, 2010; FUCK; BONACELLI, 2011).

Apesar de ter proporcionado importante disseminação de tecnologias e, conseqüentemente, um aumento na produtividade agrícola, a adoção de tais práticas também implicou em impactos sociais e ambientais negativos (OCTAVIANO, 2010). Dentre eles, Serra *et al.* (2016) enfatizam a problemática em torno da intensificação do uso de insumos químicos, tais como os agrotóxicos para o meio ambiente, citando o esgotamento do solo e a poluição hídrica como principais consequências dessa iniciativa. A ameaça à agro biodiversidade e à saúde humana também são impactos levantados por Nodari e Guerra (2015), que responsabilizam a esse cenário o surgimento de um desejo em desenvolver formas alternativas de produção que fossem menos agressivas ao meio ambiente, ou seja, sustentáveis, e, em simultâneo, promovessem alimentos adequados para a população.

O conceito de agriculturas alternativas compreende que elas são “aquelas que buscam, de forma geral, articular as funções ecológicas (associadas à dinâmica dos ecossistemas e à biodiversidade) e as funções e estruturas dos sistemas de produção agropecuária” (GONÇALVES; HANNAS, 2018, p. 88). Paulus e Schlindwein (2001) detalham, ainda, que, para uma agricultura corresponder a uma visão sustentável, ela precisa ser: ecologicamente correta, isto é, conservar os recursos naturais, de forma que mantenha a vitalidade do agroecossistema; economicamente viável, relacionada à autossuficiência e geração de renda; socialmente justa, prevendo a distribuição de recursos (terra, capital) e participação nas tomadas de decisão de forma justa; humana, respeitando todas as formas de vida; e adaptável, ou seja, possuir a capacidade de se ajustar às mudanças no tempo e no espaço, seja através do desenvolvimento de novas tecnologias e/ou inovações sociais e culturais.

Diniz (2011) apresenta serem correntes da agricultura alternativa a biodinâmica, natural, biológica, permacultura e orgânica. Esta última apresenta um crescimento mundial (FiBL; IFOAM, 2021), inclusive no Brasil (LIMA *et al.*, 2020), tanto em termos de produção como de consumo. Em função desse panorama, optou-se por aprofundar o tema orgânico neste trabalho.

Segundo Penteado (2001), a agricultura orgânica surgiu de estudos realizados na década de 1920 pelo inglês Sir Albert Howard, cujo objetivo era

demonstrar a relação entre a saúde e resistência humana e as doenças ligadas à estrutura orgânica do solo. Especificamente, a essência dessa agricultura é a conservação da fertilidade natural e vida do solo, que deveria advir do uso de adubos orgânicos, diversificação e rotação de culturas e métodos que promovam o equilíbrio entre os elementos do ecossistema (PENTEADO, 2001).

Em relação às práticas desse sistema, Soares *et al.* (2020) elencam: proibição do uso de defensivos, fertilizantes e medicamentos químicos, hormônios sintéticos e transgênicos; uso de ações de conservação dos recursos naturais; e consideração por aspectos éticos nas relações sociais e no trato com animais. Além disso, os autores voltam a discutir a dificuldade de conversão para tais sistemas, devendo ser estabelecidos períodos de transição, em que é planejada, a partir dos sistemas convencionais, a diminuição gradual dos elementos proibidos.

Nesse cenário, também ganham destaque os consumidores e estudos sobre o seu comportamento no processo de compra e consumo. Esses estudos auxiliam, por exemplo, nas tomadas de decisões dos atores envolvidos nos processos produtivos, ainda mais após as mudanças demográficas e tecnológicas mais recentes, em que os clientes estão buscando, cada vez mais, produtos e serviços de maior qualidade e maior valor agregado (CAZANE; MACHADO; SAMPAIO, 2014).

No caso dos alimentos orgânicos, seu aumento de produção e consumo, tanto ao nível internacional quanto nacional, tem sido impulsionado pela busca crescente dos consumidores por alimentos mais saudáveis e incentivadores da sociobiodiversidade e do bem-estar animal (VILELA *et al.*, 2019). Além disso, Dias *et al.* (2015, p. 162) também trazem outro motivador, sendo a “crescente desconfiança (...) em relação à indústria moderna, que trouxe (...) facilidades à vida cotidiana, mas também aumentou (...) a manipulação de químicos (...) no meio ambiente, com graves consequências para a saúde humana e para os ecossistemas naturais”.

Este panorama é reafirmado no trabalho de Porto e Nordi (2019), que, através de uma pesquisa online em redes sociais, constatou que 91% dos participantes estavam dispostos a substituir os produtos oriundos de sistemas convencionais por orgânicos, uma vez que atribuem a estes a possibilidade de garantia da segurança alimentar e saúde, além da preservação ambiental. Este resultado se assemelha ao observado na primeira pesquisa nacional oficial sobre o consumo de produtos orgânicos foi em 2017, onde, mais uma vez, demonstrou-se que os principais motivadores são saúde e preservação ambiental, mas também características sensoriais (como sabor e frescor) e curiosidade (ORGANIS, 2017).

Já em relação aos obstáculos para adquirir os produtos orgânicos, ambos os estudos supracitados constataram que os mais significativos para os consumidores são os preços altos e a falta de locais próximos que comercializam esses produtos (ORGANIS, 2017; PORTO; NORDI, 2019). É importante ressaltar que o fator renda, de fato, é determinante para a aquisição destes produtos, já que para um consumidor cuja renda é mais elevada a tendência é a busca por alimentos mais saudáveis e naturais para consumo (ROSADO *et al.*, 2013).

Para além disso, existe uma tendência geral de os consumidores estarem cada vez mais dispostos a gastar para pagar e apoiar causas morais e éticas. Assim, o consumo alimentar é uma via em que esse tipo de consumo ético ocorre. Os consumidores muitas vezes demonstraram um desejo de comprar alimentos orgânicos e se preocupam cada vez mais com uma produção de alimentos sustentável (GARNER, 2022).

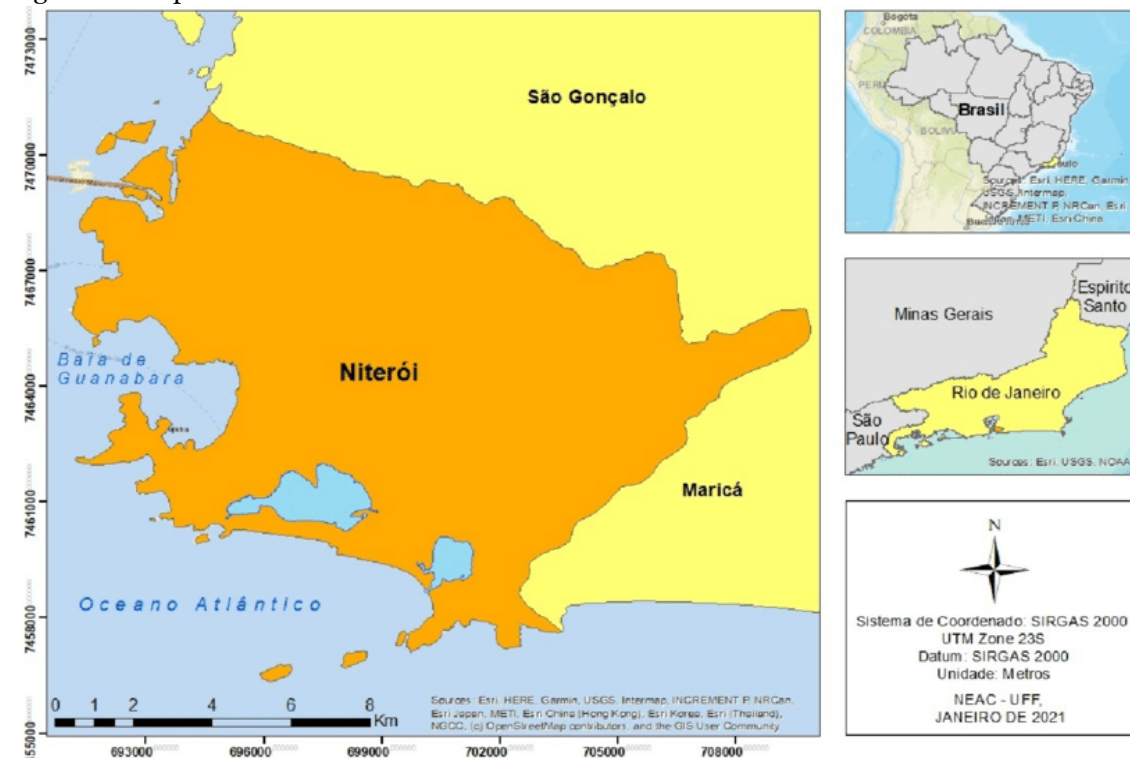
Isso demonstra que a consolidação das economias agroalimentares alternativas em detrimento dos sistemas dominantes é algo que está mais próximo

do que se imagina, visto que elas estão mais inclinadas a responder a tais demandas socioeconômicas, enquanto os sistemas hegemônicos focam em reagir apenas às alternativas em si (PLOEG, 2016). Apesar do fato de que sistemas alternativos podem ser apropriados e convencionalizados por sistemas tradicionais, Ploeg (2016) afirma que eles ainda têm o potencial de causar crises generalizadas nos sistemas alimentares dominantes.

### 3 – METODOLOGIA

O presente estudo possui abordagem quantitativa, sendo categorizado, segundo Freitas *et al.* (2000), como um levantamento *survey* exploratório e descritivo, visto que busca conhecer as percepções de uma parcela dos cidadãos do município de Niterói, no estado do Rio de Janeiro (Figura 1), sobre a produção orgânica e seus produtos. Ademais, ele possui como unidade de análise o indivíduo, além de ser de corte transversal, ou seja, a coleta de dados foi realizada em apenas um momento.

Figura 1 – Mapa da cidade de Niterói-RJ



Fonte: Adaptado de Ferreira *et al.* (2021).

O questionário é uma das ferramentas de coleta de dados preconizadas por Gil (2002), caracterizado por ser mais rápido, por não exigir o envolvimento de profissionais qualificados, e por garantir o anonimato. Portanto, optou-se por utilizar essa ferramenta, porém *online*, através do *Google Forms*. Essa decisão se deve à dificuldade de se obter informações por meio da comunicação presencial dadas às circunstâncias mundiais instauradas em decorrência da pandemia pelo novo coronavírus. Independentemente disso, Faleiros *et al.* (2016) defendem que esse tipo de coleta produz respostas mais ágeis a custos mais baixos e concorda com o posicionamento da população em utilizar cada vez mais a tecnologia.

O presente questionário *online*, além de possuir um termo de consentimento livre e esclarecido de concordância obrigatória dos respondentes para participar da

pesquisa, era composto por duas etapas. A primeira visou coletar dados gerais dos participantes, como gênero, idade e renda, e questões generalizadas sobre produtos orgânicos e seu consumo. Já a segunda etapa, foco do atual estudo, era composta por vinte afirmações divididas igualmente entre quatro construtos, sendo: “Saúde e Qualidade”; “Socioeconômico”; “Sustentabilidade e Meio Ambiente”; e “Sensorial”. Esta última etapa objetivou conhecer as concepções de cidadãos niteroienses a respeito do modelo produtivo orgânico e seus produtos, independentemente de serem consumidores de tais itens ou não. Para isso, foi disponibilizada, junto a cada proposição, uma escala *Likert* de 5 pontos (1- Discordo Totalmente; 2- Discordo Parcialmente; 3- Indiferente; 4- Concordo Parcialmente e 5- Concordo Totalmente) para que os respondentes expressassem suas opiniões.

O questionário ficou disponível para respostas do dia oito de março de 2021 até o dia dezessete de março de 2021, divulgado exclusivamente por meio de redes sociais, e buscou abranger o maior número possível de perfis sociais. Os dados foram compilados em planilhas eletrônicas em um documento *Excel*, permitindo a criação de gráficos, que serão apresentados no tópico a seguir.

## **4 – RESULTADOS E DISCUSSÕES**

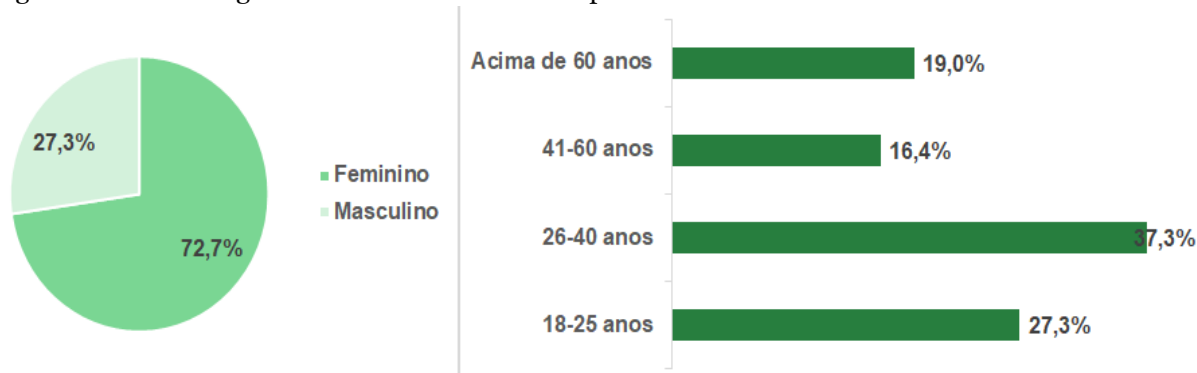
Após a finalização do prazo de disponibilização do questionário, contabilizou-se um total de 115 (cento e quinze) respostas. Entretanto, 5 (cinco) precisaram ser descartadas, já que os respondentes não residiam no município estudado, sendo consideradas 110 (cento e dez) respostas. Portanto, a amostra pode ser classificada como não-probabilística por conveniência, pelo fato de os participantes da pesquisa terem sido eleitos na população por possuírem maior acessibilidade dos autores do presente estudo (OLIVEIRA, 2001).

### **4.1 – PERFIL DOS PARTICIPANTES**

Visto que o objetivo principal da aplicação do questionário foi obtido com as respostas fornecidas à segunda etapa do questionário, esta subseção possui caráter informativo, apenas apresentando as principais características dos respondentes.

Conforme a Figura 2, pode-se observar que a maioria dos participantes (n = 80) se identificaram como pessoas do gênero feminino, correspondendo a 72,7% dos respondentes. Este quadro reflete a distribuição encontrada na população niteroiense, na qual o número de mulheres é superior ao de homens, segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021a). Em relação à faixa etária, a maioria dos participantes possuía entre 26 e 40 anos enquanto a minoria estava na faixa de 41 a 60 anos; as participações de todas as faixas etárias consideradas podem ser observadas abaixo.

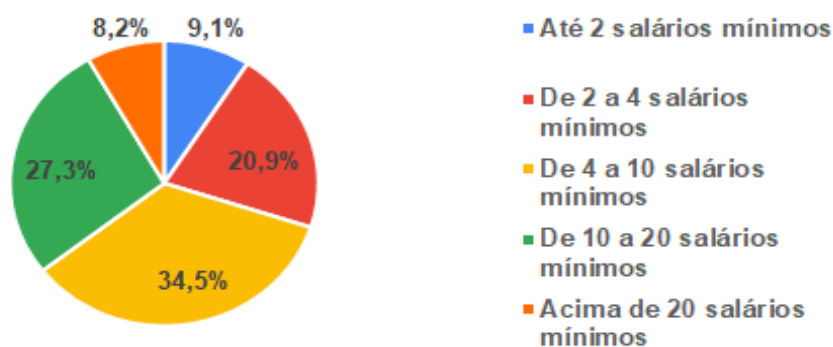
Figura 2 – Dados de gênero e faixas-etárias dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com relação à renda familiar (Figura 3), foi constatado que, com 34,5%, a maioria dos participantes possui renda familiar de quatro a dez salários-mínimos, seguido de participantes com faixa salarial entre dez e vinte salários-mínimos, isto é, 27,3% dos respondentes, considerando o salário-mínimo de R\$ 1.100,00 determinado pela Medida Provisória (MP) número 1.021 (BRASIL, 2020). Este cenário não condiz necessariamente com o que apurou o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), quando esse concluiu que a média salarial da população de Niterói era de 3,2 salários-mínimos em 2018, quando o salário-mínimo era de R\$ 954,00 (BRASIL, 2017; IBGE, 2021b). Apesar disso, visto que a amostra obtida com a aplicação deste questionário não é probabilística, ou seja, não pode ser projetada para a população geral do município de Niterói, esse panorama não pode ser considerado como o retrato oficial da cidade.

Figura 3 – Dados de renda das famílias dos participantes do questionário



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A maioria dos respondentes (73,6%) afirmou consumir produtos orgânicos, sendo: todos os dias - 17,3%; 5 a 6 vezes por semana - 1,8%; 2 a 4 vezes por semana - 20,9%; 1 vez por semana - 5,4% e poucas vezes por mês - 28,2%. Salienta-se que 25% dos entrevistados afirmaram que aumentaram o consumo de orgânico em virtude da pandemia por COVID-19. Esses dados confirmam os estudos que observaram que um dos motivos de compra de produtos orgânicos está relacionado ao bem-estar, saúde, segurança e qualidade alimentar (VERGA; SILVA; ALFINITO, 2020).

Em relação aos tipos de locais onde os consumidores de produtos orgânicos adquirem tais produtos, no questionário foram apresentadas as opções: Supermercados ou hipermercados de rede; Mercarias ou Hortifrúteis de Bairro; Feiras Livres; pela *internet/E-commerce* de produtos orgânicos; diretamente com o



Produtor; e outros, podendo o participante escolher mais de uma alternativa. Observou-se que os locais mais citados foram as Mercarias ou Hortifrúteis de Bairro e os Supermercados ou Hipermercados de Rede, sendo citados, respectivamente, 36 e 35 vezes pelos respondentes. Em seguida, foram as Feiras Livres (22 vezes), as compras pela *Internet/E-commerce* de Produtos orgânicos (16 vezes), as aquisições direto do produtor (13 vezes), e a produção própria (3 vezes). Com isso, pode-se dizer que os participantes ainda possuem uma tendência em preferir os comércios de bairro, supermercados e hipermercados de rede em detrimento dos comércios denominados, segundo Schneider e Ferrari (2015), cadeias curtas, ou seja, caracterizados por relações face a face entre produtores e consumidores, como as feiras.

#### 4.2 – PERCEPÇÕES SOBRE O MODELO PRODUTIVO ORGÂNICO E SEUS PRODUTOS

Para atender ao objetivo do projeto, as anotações dos participantes foram analisadas por meio de aritmética e classificadas por importância. As questões de alta importância são aquelas que ficam entre 4,0 e 5,0; questões de média importância são aquelas que ficam entre 3,0 e 3,9; e as questões de baixa importância são aquelas que ficam abaixo de 3,0.

A Tabela 1 demonstra as vinte assertivas do estudo em ordem decrescente das médias obtidas da forma apresentada anteriormente.

Tabela 1 – Médias das assertivas do estudo, apresentadas em ordem decrescente

CONSTRUCTO	AFIRMAÇÃO	MÉDIA
Sustentabilidade e Meio Ambiente	A produção orgânica afeta menos a saúde do produtor.	4,69
Socioeconômico	Gostaria que mais pessoas tivessem acesso a produtos orgânicos.	4,63
Sustentabilidade e Meio Ambiente	As formas alternativas de combate a pragas da produção orgânica agredem menos o meio ambiente.	4,59
Sustentabilidade e Meio Ambiente	Produtos orgânicos poluem menos o solo e a água.	4,53
Sustentabilidade e Meio Ambiente	Produtos orgânicos promovem a biodiversidade.	4,49
Saúde e Qualidade	Gostaria de consumir mais produtos orgânicos.	4,47
Saúde e Qualidade	Produtos orgânicos são mais benéficos para a saúde.	4,41
Sustentabilidade e Meio Ambiente	Acho restos de produtos orgânicos melhores para reaproveitar em compostagens e adubos.	4,27
Saúde e Qualidade	Tenho preferência por produtos mais saudáveis.	4,22
Sensorial	Há maior prazer em consumir produtos orgânicos.	4,22
Saúde e Qualidade	Produtos orgânicos têm qualidade superior.	4,20
Sensorial	Há diferença de sabor entre produtos orgânicos e convencionais.	4,15
Socioeconômico	Considero produtos orgânicos caros.	4,15
Saúde e Qualidade	Me preocupo com a procedência dos alimentos que compro.	4,08
Sensorial	Produtos orgânicos devem ser/são mais saborosos.	4,06
Socioeconômico	As redes sociais e a mídia passaram a falar mais sobre produtos orgânicos.	3,96
Sensorial	A forma e o tamanho dos produtos orgânicos me agradam.	3,84
Sensorial	Tenho preferência por restaurantes que utilizam produtos orgânicos.	3,42
Socioeconômico	As pessoas consomem produtos orgânicos por 'moda' ou influências externas.	3,26
Socioeconômico	Encontro produtos orgânicos com facilidade.	2,96

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Analisando as médias das notas de cada constructo individualmente, observa-se que “Sustentabilidade e Meio Ambiente” e “Saúde e Qualidade” se destacaram entre os demais, com médias de notas de 4,51 e 4,28, respectivamente. Enquanto isso, o constructo “Sensorial” possui média de 3,94 e o “Socioeconômico” pontuou 3,79.

Avaliando os resultados baseados nas categorias elencadas, observou-se que, na categoria de alta importância (n = 15), os constructos “Sustentabilidade e Meio Ambiente” e “Saúde e Qualidade” apresentaram as maiores proporções no grupo, ambos com participação de 33%, seguidos dos constructos “Sensorial” (20%) e “Socioeconômico” (13%). Destaca-se que, nesta categoria, a afirmação com maior concordância diz respeito à produção orgânica afetar menos a saúde do produtor, seguida das demais que reconhecem o impacto positivo das produções orgânicas para o meio ambiente no que tange a menor poluição, maior promoção da biodiversidade e preponderante qualidade em compostagens e adubos que usem produtos provenientes desse modelo produtivo. Essa visão dos participantes concorda com Peron *et al.* (2018), que relata que os objetivos da agricultura orgânica são, dentre outros, preservar a saúde do ser humano, dos animais e do meio ambiente, criar ecossistemas mais equilibrados, e preservar a biodiversidade, os ciclos e as atividades biológicas do solo.

Esse resultado enfatiza, então, a necessidade do desenvolvimento de economias agroalimentares de orientação ecológica e construídas em práticas sustentáveis de agricultura e de distribuição de alimentos, ação vista como urgente, já que as economias agro alimentares globais tecnológicas atuais não estão mais conseguindo alimentar a população global crescente nos limites planetários sustentáveis, visto que elas possuem fraturas com seus elementos constitutivos, isto é, com a natureza, os produtores e, inclusive, os consumidores (BERTI, 2020).

O segundo constructo em participação na categoria de alta importância está relacionado com a saúde e qualidade. Os respondentes demonstraram desejo em consumir mais produtos orgânicos, provavelmente ensejados pela associação que eles também fizeram entre as mercadorias e os benefícios para a saúde, e a qualidade superior, já que, conforme Assad (2015) concluiu, a preocupação com a saúde é um dos motivadores da aquisição desses produtos. Do ponto de vista de Andrade *et al.* (2017), os alimentos orgânicos realmente são mais saudáveis, visto que eles possuem valor nutricional mais equilibrado, têm maior durabilidade, e toxicidade inferior. Por outro lado, Smith-Spangler *et al.* (2012), apesar de reconhecerem a menor exposição de produtos orgânicos a resíduos de pesticidas e bactérias resistentes, defendem não haver evidências, na literatura, da superioridade desses produtos em relação aos provenientes de sistemas convencionais em termos de benefícios à saúde, nutrição e segurança alimentar, o que coloca em dúvidas as percepções populares.

Em relação à procedência dos alimentos que os respondentes consomem, outra afirmação, com importante pontuação, é que as práticas e técnicas utilizadas nos sistemas de produção têm sido motivo de atenção dos consumidores ao optarem pela aquisição de um produto (ANDRADE *et al.*, 2013).

O constructo relacionado ao sensorial também possuiu participação significativa na categoria de alta importância, visto que os respondentes afirmaram que existe, de fato, diferenças de sabor entre os produtos de origem em sistemas de produção orgânicos e os de sistemas convencionais, alegando que os primeiros são mais saborosos e proporcionam maior prazer ao serem consumidos. Assad (2015) constatou que, de fato, aspectos como sabor, aroma e frescor também podem ser

impulsionadores da aquisição de produtos orgânicos, além do prazer que eles podem proporcionar (GRAFF, 2015).

Já o constructo socioeconômico, apesar de menor participação na categoria que está sendo explorada, também possui importância, inclusive porque as duas afirmações desse constructo que pontuaram nesta categoria estão relacionadas a dois dos maiores entraves em relação às mercadorias orgânicas: acesso e preço, como demonstrados no relatório do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2020).

Os respondentes defenderam que mais pessoas deveriam ter acesso a alimentos orgânicos, posicionamento provavelmente ensejado pela associação entre tais produtos e saúde, mas também pela reconhecida problemática brasileira no que tange o acesso a alimentos de qualidade por parte da população. Segundo o IBGE (2020), a insegurança alimentar, principal consequência desse precário acesso, aumentou entre 2017 e 2018. Já em relação ao preço, a maioria dos respondentes concordou – seja parcial ou totalmente – que acham os alimentos orgânicos mais caros, porém essa opinião foi refletida, majoritariamente, por pessoas de renda familiar acima de 4 salários-mínimos, o que pode ser considerado curioso.

A respeito das afirmações que compuseram a categoria de média importância (n = 4), apenas os constructos de “Sensorial” e “Socioeconômico” possuíram participação, os dois com 50% cada um. As assertivas do núcleo “Sensorial” relacionam-se diretamente à aparência dos produtos orgânicos e à preferência dos respondentes por estabelecimentos que utilizem esses produtos como matéria-prima dos preparos principais. Assim, um ponto que pode ser determinante na obtenção de produtos orgânicos diz respeito aos seus fatores descritivos, tais como sua forma e tamanho, que ainda não são agradáveis aos olhos de todos, conforme constatado na presente pesquisa. Considerando a teoria de Bhatt *et al.* (2017) de que os consumidores utilizam pistas intrínsecas, inerentes aos produtos, e extrínsecas, que podem ser alteradas sem mudar a essência do produto, para definir a qualidade de um item, as características visuais dos produtos orgânicos, que não podem ser modificadas podem ser um entrave para sua aquisição.

De fato, De Toni *et al.* (2020) afirmam que, juntamente com a conscientização ambiental e de saúde, os atributos relacionados à aparência sensorial dos produtos orgânicos têm ganhado muita importância para os consumidores ao optarem por esse tipo de mercadoria. No caso da pesquisa de Pereira *et al.* (2015), por exemplo, os respondentes consideraram que os produtos orgânicos possuem melhor aparência e são mais saborosos em relação aos convencionais, sendo o entrave maior para sua aquisição o preço.

Já a respeito da afirmativa da preferência dos respondentes por restaurantes que utilizam como matérias-primas produtos orgânicos em detrimento de produtos de sistemas convencionais, entende-se que ela se encontra na categoria de média importância, pois, apesar de muitos clientes concordarem com a necessidade ambiental e social da mudança de postura, alguns ainda não se encontram dispostos a pagar pela diferença que essa transformação geraria no custo de sua alimentação fora de seus domicílios (MEIRELES *et al.*, 2016).

Em relação ao construto “socioeconômico”, o aumento do consumo de produtos orgânicos também vem impulsionado por um desejo dos consumidores por alimentos mais saudáveis, concomitantemente com uma preocupação com o meio ambiente, além de um bem-estar físico e social e também com uma preocupação com o futuro (PINHEIRO *et al.*, 2018). A Pandemia da COVID-19 também impulsionou o consumo desses produtos, principalmente, pois, em seu início, os consumidores buscaram por uma alimentação mais saudável na tentativa de um aumento da

imunidade como meio de prevenção para essa doença desconhecida (ORGANIS, 2020). Tal fato corrobora com esse sentimento dos consumidores adquirirem tais produtos por moda e/ou influências externas, como demonstrado nos resultados.

A única afirmação na categoria de baixa importância ( $n = 1$ ) é associada ao constructo “Socioeconômico”, referindo-se à facilidade de encontrar produtos orgânicos. Nessa afirmação, os respondentes ficaram divididos, justamente, entre concordar ou não com esse fato, ao contrário do que foi percebido na pesquisa Organís (2017), na qual os participantes consideraram ser difícil encontrar produtos orgânicos para comprar.

Os achados deste estudo mostram que, na grande maioria dos casos, os consumidores preferem comprar mercadorias em mercearias de bairro ou bancas de Hortifrúti, bem como em supermercados ou hipermercados, assim como apontaram De Toni *et al.* (2020). A acessibilidade pode ser uma das justificativas para essa escolha, tendo em vista que Niterói é caracterizada por sua natureza urbana e pela disponibilidade de transporte público.

Esse cenário remonta à colocação de Wilkinson (2010), quando afirma que a competitividade do agronegócio brasileiro em novos mercados, como é o caso dos orgânicos, que estão emergindo, também, pela conformação socioeconômica mundial, só será possível quando o país marcar presença e investir de forma que mantenha a promoção dos produtos desses novos segmentos; isso poderia ser uma solução tanto para a questão da oferta de mercadorias orgânicas quanto para a problemática do preço desses produtos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo conhecer as percepções de cidadãos de Niterói-RJ sobre o modelo produtivo orgânico e seus produtos sob os constructos Sustentabilidade e Meio Ambiente, Saúde e Qualidade, Socioeconômico, e Sensorial. Para atingi-lo, foi aplicado um questionário online com questões que englobaram o perfil socioeconômico dos participantes, além de afirmações sobre os constructos anteriormente apresentados, que foram mensuradas por uma escala Likert de 5 pontos.

A amostra de 110 respondentes do presente estudo foi constituída, em maioria, por mulheres (72,7%), cidadãos entre 26 e 40 anos (37,3%) e renda entre 4 e 10 salários-mínimos (34,5%), além de 73,6% desta amostra serem consumidores, com alguma frequência, de produtos orgânicos, adquiridos, principalmente, em mercearias e Hortifrúti de bairro, supermercados e hipermercados de rede.

Em relação à percepção dos cidadãos sobre o modelo de produção orgânico e seus produtos, as afirmações de maior importância estão relacionadas aos quatro constructos, porém com destaque para os de Sustentabilidade e Meio Ambiente, e Saúde e Qualidade. Os consumidores percebem que tal sistema produtivo e seus produtos geram menores impactos no meio ambiente, além de serem benéficos para a saúde dos produtores e também consumidores. Esse motivo gera, também, um desejo por parte dos respondentes de que mais pessoas tivessem acesso a esses alimentos, apesar da percepção de que eles são mais caros.

Já as afirmações de média importância se relacionam aos constructos Sensorial e Socioeconômico, correspondendo às opiniões dos respondentes sobre comércios alimentícios que utilizam produtos orgânicos como matérias-primas e sobre as características descritivas dos produtos orgânicos, que são considerados fatores decisivos no ato da compra. Ademais, discutiu-se sobre quais influências

levam os consumidores a adquirirem tais produtos, inclusive após o advento da pandemia por COVID-19.

Em contrapartida, o acesso ainda é um entrave aos consumidores, tanto em relação ao preço quanto aos locais de venda, o que ainda torna os alimentos orgânicos restritos a uma parcela de consumidores mais abastados economicamente e que moram em regiões de fácil acesso a eles. Como solução para esta problemática, o IPEA (2020) incentiva a comercialização por meio de cadeias curtas, como compras direto do produtor em feiras ou por cestas e kits, e também por Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSAs), que facilitam o acesso aos produtos orgânicos.

Dessa forma, para pesquisas futuras, sugere-se a realização de estudos com procedimento metodológico similar ao deste trabalho, com destaque para o uso de amostras probabilísticas, em outras cidades brasileiras, permitindo obter um melhor panorama sobre a percepção dos consumidores dessas localidades sobre os produtos orgânicos, uma vez que a agricultura orgânica tem se estabelecido como um modelo de produção alternativo bastante relevante social, ambiental e economicamente.

## AGRADECIMENTOS

As autoras agradecem o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Também agradecem o apoio de Luíza Lucchesi pela revisão do texto. Quaisquer erros e omissões são da responsabilidade das autoras.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, B. N.; PINHEIRO, J. de F.; OLIVEIRA, E. M. de. A Importância da Produção Orgânica para a Saúde Humana e o Meio Ambiente. *South American Journal of Basic Education, Technical and Technological*, v. 1, n. 1, p. 227-233, 2017.
- ANDRADE, J. C.; DELIZA, R.; YAMADA, E. K.; GALVÃO, M. T. E. L. BERAQUET, N. J. Percepção do consumidor frente aos riscos associados aos alimentos, sua segurança e rastreabilidade. *Brazilian Journal Of Food Technology*, v. 16, n. 3, p. 184-191, 2013.
- ASSAD, L. Qualidade desses produtos também depende de conhecimento do consumidor. *Ciência e Cultura*, v. 67, n. 4, 2015.
- BERTI, G. Sustainable Agri-Food Economies: Re-Territorialising Farming Practices, Markets, Supply Chains, and Policies. *Agriculture*, v. 10, n. 64, p. 1-9, 2020.
- BHATT, S.; LEE, J.; DEUTSCH, J.; AYAZ, H. FULTON, B.; SURI, R. From food waste to value-added surplus products (VASP): Consumer acceptance of a novel food product category. *Journal of Consumer Behaviour*, v. 17, n. 1, p. 57-63, 2017.
- BRASIL. **Decreto nº 9255, de 29 de dezembro de 2017**. Regulamenta a Lei nº 13.152, de 29 de julho de 2015, que dispõe sobre o valor do salário-mínimo e a sua política de valorização de longo prazo. Diário Oficial da União: Brasília, 2017.

BRASIL. **Medida Provisória nº 1021, de 30 de dezembro de 2020.** Dispõe sobre o valor do salário-mínimo a vigorar a partir de 1º de janeiro de 2021. Diário Oficial da União: Brasília, 2020.

CAZANE, A. L.; MACHADO, J. G. de C. F.; SAMPAIO, F. F. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). **Informe Gepec**, v. 18, n. 1, p. 119-137, 2014.

DE TONI, D.; MILAN, G. S.; LARENTIS, F.; EBERLE, L.; PROCÓPIO, A. W. A configuração da imagem de alimentos orgânicos e suas motivações para o consumo. **Ambiente & Sociedade**, v. 23, p. 1-25, 2020.

DIAS, V. V.; SCHULTZ, G.; SCHUSTER, M. S.; TALAMINI, E.; RÉVILLION, J. P. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 1, p. 155-174, 2015.

DINIZ, B. L. M. T. **Agroecologia e agricultura orgânica.** 1ª edição, João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2011. 78 p.

FALEIROS, F.; KAPPLER, C.; PONTES, F. A. R.; SILVA, S. S. C. GOES, F. S. N.; CUCICK, C. D. Uso de Questionário Online e Divulgação Virtual como Estratégia de Coleta de Dados em Estudos Científicos. **Texto & Contexto – Enfermagem**, v. 25, n. 4, 2016.

FERREIRA, V. L. D.; PEREIRA, E. S.; MELLO, P. S. de; SILVA, R. A. G.; DIAS, F. F. Projeções de impactos socioeconômicos diante de uma possível elevação do nível do mar, como consequência das mudanças climáticas. estudo de caso: município de Niterói, Rio De Janeiro, Brasil. In: DE PAULA, D. P. *et al.* (Ed.). **Sociedade, Ambiente e Tecnologia: mar afora, costa adentro.** Rio de Janeiro: FGEL-UERJ, 2021, p. 33-50.

FiBL - Research Institute of Organic Agriculture; IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements. **The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2021.** 2021. Disponível em: <<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1150-organic-world-2021.pdf>> Acesso em: 25 set. 2021.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O Método de Pesquisa Survey. **Revista de Administração**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

FUCK, M. P.; BONACELLI, M. B. O contexto da organização da ciência, tecnologia e inovação: evolução histórica e perspectivas futuras para o melhoramento genético vegetal no Brasil. **Desenvolvimento em debate**, v. 2, n. 2, p. 73-89, 2011.

GARNER, B. An ethnographic analysis of consumer information processing and decision-making at farmers' markets. **Journal of Consumer Marketing**, v. 39, n. 1, p. 66-77, 2022.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo, Editora Atlas, 2002. 176 p.

GONÇALVES, M. T.; HANNAS, A. S. C. D. Agricultura Alternativa e Mecanismos de Certificação Agropecuária: uma Análise do Marco Regulatório. **Revista Rural & Urbano**, v. 3, n. 2, p. 82-105, 2018.

GRAFF, V. **Atitudes e Motivações em Relação ao Consumo de Produtos Orgânicos em Arroio do Meio/RS**. Monografia (Bacharelado em Administração) - Centro Universitário UNIVATES. Lajeado, p. 70. 2015.

HELFAND, S. M. The Political Economy of Agricultural Policy in Brazil: Decision Making and Influence from 1964 to 1992. **Latin American Research Review**, v. 34, n. 2, p. 3-41, 1999.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. 2021a. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/niteroi/pesquisa/23/25888?detalhes=true>> Acesso em: 15 abr. 2021.

\_\_\_\_\_. **Panorama Niterói**. 2021b. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/niteroi/panorama>> Acesso em: 15 abr. 2021.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: Análise da segurança alimentar no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil**. 2020. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9678/1/TD\\_2538.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9678/1/TD_2538.pdf). Acesso em: 12 mai. 2022.

LEITÃO, F. O.; FERREIRA, G. M. F. Produção orgânica e economia circular: um estudo de caso dos tomates orgânicos. **Informe Gepec**, v. 26, n.2,p. 108-126, jul./dez. 2022.

LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. **Produção e Consumo de Produtos Orgânicos no Mundo e no Brasil**. Texto para Discussão. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada: Brasília; Rio de Janeiro, 2020. 50 p.

MARTINE, G. A trajetória da modernização agrícola: a quem beneficia? **Lua Nova**, n. 23, p. 7-37, 1991.

MASCARENHAS, N. M. H.; FURTADO, D. A.; CAVALCANTI, C. R.; COSTA, A. N. L. da; SOUZA, M. A. de. GONÇALVES, M. G.; OLIVEIRA, A. G. de; BRITO, A. N. dos S. L. de; SILVA, L. P. F. R. da; NOGUEIRA, L. P. da S.; DORNELAS, K. C.; RODRIGUES, R. C. M.; MEDEIROS NETO, M. S. de; PAIVA, F. J. da S.; SILVA, S. do N. Modelos de agricultura sustentável: biodinâmica e sistema silvipastoril. **Revista de Ciências Agrárias**, v. 43, n. 3, p. 363-371, 2020.

MATTEI, L. F. Considerações Acerca de Teses Recentes sobre o Mundo Rural Brasileiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 52, supl. 1, p. S105-S124, 2015.

- MAZOYER, M.; ROUDART, L. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. [tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira]. – São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010. 568 p.
- MEIRELES, B. O.; DEBASTIANI, S. M.; BERTOLINI, G. R. F.; JOHANN, J. A. Perfil socioeconômico dos consumidores de restaurantes em relação à valorização de produtos orgânicos: uma análise comparativa. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 5, n. 1, p. 33-44, 2016.
- NODARI, R. O.; GUERRA, M. P. A agroecologia: estratégias de pesquisa e valores. **Estudos Avançados**, v. 29, n. 83, p. 183-207, 2015.
- OCTAVIANO, C. Muito além da tecnologia: os impactos da Revolução Verde. **ComCiência**, n. 120, 2010.
- OLIVEIRA, T. M. V. Amostragem não Probabilística: Adequação de Situações para uso e Limitações de amostras por Conveniência, Julgamento e Quotas. **Administração On-line**, v. 2, n. 3, 2001.
- ORGANIS - Associação de Promoção dos Orgânicos. **Consumo de produtos orgânicos no Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://organism.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Pesquisa-Consumo-de-Produtos-Org%C3%A2nicos-no-Brasil.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2021.
- ORGANIS - Associação de Promoção dos Orgânicos. **Enquete sobre o Consumo de Produtos Orgânicos**. 2020. Disponível em: <<https://organism.org.br/wp-content/uploads/2020/10/ENQUETE-2020-1.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2022.
- PAULUS, G.; SCHLINDWEIN, S. L. Agricultura sustentável ou (re)construção do significado de agricultura? **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 2, n. 3, p. 44-52, 2001.
- PENTEADO, S. R. **Agricultura Orgânica**. Piracicaba: ESALQ - Divisão de Biblioteca e Documentação, 2001. 41 p.
- PEREIRA, M. C.; MÜLLER, C. R.; RODRIGUES, F. S. A.; MOUTINHO, A. B. A.; RODRIGUES, K. L.; BOTELHO, F. T. Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, n. 9, p. 2797-2804, 2015.
- PERON, C. C.; OLMEDO, J. P.; DELL'ACQUA, M. M.; SCALCO, F. L. G.; CINTRÃO, J. F. F. Produção orgânica: uma estratégia sustentável e competitiva para a agricultura familiar. Produção orgânica: uma estratégia sustentável e competitiva para a agricultura familiar. **Retratos de Assentamentos**, v. 21, n. 2. 2018.
- PINHEIRO, L.; PINHEIRO, J. Q.; CARNEIRO, C. M. de FIGUEIREDO. M. L.; NASCIMENTO, J. C. H. B. De saberes e sabores à escolha alimentar: uma análise a partir da conectividade com a natureza e da orientação temporal para o consumo de alimentos orgânicos. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 12, n. 2, 2018.



PLOEG, J. D. van der. Theorizing Agri-Food Economies. **Agriculture**, v. 6, n. 30, p. 1-12, 2016.

PORTO, B. R.; NORDI, W. M. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. **Caderno de Ciências Agrárias**, v. 11, p. 1-9, 2019.

ROSADO, P. L.; PIRES, M. de M.; PEREZ, R. Frutas processadas sob a forma de salada: preferências dos consumidores e suas implicações no mercado. **Informe Gepec**, v. 17, n. 2, p. 177-189, 2013.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias Curtas, Cooperação e Produtos de Qualidade na Agricultura Familiar – O Processo de Relocalização da Produção Agroalimentar em Santa Catarina. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

SERRA, L. S.; MENDES, M. R. F.; SOARES, M. V. de A.; MONTEIRO, I. P. Revolução Verde: reflexões acerca da questão dos agrotóxicos. **Revista Científica do Centro de Estudos em Desenvolvimento Sustentável da UNDB**, v. 1, n. 4, 2016.

SMITH-SPRANGLER, C.; BRANDEAU, M. L.; HUNTER, G.; BAVINGER, J. C.; PEARSON, M.; ESCHBACH, P. J.; SUNDARAM, V.; LIU, H.; SCHIRMER, P.; STAVE, C.; OLKIN, I.; BRAVATA, D. M. Are Organic Foods Safer or Healthier Than Conventional Alternatives? **Annals of Internal Medicine**, v. 157, n. 5, p. 348-370, 2012.

SOARES, J. P. G.; JUNQUEIRA, A. M. R.; CAMPOS, N. B. M.; PORTO, B. H. C. Agricultura orgânica e agronegócio: análise e impactos de tecnologias sustentáveis. In: GARNIERI, P.; GUIMARÃES, M. C.; THOMÉ, K. M. (Org.). **Agronegócios: perspectivas**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2020. p. 108-149.

VERGA, E.; SILVA, J. D. da.; ALFINITO, S. O bem-estar subjetivo no comportamento de compra de alimentos orgânicos. **Revista Administração em Diálogo**, v. 22, n. 3, p. 95-117, 2020.

VILELA, G. F.; MANGABEIRA, J. A. de C.; MAGALHÃES, L. A.; TÔSTO, S. G. **Agricultura orgânica no Brasil: um estudo sobre o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos**. Campinas: Embrapa Territorial, 2019.

WEBER, J.; SILVA, T. N. da. A Produção Orgânica no Brasil sob a Ótica do Desenvolvimento Sustentável. **Desenvolvimento em Questão**, ano 19, n. 54, p. 164-184, 2021.

WILKINSON, J. Transformações e perspectivas dos agronegócios brasileiros. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 39, supl. esp, p. 26-34, 2010.

**Larissa Costa Monteiro.** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade de Brasília. Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, CEP: 70910-901, Brasília, Distrito Federal, Brasil. E-mail: lcmlarissa8@gmail.com.

**Thatiana Cizilio Schiffler.** Mestre em Agronegócios. Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, CEP: 70910-901, Brasília, Distrito Federal, Brasil. E-mail: thatianaschiffler@gmail.com.

**Dalila Alves Moura.** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade de Brasília. Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, CEP: 70910-901, Brasília, Distrito Federal, Brasil. E-mail: dalila.agro@yahoo.com.br.

**Vânia Ferreira Roque-Specht.** Professora Associada da Universidade de Brasília. Universidade de Brasília, Faculdade UnB Planaltina, Vila Nossa Senhora de Fátima, CEP: 73345-010, Planaltina, Distrito Federal, Brasil. E-mail: vaniars@unb.br.

Recebido em 30/06/2022.

Aceito em 20/12/2022.