

Perfil dos consumidores de feiras agroecológicas de Fortaleza

Profile of consumers of Fortaleza agroecological fairs

Perfil de consumidores de feiras agroecológicas em Fortaleza

Recebido: 14/04/2022 | Revisado: 23/04/2022 | Aceito: 24/04/2022 | Publicado: 28/04/2022

Vângila Ferreira Costa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9468-1035>
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
E-mail: vangilafcosta@gmail.com

Vanessa Araújo de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2661-0996>
Universitário Estácio do Ceará, Brasil
E-mail: vanessalima043@gmail.com

Rafaela Maria Monteiro Sampaio

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9994-1916>
Universidade de Fortaleza, Brasil
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
Centro Universitário Unichristus, Brasil
E-mail: rafaelasampaio@yahoo.com.br

Ana Luiza de Rezende Ferreira Mendes

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3514-9983>
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
E-mail: aninharez@yahoo.com.br

Geam Carles Mendes dos Santos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9316-0107>
UNIFANOR, Brasil
E-mail: geamcarles@yahoo.com.br

Verlaine Suênia Silva de Sousa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7572-5821>
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
E-mail: verlaines@hotmail.com

Fernando César Rodrigues Brito

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8181-664X>
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
E-mail: fernando.brito@ufrn.br

Iramaia Bruno Silva

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9114-5533>
Centro Universitário Unichristus, Brasil
E-mail: iramaia.silva@unichristus.edu.br

Vanessa Duarte de Moraes

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0411-7305>
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
E-mail: vanessa.morais@estacio.br

Marta da Rocha Moreira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2053-4451>
Centro Universitário Estácio do Ceará, Brasil
Universidade de Fortaleza, Brasil
E-mail: martarocha9@yahoo.com.br

Resumo

Objetivo: Caracterizar o perfil de consumidores de três feiras agroecológicas da cidade de Fortaleza-CE. Métodos: Trata-se de um estudo transversal, quantitativo e descritivo. A pesquisa foi realizada com consumidores durante as compras em três feiras. Resultados: Há predominância de consumidores com idade entre 30 e 59 anos (54,7%), a maioria do sexo feminino (70,7%), nível de escolaridade superior completo (54,7%) e renda maior ou igual a 5 salários mínimos (44,0%). Os entrevistados consideram seu estado de saúde bom (52,0%), não possuem pressão alta (84,0%), diabetes (97,3%) e não usam medicamentos (97,3%). Quanto a elevação de colesterol no sangue, 82,7% informou não possuir. Em relação ao conhecimento sobre os alimentos orgânicos prevaleceu indicação de amigos (60,0%), o motivo para o consumo foi que faz bem à saúde (68,0%), a maioria consome orgânicos a mais de 6 anos (32,0%), a dificuldade de consumo são os poucos locais de venda (36,0%), sendo esse fator importante para o consumo (29,3%), onde a maioria faz compras pelo o menos 1 vez por semana (72,0%). Os resultados referentes à frequência de consumo alimentar semanal no último mês evidenciaram que os entrevistados consomem salada crua (96,0%), legumes cozidos (91,1%), frutas (88,0%), feijão (88,0%), leite (56,0%), chocolate (66,7%), em cinco ou mais dias da semana. Conclusão: Foi possível verificar a fidelidade da maioria dos consumidores, predominando

peças do sexo feminino, que consideram seu estado de saúde bom, onde um grande número relatou não possuir nenhuma comorbidade, mantendo um bom padrão de consumo de frutas, legumes e verduras.

Palavras-chave: Perfil do consumidor; Alimentos orgânicos; Feiras agroecológicas.

Abstract

Objective: To characterize the profile of consumers at three agroecological fairs in the city of Fortaleza-CE. **Methods:** This is a cross-sectional, quantitative and descriptive study. The survey was conducted with consumers while shopping at three fairs. **Results:** There is a predominance of consumers aged between 30 and 59 years (54.7%), mostly female (70.7%), complete higher education level (54.7%) and income greater than or equal to 5 minimum wages (44.0%). Respondents consider their health status to be good (52.0%), do not have high blood pressure (84.0%), diabetes (97.3%) and do not use medication (97.3%). As for the elevation of blood cholesterol, 82.7% reported not having it. Regarding knowledge about organic foods, indications from friends prevailed (60.0%), the reason for consumption was that it is good for health (68.0%), most have consumed organic foods for more than 6 years (32.0%), the difficulty of consumption is the few selling places (36.0%), which is an important factor for consumption (29.3%), where most people shop at least once a week (72.0%). The results regarding the frequency of weekly food consumption in the last month showed that respondents consume raw salad (96.0%), cooked vegetables (91.1%), fruits (88.0%), beans (88.0%), milk (56.0%), chocolate (66.7%), on five or more days a week. **Conclusion:** It was possible to verify the loyalty of most consumers, predominantly females, who consider their health status to be good, where a large number reported having no comorbidity, maintaining a good pattern of consumption of fruits and vegetables.

Keywords: Consumer profile; Organic foods; Agroecological fairs.

Resumen

Objetivo: Caracterizar el perfil del consumidor de tres ferias agroecológicas en la ciudad de Fortaleza-CE. **Métodos:** Se trata de un estudio transversal, cuantitativo y descriptivo. La encuesta se realizó con los consumidores durante las compras en tres ferias. **Resultados:** Predominan los consumidores con edad entre 30 y 59 años (54,7%), la mayoría del sexo femenino (70,7%), educación superior completa (54,7%) e ingresos mayores o iguales a 5 salarios mínimos (44,0%). Los encuestados consideran que su estado de salud es bueno (52,0%), no tienen hipertensión arterial (84,0%), diabetes (97,3%) y no usan medicamentos (97,3%). En cuanto a la elevación del colesterol en sangre, el 82,7% refirió no tenerlo. En cuanto al conocimiento sobre alimentos orgánicos prevalecieron las recomendaciones de amigos (60,0%), el motivo de consumo fue que es bueno para la salud (68,0%), la mayoría consume orgánicos desde hace más de 6 años (32,0%), la dificultad de consumo es la pocos lugares de venta (36,0%), siendo este un factor importante para el consumo (29,3%), donde la mayoría compra al menos una vez por semana (72,0%). Los resultados sobre la frecuencia de consumo semanal de alimentos en el último mes mostraron que los encuestados consumen ensalada cruda (96,0%), vegetales cocidos (91,1%), frutas (88,0%), frijoles (88,0%), leche (56,0%), chocolate (66,7%), en cinco o más días de la semana. **Conclusión:** Se pudo verificar la fidelidad de la mayoría de los consumidores, predominantemente del sexo femenino, que consideran bueno su estado de salud, donde un gran número refirió no tener ninguna comorbilidad, manteniendo un buen patrón de consumo de frutas y verduras.

Palabras clave: Perfil del consumidor; Alimentos orgânicos; Ferias agroecológicas.

1. Introdução

Por muitos anos a agricultura tradicional vem sustentando o aumento da produção de alimentos com o propósito de abastecer uma sociedade de acordo com sua demanda. No entanto, para suprir uma população cada vez maior, a agricultura desenvolveu tecnologias para auxiliar e aumentar a produção de alimentos tornando-a cada vez maior. E toda essa produção ao mesmo tempo em que trouxe uma maior diversidade de alimentos, também trouxe impactos ao meio ambiente, com o desenvolvimento de produtos para eliminar pragas das plantações, onde além de contaminarem o alimento produzido, também contaminam o solo e a água, chegando aos lençóis freáticos. Além disso, podem causar intoxicações nos agricultores que são manipuladores diretos e nos consumidores que podem apresentar problemas de saúde em longo prazo (Furtado et al., 2021; Santos, 2014).

Com a divulgação de resultados de pesquisas que mostram os agravos que o uso dos agrotóxicos pode trazer a população e ao meio ambiente, tem crescido a disseminação do consumo de alimentos orgânicos de produção agroecológica onde possuem um sistema de manejo que privilegia a preservação ambiental e qualidade de vida do produtor e do consumidor (Silva, 2016).

O consumo de alimentos ausente de agrotóxicos, no período atual, reflete melhor percepção ambiental do consumidor, acarretada por uma mudança de comportamento na escolha durante a compra dos produtos mais saudáveis e menos agressivos à natureza, tendo em vista a abrangência da consciência sobre os impactos dos agrotóxicos no meio ambiente e na saúde humana como uma proposta duradoura onde é importante considerar a qualidade de vida de quem produz e de quem consome sem causar impactos ao meio ambiente (Furtado et al., 2021; Embrapa, 2007).

Entretanto, de acordo com a pesquisa realizada por Marques (2010), especialmente nas cidades grandes a comercialização de produtos orgânicos tem crescido, mas por outro lado o mesmo não acontece com a mesma intensidade nas cidades de menor porte. Esta realidade pode ser atribuída à falta de divulgação, principalmente em cidades pequenas como afirma Mesquita (2006) ao dizer que: “Um fato interessante é que não existe propaganda em veículos de comunicação como rádio, televisão, e sim somente o tradicional “boca-a-boca”.

Este aspecto pode limitar o consumo de produtos agroecológicos nas feiras, tendo em vista que o sucesso destas em grande parte deve-se ao nível de conhecimento e informações detido pelo consumidor com relação ao produto orgânico. Assim, é indiscutível a necessidade de divulgação dos benefícios que o consumo dos produtos derivados da agricultura orgânica proporciona à saúde pessoal, da família e para o desenvolvimento sustentável (Miranda & Domingues, 2020; Vasquez et al., 2008).

Diante do exposto, pretende-se, através deste estudo, traçar o perfil dos consumidores de três feiras orgânicas de Fortaleza CE, em comparação ao meio externo, ou seja, de outras cidades.

2. Metodologia

Trata-se de um estudo transversal, de caráter quantitativo e descritivo, envolvendo consumidores de três feiras agroecológicas em Fortaleza. O estudo quantitativo é utilizado para descrição de uma variável tendo como objetivo quantificar uma característica e compreender a dimensão dele, fornecendo informações numéricas e conclusivas (Severino, 2018).

O estudo foi realizado em três feiras com localizações diferentes. São elas: Praça da Gentilândia, que ocorre quinzenalmente aos sábados; Mercado dos Pinhões, todas as terças-feiras e Praça das Flores, realizada aos sábados. As três feiras estão situadas no município de Fortaleza/CE. A coleta de dados foi realizada entre os meses de Agosto e Setembro de 2019.

A população foi composta por todos os consumidores e frequentadores das três feiras pesquisadas. A amostra não probabilística por conveniência foi composta por 75 consumidores em compras, divididos em 25 por feira, no turno manhã de acordo com dias e horários que ocorrem as feiras agroecológicas.

Foi usado como critério de inclusão indivíduos com idade maior ou igual a 18 anos, de ambos os sexos. Foram excluídas da pesquisa pessoas com deficiência física e/ou cognitiva e visual.

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário como instrumento de pesquisa composto de questões objetivas sobre aspectos socioeconômicos (renda e escolaridade) e demográficos (sexo e idade), estado de saúde, conhecimento, frequência e motivação para compra de alimentos orgânicos e dificuldades para aquisição, além de um questionário de frequência de consumo alimentar semanal.

O estado de saúde foi investigado através um questionário resumido e adaptado da Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (VIGITEL) (Brasil, 2017), no qual possui itens para classificação do estado de saúde e questionamentos sobre hipertensão, diabetes, colesterol e triglicérides.

O Questionário de Frequência Alimentar (QFA) resumido foi proposto pelo Grupo de Pesquisa de Avaliação do Consumo Alimentar (GAC) vinculado a Universidade de São Paulo (USP). Por meio do QFA foi possível analisar com que frequência os entrevistados consomem alguns alimentos e bebidas semanalmente no último mês. Foi considerado o consumo

regular quando ingeridos por cinco ou mais dias da semana. O questionário foi analisado de acordo com as recomendações do Guia Alimentar da População Brasileira cujo objetivo é a promoção de saúde através de um conjunto de informações e recomendações sobre alimentação onde ressalta a importância de uma ingestão alimentar baseada em alimentos in natura, minimamente processadas e recomenda a diminuição dos alimentos processados e evitar os ultras processados e comparado aos resultados da pesquisa VIGITEL para a cidade de Fortaleza-CE (Brasil, 2017; Brasil, 2014).

Para investigar o consumo de alimentos orgânicos foi utilizado um questionário adaptado da pesquisa realizada por Teixeira (2016). As perguntas propostas investigaram o conhecimento sobre produtos orgânicos, motivo de consumo, há quanto tempo o consumo é realizado, consumo diário, dificuldades para consumo, frequência de compras e opinião sobre divulgação objetivando aumentar o consumo de alimentos orgânicos. Com o levantamento do questionário do padrão de consumo e caracterização do consumidor foi possível verificar e descrever as principais características relacionadas ao consumo de alimentos e produtos orgânicos.

Os dados obtidos foram digitados no programa *Excel* e posteriormente exportados para o SPSS versão 20.0 para processamento dos dados. Inicialmente, foi realizada a análise descritiva das variáveis: socioeconômicas, demográficas, consumo alimentar e conhecimento sobre produtos orgânicos. As variáveis numéricas foram descritas em médias, medianas e medidas de dispersão. As categóricas foram distribuídas de acordo com as frequências absolutas e percentuais.

Os participantes da pesquisa foram esclarecidos sobre os objetivos da pesquisa e sobre o método de coleta de dados. Todos os indivíduos que concordaram em participar do estudo assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

O presente estudo obedeceu às recomendações da Resolução 466/2012 que regulamenta a “pesquisa envolvendo seres humanos” do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2012). Foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética do Centro Universitário Estácio do Ceará – Estácio FIC, com parecer N° 3.475.872.

3. Resultados

Os resultados mostram predominância de consumidores com idade entre 30 e 59 anos (54,7%) n= 41, a maioria do sexo feminino (70,7%) n= 53, nível de escolaridade superior completo (54,7%) n= 41 e possui renda maior ou igual a 5 salários mínimos (44,0%) n= 33 (Tabela 1).

Em relação ao estado de saúde dos consumidores, a maioria considera seu estado de saúde bom (52,0%) n= 39, onde relataram não possuir pressão alta e nem fazer uso de medicamentos para pressão (84,0%) n= 63, os entrevistados referiram em maior percentual não conter diabetes (96,0) n= 72 e não usar medicamentos para a comorbidade (97,3%) n= 73, nenhum relatou fazer uso de insulina (0%), quanto à elevação de colesterol no sangue (62,0%) n= 62 informou não possuir (Tabela 2).

Tabela 1: Caracterização dos consumidores de feiras agroecológicas quanto às variáveis demográficas e socioeconômicas. Fortaleza, 2019.

	Total	
	N	%
Sexo		
Feminino	53	70,7
Masculino	22	29,3
Idade		
18 – 29 anos	12	16,0
30 – 59 anos	41	54,7
≥ 60 anos	22	29,3
Escolaridade		
Fundamental completo	2	2,7
Fundamental incompleto	2	2,7
Médio completo	20	26,7
Médio incompleto	2	2,7
Superior completo	41	54,7
Superior incompleto	8	10,7
Renda		
1 a 2 salários mínimos	14	18,7
3 a 4 salários mínimos	24	32,0
≥ a 5 salários mínimos	33	44,0
Sem informação	4	5,3

Fonte: Autores.

Tabela 2: Informações quando ao estado de saúde de consumidores de feiras agroecológicas. Fortaleza, 2019.

	Total	
	N	%
Estado de saúde		
Muito bom	25	33,3
Bom	39	52,0
Regular	11	14,7
Pressão alta		
Sim	12	16,0
Não	63	84,0
Diabetes		
Sim	2	2,7
Não	72	96,0
Não lembra ou não sabe	1	1,3
Medicamento para diabetes		
Sim	2	2,7
Não	73	97,3
Uso de Insulina		
Sim	0	0
Não	75	100
Colesterol elevado		
Sim	13	17,3
Não	62	82,7

Fonte: Autores.

Em relação a como os entrevistados tiveram conhecimento sobre os alimentos orgânicos a maioria respondeu que foi através de indicação de amigos (60,0%) n= 45, onde o principal motivo para o consumo foi porque faz bem à saúde (68,0%) n= 51, a maioria consome orgânicos a mais de 6 anos (32,0%) n= 24, a dificuldade de consumo mais apontada foram poucos locais de venda (36,0%) n= 27, sendo esse fator importante para o aumento do consumo (29,3%) n= 22, onde a maioria faz compras pelo o menos 1 vez por semana (72,0%) n= 54 (Tabela 3).

Os resultados referentes à frequência de consumo alimentar semanal no último mês evidenciaram que os entrevistados consomem salada crua (96,0%) n= 72, legumes cozidos (91,1%) n= 68, frutas (88,0%) n= 66, feijão (88,0%) n= 66, leite (56,0%) n= 42, chocolate (66,7%) n= 49, em cinco ou mais dias da semana. Houve baixo consumo dos alimentos considerados pouco recomendados, em cinco ou mais dias da semana, de acordo com os marcadores de consumo alimentar propostos pelo Guia Alimentar da População Brasileira, sendo biscoitos salgados ou doces (19,0%) n= 14, refrigerante (21,3%) n= 16, os mais citados (Tabela 4).

Tabela 3: Padrão de consumo e caracterização dos consumidores de feiras agroecológicas. Fortaleza, 2019.

	N	Total
		%
Como conheceu		
Amigos	45	60,0
Imprensa	4	5,3
Propagandas	5	6,7
Familiares	7	9,3
Palestras	1	1,3
Estudos	11	14,7
Outros	2	2,7
Motivo de consumo		
Faz bem à saúde	51	68,0
Meio ambiente	16	21,3
Alimentos saudáveis	6	8,0
Indicação médica	1	1,3
Apoio aos agricultores	1	1,3
Há quanto tempo consome		
Menos de 2 anos	21	28,0
2 a 5 anos	22	29,3
Mais de 6 anos	24	32,0
Não sabe	2	2,7
Outros	6	8,0
Dificuldades encontradas		
Falta divulgação	9	12,0
Locais de venda	27	36,0
Variedades	26	34,7
Certificação dos produtores	1	1,3
Preços	6	8,0
Outros	6	8,0
Frequência de compras		
1 vez por mês	7	9,3
1 vez por semana	54	72,0
Mais de 1 vez por semana	12	16,0
Não sabe	2	2,7
Aumentar o consumo		
Campanhas publicitárias	13	17,3
Alimentos com degustação	2	2,7
Educação ambiental	17	22,7
Aumentar pontos de venda	22	29,3
Redução dos preços	17	22,7
Hábito alimentar	2	2,7
Incentivo aos agricultores	2	2,7

Fonte: Autores.

Tabela 4: Frequência de consumo de alimentos semanalmente pelos consumidores de feiras agroecológicas. Fortaleza, 2019.

	N	Total
		%
Salada crua	72	96,0
Legumes cozidos	68	91,1
Frutas	66	88,0
Feijão	66	88,0
Leite	42	56,0
Batata frita	22	29,3
Hamburguer	6	7,9
Biscoitos	14	19,0
Chocolates	49	66,7
Refrigerantes	16	21,3

Fonte: Autores.

4. Discussão

Os resultados encontrados foram semelhantes aos observados em uma pesquisa descritiva onde foi visto que a maior parte dos consumidores de feiras orgânicas são mulheres, onde a faixa etária é variável o que condiz com os resultados de pesquisas que mostram que a mulher se preocupa mais com a qualidade da alimentação cabendo a ela na maioria das situações a responsabilidade pela alimentação da família (Zamberlan et al., 2017).

Em relação à escolaridade, segundo a pesquisa realizada por Souza, Melo e Silva (2018), 53% dos entrevistados tem formação universitária, evidenciando um resultado semelhante a essa pesquisa em que o número de consumidores com nível superior completo é predominante. O mesmo resultado é conferido em uma pesquisa realizada em 2016 com consumidores de uma feira de produtos de transição agroecológica, onde mais de 50% dos entrevistados possuem o ensino superior completo. Mostrando que pessoas com um grau de estudo maior possuem conhecimento sobre a importância do consumo e valorização de uma alimentação orgânica. Esse mesmo estudo mostra um perfil diferente de renda familiar, onde o maior percentual de entrevistados informou contar com 1 a 3 salários mínimos, seguido de 4 e 6 salários mínimos, cerca de 20% informaram ter renda entre 7 e 11 salários mínimos. A parcela de entrevistados que informou receber mais de 11 salários mínimos foi bem pequena (Costa et al., 2016).

Sobre a percepção dos consumidores em relação ao seu estado de saúde, o resultado foi positivo, onde nenhum entrevistado considerou seu estado de saúde ruim. O resultado da VIGITEL realizada em 2017 mostra que 4,2% dos entrevistados em Fortaleza consideraram seu estado de saúde ruim. Quanto a ser diagnosticada com pressão alta essa mesma pesquisa mostra que 19,3% responderam sim, um percentual maior do que o encontrado entre os consumidores entrevistados. Já o resultado encontrado para a diabetes na população da cidade de Fortaleza foi de 7,6% onde a frequência de diagnóstico aumentou com a idade e foi elevada entre os indivíduos com menor nível de escolaridade. Essa comparação evidencia que os consumidores das feiras agroecológicas possuem uma preocupação maior com a prevenção de doenças, cuidando da saúde e principalmente a alimentação (Brasil, 2017).

Em uma pesquisa realizada em 2018 em Alagoas, do total dos entrevistados, 60,0% relataram ter dificuldades para adquirir os alimentos orgânicos e que a pouca frequência das feiras (26,0%) é um dos principais fatores limitantes para o acesso, seguido da pouca variedade de produtos (14%), distância das feiras (4%) e outras dificuldades (14%) (Pinho; Oliveira; Menezes, 2018).

A maior parcela dos entrevistados nas pesquisas de frequência de consumo declarou frequentar a feira agroecológica toda semana. Na pesquisa realizada por Melo, Santos e Fonseca (2018) onde foram entrevistados 200 consumidores, 62% disseram frequentar a feira livre toda semana, 24% vão a feira quinzenalmente, 8% frequentam uma vez por mês e 6%

raramente (Melo; Santos; Fonseca, 2018). Resultado também verificado por Santos e Araújo (2017) onde 65,27% dos entrevistados informaram que compram nas feiras livres agroecológicas semanalmente.

Ao adquirir o alimento orgânico, o consumidor está contribuindo para o progresso da agricultura familiar, a promoção da saúde, a qualidade de vida e para a manutenção dos ecossistemas naturais. Dessa maneira, o impulso ao pequeno agricultor, à biodiversidade e ao desenvolvimento local sustentável facilitando o crescimento da demanda e da oferta de preços justos (Souza et al., 2012).

A frequência de adultos que consomem cinco ou mais porções diárias de frutas e hortaliças (consumo recomendado de frutas e hortaliças) foi baixa na maioria das cidades estudadas pela pesquisa VIGITEL (Brasil, 2017), incluindo a cidade de Fortaleza onde o consumo da população resultou em 15,5%. Nesta mesma pesquisa se obteve resultado positivo em relação ao consumo de refrigerantes que foi de 10,1%.

Ações relacionadas aos hábitos alimentares dos brasileiros têm sido cada vez mais desenvolvidas, no sentido de resgatar a cultura alimentar e a valorização do consumo, como um ato político, não apenas comer em função do gosto, da tradição ou do cuidado com a saúde individual, mas também em função das consequências ambientais, sociais e econômicas (Castro, 2015).

5. Conclusão

Os consumidores das feiras agroecológicas de Fortaleza possuem faixa etária entre 30 e 59 anos, onde a maioria é do sexo feminino, com o nível de escolaridade superior completo e possuem renda maior ou igual a cinco salários mínimos.

A maioria considera seu estado de saúde bom, onde relataram não possuir pressão alta e nem fazer uso de medicamentos para pressão, não conter diabetes e não usar medicamentos para a comorbidade, quanto à elevação de colesterol no sangue o maior número informou não possuir.

Os entrevistados tiveram conhecimento sobre os alimentos orgânicos através de indicação de amigos, onde o principal motivo para o consumo foi porque faz bem à saúde, onde a maioria é consumidor de orgânicos a mais de 6 anos, onde fazem compras pelo o menos uma vez por semana, a dificuldade de consumo mais apontada foram os poucos locais de venda considerando esse fator importante para o aumento do consumo.

Através dessas pesquisas foi possível verificar a fidelidade da maioria dos consumidores com as feiras onde foi deixado clara a preferência pelas compras de orgânicos em feiras livres por possibilitar o contato direto com o produtor além de adquirirem produtos frescos e de qualidade.

Os resultados referentes à frequência de consumo alimentar semanal no último mês evidenciaram que os entrevistados consomem frutas, legumes e verduras frequentemente, obedecendo às recomendações do Ministério da Saúde, além de manterem um bom padrão de consumo de feijões e leite, o consumo de chocolate foi elevado fugindo da recomendação para alimentos doces e processados e menos de cinco vezes por semana em cinco.

Houve baixo consumo de biscoitos e refrigerantes entre os consumidores sendo um resultado positivo, pois são alimentos considerados pouco recomendados de acordo com os marcadores de consumo alimentar propostos pelo Guia Alimentar da População Brasileira.

Por fim, diante dos resultados encontrados sugere-se um aprofundamento deste estudo ampliando a amostra de feiras e de consumidores participantes.

Referências

- Brasil. (2017) Ministério da Saúde. *Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*. 1ª ed. Brasília: Ministério da Saúde.
- Brasil. (2014) Ministério da Saúde. *Guia Alimentar Para a População Brasileira*, 2ª ed. Brasília: Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica.
- Brasil. (2012) *Resolução nº. 466/12. Sobre pesquisas envolvendo seres humanos*. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF.
- Castro, I.R.R. (2015) Desafios e perspectivas para a promoção da alimentação adequada e saudável no Brasil. *Cad Saúde Pública*, 31(1):7-9.
- Costa, E.A., Rodrigues, A., Souza, D.M., Félix, C.G.S., Paula, R.S. & Feiden, A. (2016) Perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, Corumbá-MS, Brasil. *Cad Agroecologia*, 11(2).
- Embrapa. (2007) Empresa brasileira de pesquisa agropecuária - Centro Nacional de Pesquisa de Monitoramento por Satélite.
- Furtado, A.S.de.S., Benzaquen, J.F., Mosquera, O., Lira, W.L., Ferreira, L.C.G., Nóbrega, S.da.C. & Silva, T.M.S. (2021). Construção colaborativa de uma feira agroecológica virtual entre agricultura familiar e instituições federais de ensino superior do estado de Goiás-Brasil. *Research, Society and Development*, 10(6), e42510615513.
- Marques, P.E.M. (2010) Embates em torno da segurança e soberania alimentar: estudo de perspectivas concorrentes. *Rev Segurança Alimentar e Nutricional*, 17(2).
- Melo, A.P.G., Santos, F.F. & Fonseca, J.H. (2018) Feiras livres do Alto Rio Pardo: economia solidária, agroecologia e cultura. *Cad Agroecologia*, 13(1).
- Mesquita, Z. (2006) Agricultores e consumidores de produtos orgânicos: uma aproximação necessária. *Rev. Bras. de Agroecologia*, 1(1).
- Miranda, G.M.do.C. & Domingues, H. (2020). Diagnóstico da feira livre: um estudo de caso em São Domingos do Prata, Brasil. *Research, Society and Development*, 9(7), e358973002.
- Pinho, L.S., Oliveira, M.A.A. & Menezes, R.C.E.de. (2018) Perfil dos consumidores de duas feiras orgânicas de Maceió. Alagoas. *Rev Extensão em Debate*, 2(1).
- Santos, N.C.S. & Araújo, J.F. (2017) Produção orgânica em Petrolina – PE e em Juazeiro – BA na Perspectiva dos Consumidores da Região. *Rev Ouricuri*, 7(2).
- Santos, A.P. (2014) *Os Mercados da Agricultura Familiar, Suas Instituições e as Habilidades Socioeconômicas dos Agricultores*. Viçosa. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa.
- Severino, A. J. (2018). *Metodologia do trabalho científico*. Ed. Cortez.
- Silva, R.A.C.da. (2016) *Debatendo a Agroecologia no Semiárido Brasileiro: Uma Análise a Partir das Experiências Contidas na Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia*. Santana do Ipanema. Trabalho de Conclusão de Curso – Ciências Econômicas, Universidade Federal de Alagoas.
- Souza, L.N., Melo, M.B. & Silva, D.W. (2018) Caracterização do perfil dos consumidores da feira de produtos orgânicos do município de Santarém, Pará. *Cad Agroecologia*, 13(1).
- Souza, A.A. et al. (2012) Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. *Rev Pan Salud Pública*, 31(6).
- Teixeira, I.S. (2016) *O padrão de consumo dos produtos hortícolas orgânicos no mercado de Fortaleza*. Fortaleza. Monografia – Curso de Bacharelado em Agronomia, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira.
- Vasquez, S., Barros, J.D.S. & Silva, M.F.M. (2008) Agricultura orgânica: caracterização do seu consumidor em Cajazeiras – PB. *Rev Verde de Agroecologia e desenvolvimento sustentável*, 1(3), 152-8.
- Zamberlan, L., Sparemberger, A., Cappellari, G., Sausen, J.O. & Baggio, D.K. (2017) Alimentos orgânicos: atributos, consequências e valores percebidos no consumo. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 17 (1), 14-28.