

ANKE MANUELA SALZMANN

**MAPEAMENTO DE FORÇAS, FRAGILIDADES, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES
RELACIONADAS À PRODUÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E DE SUA
COMERCIALIZAÇÃO EM FEIRAS ORGÂNICAS EM CURITIBA**

CURITIBA

2013

ANKE MANUELA SALZMANN

**MAPEAMENTO DE FORÇAS, FRAGILIDADES, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES
RELACIONADAS À PRODUÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E DE SUA
COMERCIALIZAÇÃO EM FEIRAS ORGÂNICAS EM CURITIBA**

Trabalho apresentado para a obtenção do título de especialista em Economia e Meio Ambiente no curso de Pós-Graduação em Economia e Meio Ambiente do Dep. de Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Vitor Afonso Hoeflich

CURITIBA

2013

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus e Pai pelo apoio e auxílio recebidos durante mais uma oportunidade de aprendizado em minha vida. Ao meu orientador Dr. Vitor Afonso Hoeflich, Professor da Universidade Federal do Paraná, pelas importantes contribuições fornecidas ao longo do desenvolvimento desta pesquisa. A todos aqueles que direta e indiretamente contribuíram com informações durante o levantamento de dados. O meu agradecimento pelas valiosas observações na revisão deste trabalho ao Engenheiro Agrônomo Iniberto Hamerschmidt, Coordenador Estadual de Olericultura da EMATER - Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural; ao Engenheiro Agrônomo Filipe Braga Farhat, da Agência de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná (ADAPAR); ao Professor Dr. Pedro Steiner Neto, da Universidade Federal do Paraná; ao Professor Dr. Átila Francisco Mógor, da Universidade Federal do Paraná; e à Engenheira Agrônoma Ana Simone Richter, do Centro Paranaense de Referência em Agroecologia (CPRA). O meu muito obrigado aos meus familiares pelo constante apoio, compreensão e contribuições ao estudo.

RESUMO

Em meio à crescente demanda por alimentos orgânicos observada mundialmente, as feiras orgânicas passaram a desempenhar um importante papel; contribuindo não somente para a difusão e comercialização desses produtos, como também à valorização do agricultor familiar que abastece esses mercados. Visando o fortalecimento deste canal de comercialização em Curitiba/PR, foram realizadas em 2008 e em 2012, entrevistas com 120 frequentadores de seis feiras orgânicas administradas pela Secretaria Municipal de Abastecimento; e em 2012, com 21 agricultores familiares orgânicos que comercializam a sua produção nestes locais. O levantamento de informações objetivou traçar os perfis de frequentadores e produtores-feirantes, e identificar forças e fraquezas, ameaças e oportunidades relacionadas direta ou indiretamente à comercialização em feiras orgânicas através da análise SWOT. Para os dados obtidos mediante questionários semi-estruturados foram calculadas as frequências absolutas e relativas das respostas, sendo argumentações a questões abertas, que não permitiram este tratamento, avaliadas qualitativamente. O perfil observado para os frequentadores em 2008 e em 2012 manteve-se homogêneo. Trata-se de consumidores satisfeitos com as feiras, que consomem orgânicos por questões de saúde. Os produtores, presentes há mais de um ano nas feiras, tiveram sua carreira na área orgânica motivada pela preocupação com a própria saúde e a do ambiente. Entre as forças relacionadas às feiras orgânicas destacou-se a venda direta. A carência de mão de obra foi identificada como importante fraqueza. A falta de apoio ao agricultor no período de transição para a agricultura orgânica foi caracterizada como uma relevante ameaça e o aumento crescente da procura por alimentos orgânicos foi considerada como oportunidade a ser explorada..

Palavras-chave: feiras orgânicas; agricultura orgânica; produtor orgânico; frequentador de feiras orgânicas

ABSTRACT

Among a worldwide growing demand for organic food, the organic fairs started to play an important role, contributing not only to the dissemination and marketing of these goods, as well as to the family farmers' value increase, who supply these markets. Aiming the strengthening of this marketing channel in Curitiba/PR, were held in 2008 and in 2012, interviews with 120 attendees from six organic fairs managed by the Secretary of Supply of Curitiba; and in 2012, with 21 organic farmers who market their products in these fairs. The information survey aimed to determine the profiles of the interviewed consumers and organic farmers, as well as to identify strengths and weaknesses, threats and opportunities directly or indirectly related to products marketing in organic fairs through a SWOT Analysis. For data collected through semi-structured questionnaires, were calculated absolute and relative frequencies of responses. Answers to open-ended questions that did not allow this treatment, were evaluated in a qualitative manner. The profile related to the interviewed consumers in 2008 and in 2012, did not change over time. The interviewed consumers are satisfied with the fairs, and the main reason for consumption of organic products is related to health issues. The interviewed organic farmers market their products on the visited fairs over one year and were motivated to start the career in organic agriculture due to concerns related to their own health as well as to the environment's health. Among the strengths inherent to organic fairs, the direct sales were highlighted. The shortage of manpower has been identified as an important weakness. The lack of support to farmers in transition to organic agriculture has been characterized as a relevant threat and the increasing demand for organic food was identified as an opportunity to be exploited.

Key-words: organic food fairs; organic agriculture, organic farmer, organic consumer

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – FEIRA ORGÂNICA DO "SEMINÁRIO"	22
FIGURA 2 – FEIRA ORGÂNICA DO "CABRAL"	23
FIGURA 4 – MUNICÍPIOS DE LOCALIZAÇÃO DA PROPRIEDADE DOS PRODUTORES- FEIRANTES ENTREVISTADOS	54
FIGURA 5 – EVOLUÇÃO DAS AQUISIÇÕES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS PELO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS-PAA	75

LISTA DE QUADROS E TABELAS

QUADRO 1. FEIRAS ORGÂNICAS EM CURITIBA	21
QUADRO 2. FATORES SWOT IDENTIFICADOS PARA AS FEIRAS ESTUDADAS	65
TABELA 1 – GÊNERO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	28
TABELA 2 – IDADE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	29
TABELA 3 – ESCOLARIDADE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	29
TABELA 4 – OCUPAÇÕES MAIS CITADAS ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS.....	30
TABELA 5 – RENDA MENSAL INDIVIDUAL OBSERVADA ENTRE O GRUPO DE FREQUENTADORES CONSULTADOS EM 2012 NAS FEIRAS ESTUDADAS	31
TABELA 6 – OPINIÃO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2012, NAS FEIRAS ESTUDADAS, EM RELAÇÃO AOS MEIOS PREFERIDOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS	31
TABELA 7 – TEMPO QUE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS FREQUENTAM AS FEIRAS ESTUDADAS.....	32
TABELA 8 – FREQUÊNCIA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS.....	33
TABELA 9 – AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM OUTRAS FEIRAS ORGÂNICAS	33
TABELA 10 – PREFERÊNCIA POR FEIRA ORGÂNICA, OBSERVADA ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008	34
TABELA 11 – FEIRAS ORGÂNICAS PREFERIDAS OBSERVADAS ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008	34
TABELA 12 – RAZÕES QUE JUSTIFICAM A PREFERÊNCIA DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008, POR DETERMINADA FEIRA ORGÂNICA	35
TABELA 13 – FORMAS DE CONHECIMENTO DAS FEIRAS ESTUDADAS, MENCIONADAS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS.....	35
TABELA 14 – RAZÕES QUE MOTIVAM OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS A ADQUIRIR ALIMENTOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	36
TABELA 15 – DEFINIÇÕES DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS PARA “PRODUTO ORGÂNICO”	37
TABELA 16 – GRAU DE INTERESSE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS EM 2012 PELA QUESTÃO AMBIENTAL	37
TABELA 17 – PRODUTOS OFERTADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	38
TABELA 18 – OPINIÃO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À VARIEDADE DE PRODUTOS OFERTADA NAS FEIRAS ESTUDADAS.....	39

TABELA 19 – PRODUTOS QUE NA OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS FALTAM NAS FEIRAS ESTUDADAS	39
TABELA 20 – FALTA DE AUTORIZAÇÃO DEVIDA POR PARTE DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE DETERMINADOS ALIMENTOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	40
TABELA 21 – PRODUTOS QUE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS DEIXAM DE VENDER POR FALTA DE AUTORIZAÇÃO	40
TABELA 22 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUANTIDADE DE PRODUTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	42
TABELA 23 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUALIDADE DOS PRODUTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	43
TABELA 24 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À DURABILIDADE DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS <i>IN NATURA</i> OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	43
TABELA 25 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À APARÊNCIA DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	44
TABELA 26 – CERTIFICAÇÕES DE PRODUTO OBSERVADAS ENTRE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS VISITADAS	45
TABELA 27 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À NECESSIDADE DE CERTIFICAÇÃO DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	46
TABELA 28 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO AO PREÇO DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	46
TABELA 29 – VALOR GASTO EM R\$ POR DIA DE FEIRA PELO FREQUENTADOR ENTREVISTADO EM 2012 NAS FEIRAS ESTUDADAS	47
TABELA 30 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À NECESSIDADE DE DIAS ADICIONAIS DE FEIRA	47
TABELA 31 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUANTIDADE IDEAL DE DIAS DE FEIRA POR SEMANA	48
TABELA 32 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO AO PERÍODO IDEAL DE FEIRA	48
TABELA 33 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À INFRAESTRUTURA DE ACESSO ÀS FEIRAS ESTUDADAS	49
TABELA 34 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 QUANTO AO RELACIONAMENTO COM OS FEIRANTES NAS FEIRAS ESTUDADAS	49
TABELA 35 – INTERESSE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS VISITADAS EM CONHECER PROPRIEDADES PRODUTORAS DE ALIMENTOS ORGÂNICOS	50
TABELA 36 – GRAU DE SATISFAÇÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO ÀS FEIRAS ORGÂNICAS VISITADAS	51
TABELA 37 – GÊNERO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS	51

TABELA 38 – FAIXAS DE IDADE OBSERVADAS ENTRE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS.....	52
TABELA 39 – ESCOLARIDADE DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	52
TABELA 40 – LOCALIZAÇÃO DAS PROPRIEDADES DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	53
TABELA 41 – TIPO DE MÃO DE OBRA UTILIZADA PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS	55
TABELA 42 – RENDA MÉDIA MENSAL (R\$) DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS.....	55
TABELA 43 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS COM AGRICULTURA ORGÂNICA	56
TABELA 44 – MOTIVOS MENCIONADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS QUE OS LEVARAM A PRODUZIR ALIMENTOS ORGÂNICOS	56
TABELA 45 – ACESSO A CURSOS/TREINAMENTOS EM AGRICULTURA ORGÂNICA POR PARTE DOS ENTREVISTADOS.....	57
TABELA 46 – ACESSO A LINHAS DE CRÉDITO PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS.....	58
TABELA 47 – ACESSO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS A SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA.....	59
TABELA 48 – TEMPO DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, NAS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS	60
TABELA 49 – MEIOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS UTILIZADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS	61
TABELA 50 – PROPRIEDADE DO PONTO DE FEIRA	61
TABELA 51 – PERSPECTIVAS DE QUEM ASSUMIRÁ O PONTO DE FEIRA NO FUTURO.....	62
TABELA 52 – MEIOS QUE DIVULGARAM AOS PRODUTORES-FEIRANTES A OPORTUNIDADE DE COMERCIALIZAR NA FEIRA ESTUDADA.....	62
TABELA 53 – ORIGEM DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS	63
TABELA 54 – VALOR DE VENDA (R\$) DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, POR DIA DE FEIRA	64

LISTA ABREVIATURAS

ABC – Programa Agricultura de Baixo Carbono
ADAPAR – Agência de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná
AOPA – Associação para o Desenvolvimento da Agroecologia
BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento
COMEC – Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento
CPRA – Centro Paranaense de Referência em Agroecologia
EMATER – Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO – *Food and Agriculture Organization of the United Nations*
FETAEP – Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Paraná
IAPAR – Instituto Agrônômico do Paraná
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFOAM – Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica
IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPCC – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas
ISPN – Instituto Sociedade, População e Natureza
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
PIB – Produto Interno Bruto
PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNAPO – Política Nacional de Agroecologia e Produção Agrícola
PPCPO – Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos
PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RMC – Região Metropolitana de Curitiba
SEAB – Secretaria de Agricultura e do Abastecimento
SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SETI – Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior

SIE – Serviço de Inspeção Estadual

SIF – Serviço de Inspeção Federal

SIM – Serviço de Inspeção Municipal

SM – Salário Mínimo

SMAB – Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento de Curitiba

SWOT – *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities*
(Oportunidades) e *Threats* (Ameaças)

TECPAR – Instituto de Tecnologia do Paraná

URBS – Urbanização de Curitiba S.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	6
LISTA DE QUADROS E TABELAS	7
LISTA ABREVIATURAS	10
SUMÁRIO	12
1 INTRODUÇÃO	15
2 OBJETIVOS	18
2.1 GERAL.....	18
2.2 ESPECÍFICOS.....	18
3 MATERIAL E MÉTODOS	19
3.1 CURITIBA E SUA REGIÃO METROPOLITANA.....	19
3.2 AS FEIRAS ORGÂNICAS DE CURITIBA.....	20
3.3 AMOSTRA E COLETA DE DADOS	21
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS	25
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	28
4.1 PERFIL DO FREQUENTADOR DAS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS: RESULTADOS PARA OS ANOS 2008 E 2012	28
4.1.1 Gênero dos frequentadores entrevistados.....	28
4.1.2 Idade dos frequentadores entrevistados	28
4.1.3 Escolaridade dos frequentadores entrevistados	29
4.1.4 Ocupação dos frequentadores entrevistados	30
4.1.5 Renda dos frequentadores entrevistados.....	31
4.1.6 Preferência por meios de comercialização de alimentos orgânicos.....	31
4.1.7 Tempo que os entrevistados frequentam as feiras estudadas.....	32
4.1.8 Frequência de aquisição de alimentos nas feiras estudadas.....	32
4.1.9 Aquisição de alimentos em outras feiras orgânicas.....	33
4.1.10 Formas de conhecimento das feiras orgânicas estudadas	35
4.1.11 Motivações de compra nas feiras orgânicas estudadas	36
4.1.12 Definição de alimento orgânico para os frequentadores entrevistados.....	36
4.1.13 Grau de interesse dos entrevistados pela questão ambiental.....	37
4.2 OPINIÃO DOS FREQUENTADORES EM RELAÇÃO ÀS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS: RESULTADOS PARA OS ANOS 2008 E 2012.....	38
4.2.1 Alimentos ofertados	38
4.2.2 Variedade de produtos.....	38
4.2.3 Quantidade de produtos.....	42

4.2.4	Qualidade dos alimentos.....	42
4.2.5	Durabilidade dos alimentos orgânicos in natura	43
4.2.6	Aparência dos alimentos	44
4.2.7	Certificação dos alimentos orgânicos	44
4.2.8	Preço dos alimentos.....	46
4.2.9	Valor médio gasto pelos entrevistados por dia de feira	47
4.2.10	Necessidade de dias adicionais de feira	47
4.2.11	Período ideal de feira	48
4.2.12	Infraestrutura de acesso à feira.....	48
4.2.13	Relacionamento dos entrevistados com os feirantes.....	49
4.2.14	Interesse dos frequentadores em visitar propriedades produtoras de alimentos orgânicos	50
4.2.15	Grau de satisfação dos frequentadores.....	50
4.3	PERFIL DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS	51
4.3.1	Gênero dos produtores-feirantes entrevistados.....	51
4.3.2	Idade dos produtores-feirantes entrevistados.....	51
4.3.3	Escolaridade dos produtores-feirantes entrevistados	52
4.3.4	Localização das propriedades dos produtores-feirantes entrevistados.....	53
4.3.5	Mão de obra utilizada pelos produtores-feirantes entrevistados	54
4.3.6	Renda dos produtores-feirantes entrevistados	55
4.3.7	Experiência dos entrevistados com agricultura orgânica	56
4.3.8	Razões que motivaram os entrevistados a produzirem orgânicos.....	56
4.3.9	Acesso dos entrevistados a cursos/treinamentos em agricultura orgânica.....	57
4.3.10	Dificuldades enfrentadas pelos produtores-feirantes entrevistados.....	57
4.3.11	Linhas de crédito.....	58
4.3.12	Assistência técnica.....	59
4.4	ASPECTOS SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS	60
4.4.1	Tempo de comercialização nas feiras estudadas	60
4.4.2	Meios de comercialização de alimentos orgânicos.....	60
4.4.3	Ponto de feira.....	61
4.4.4	Meios que divulgaram aos entrevistados a possibilidade de comercialização na feira estudada	62
4.4.5	Origem dos produtos comercializados	62
4.4.6	Valor de venda por dia de feira obtido pelos entrevistados	63
4.5	ANÁLISE SWOT	64
4.5.1	Forças.....	66
4.5.1.1	Produtos certificados.....	66

4.5.1.2	Experiência do produtor com agricultura orgânica.....	66
4.5.1.3	Venda direta.....	66
4.5.1.4	Pagamento à vista	67
4.5.1.5	Função social da feira	67
4.5.1.6	Conhecimento por parte do produtor das demandas do frequentador.....	67
4.5.1.7	Valorização do pequeno produtor de alimentos orgânicos	68
4.5.1.8	Bom relacionamento de feirantes com frequentadores.....	68
4.5.1.9	Baixa rotatividade de permissionários	68
4.5.2	Fraquezas	69
4.5.2.1	Incerteza relacionada a pessoal para assumir o ponto de feira no futuro	69
4.5.2.2	Falta de mão de obra	69
4.5.2.3	Tempo gasto na logística de preparação da feira.....	69
4.5.2.4	Logística de transporte de produtos	70
4.5.2.5	Carência de produtos.....	70
4.5.2.6	Falta de capital de giro.....	71
4.5.2.7	Produção em pequena escala.....	71
4.5.2.8	Perda de produtos não vendidos.....	71
4.5.3	Ameaças	71
4.5.3.1	Falta de divulgação da feira orgânica.....	71
4.5.3.2	Preconceito em relação ao preço do alimento orgânico	72
4.5.3.3	Instabilidade climática	72
4.5.3.4	Exigências dos serviços de inspeção e requisitos da legalidade higiênico-sanitária além das possibilidades de enquadramento do pequeno produtor.....	73
4.5.3.5	Dificuldade de acesso a serviços de assistência técnica.....	74
4.5.3.6	Falta de produtores orgânicos para preenchimento de vagas em feiras orgânicas em Curitiba.....	74
4.5.3.7	Aumento da demanda de alimentos orgânicos pelos programas institucionais	74
4.5.3.8	Pesquisa científica pouco desenvolvida na área de agricultura orgânica	75
4.5.3.9	Falta de incentivo e apoio governamental durante o período de transição da agricultura convencional para a orgânica	76
4.5.3.10	Falta de infraestrutura e de instalações no local	77
4.5.4	Oportunidades	77
4.5.4.1	Interesse dos frequentadores por alimentação mais saudável e por questões ambientais.....	78
4.5.4.2	Preferência do frequentador por feiras orgânicas.....	78
4.5.4.3	Interesse do frequentador em conhecer as propriedades rurais.....	78
4.5.4.4	Aumento da Procura por Alimentos Orgânicos.....	79
4.5.4.5	Apoio da secretaria municipal de abastecimento de Curitiba à melhoria da infraestrutura das feiras orgânicas e expansão deste mercado.....	79
4.5.4.6	Programa paranaense de certificação de produtos orgânicos (PPCPO)	80

4.5.4.7	Política nacional de agroecologia e produção orgânica.....	81
4.5.4.8	Copa 2014 orgânica e sustentável	81
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	82
	REFERÊNCIAS	89
	ANEXO I	95

1 INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos orgânicos tem crescido nos últimos anos. Segundo Abduch *et al.* (2011, p. 1), a discussão e valorização em torno dos orgânicos tem sido uma tendência mundial. Dados da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) indicam que de 2004 para 2009, a agricultura orgânica cresceu em termos de área, aproximadamente 65,4%, totalizando em 2009, 34,2 milhões de hectares (FAOSTAT, 2012). De acordo com informações da Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM), pouco mais de 35 milhões de hectares são manejados organicamente no mundo, num total de 1,4 milhão de propriedades, representando cerca de 1% do total das terras agrícolas globais. A maior parte destas áreas está localizada na Austrália (12,1 milhões de hectares, basicamente pastagens nativas), seguida da Europa (8,2 milhões de hectares) e da América Latina (8,1 milhões de hectares). Os países com a maior área em produção orgânica são, em ordem decrescente, Austrália, Argentina, China, Estados Unidos e Brasil (IFOAM¹; *apud* SEAB, 2011, p. 13).

A produção de alimentos orgânicos consolidou-se na década de 1970 como alternativa à agricultura convencional, quando os primeiros efeitos da utilização intensiva de agroquímicos, empregados para maximizar a produtividade, fizeram-se presentes através da contaminação ambiental e de danos à saúde humana (CUENCA *et al.*, 2007-a, p. 8; ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001, p. 1). Assim é explicado o interesse crescente por alimentos orgânicos produzidos pelo sistema orgânico de produção definido pela Lei 10.831/2003 em seu Artigo 1 como:

Todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

¹ IFOAM. Princípios da agricultura biológica. Disponível em: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/pdfs/POA_folder_portugese.pdf>. Acesso: em 03/03/2010.

Mediante um manejo livre do emprego de substâncias sintéticas, o sistema orgânico ocupa-se com a produção alimentar segura para o ambiente, bem-estar humano e animal; além de atender simultaneamente a interesses econômicos, sociais e ecológicos (DAMASCENO *et al.*, 2010, p.5). A aceitação dos alimentos orgânicos como adequados à saúde, produzidos a partir de técnicas mais sustentáveis e menos impactantes ao ambiente tem contribuído para o aumento do seu consumo (ABDUCH *et al.*, 2011, p. 1; DORQUETTO, CURTO e REZENDE, 2009, p.1).

No Brasil, o desenvolvimento da agricultura orgânica intensificou-se entre os agricultores familiares, a partir da década de oitenta com o crescimento da crítica à agricultura convencional (NOGUEIRA, ROSADO e GOMES, 2009, p. 66; ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001, p. 2). O censo agropecuário realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2006 registrou em todo o Brasil, 90.498 estabelecimentos agropecuários que praticam a agricultura orgânica (IBGE-a, 2012). Deste total, 74.805 corresponderam no mesmo ano, a agricultores familiares (IBGE-b, 2012).

O Paraná tem sido o estado pioneiro no Brasil recebendo estímulo e apoio à agricultura orgânica por parte de entidades dos setores público e privado (IPARDES, 2007, p. 164). Na safra de 2008/2009, o Departamento de Economia Rural da SEAB e a EMATER observaram para o Paraná uma área total de agricultura orgânica de 12.751,98 hectares, equivalendo a uma produção de 138.241 toneladas em um universo de 7.245 produtores (HAMERSCHMIDT, 2012).

Curitiba tem sido um importante polo de comercialização de alimentos orgânicos no Paraná. Nos anos oitenta, produtores do município de Agudos do Sul começaram a produzir, sob a orientação de um engenheiro agrônomo, alimentos a partir de técnicas da agricultura orgânica. Os produtos eram transportados até Curitiba e comercializados diretamente nas casas dos consumidores (ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001, p. 3).

Com o passar do tempo a comercialização de alimentos orgânicos foi aprimorada em Curitiba. A primeira banca de venda direta de produtos orgânicos foi instalada em 1989 no centro histórico da cidade, a partir da iniciativa de representantes da sociedade civil (IPARDES, 2007, p. 45). Aos poucos o movimento foi crescendo sendo criada em 1993, a primeira Feira Verde da cidade com venda

de alimentos exclusivamente orgânicos (IPARDES, 2007, p. 45). Hoje Curitiba conta com 13 feiras orgânicas (SMAB, 2012; ACOPA, 2012-a), nas quais são comercializados produtos oriundos de agricultores familiares de diferentes municípios da Região Metropolitana de Curitiba.

As feiras orgânicas têm desempenhado um importante papel na comercialização de alimentos orgânicos (GUIVANT², 2003; *apud* DORQUETTO, CURTO e REZENDE, 2009, p. 6). Além disso, este horizonte de comercialização tem influenciado muitos pequenos e médios produtores rurais a optar por práticas agrícolas mais sustentáveis, contribuindo para a sua consolidação econômica e social (GODOY e ANJOS, 2007, p. 1). Adicionalmente tais feiras têm provocado mudanças na esfera do consumo alimentar, disponibilizando ao consumidor alimentos saudáveis e de qualidade (GUIVANT, 2003; *apud* DORQUETTO, CURTO e REZENDE, 2009, p. 6).

Considerando a importância das feiras na comercialização de alimentos orgânicos, é essencial que este canal de venda seja fortalecido. Pontos fortes e fracos, assim como ameaças e oportunidades relacionadas a esta forma de comércio devem ser investigados com base na opinião dos principais atores envolvidos no processo.

Necessidade semelhante fundamentou um estudo realizado pelo IPARDES (2007, p. 14), através do qual foram analisadas as restrições e oportunidades ao desenvolvimento do mercado de alimentos orgânicos no estado do Paraná. Informações como estas podem subsidiar a criação de políticas públicas de incentivo à produção e comercialização de alimentos orgânicos.

² GUIVANT, J.S. A agricultura sustentável na perspectiva das ciências sociais. In: VIOLA, E. J., *et al.* Meio ambiente, desenvolvimento e cidadania: desafios para as ciências sociais. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1995.

2 OBJETIVOS

2.1 GERAL

Identificar forças, fragilidades, ameaças e oportunidades relacionadas direta ou indiretamente a seis feiras orgânicas em Curitiba, a fim de fortalecer estes meios de comercialização e subsidiar a definição de estratégias de incentivo à produção e comercialização de alimentos orgânicos em Curitiba e Região Metropolitana.

2.2 ESPECÍFICOS

- Caracterizar o perfil de frequentadores assim como de produtores de alimentos orgânicos que atuam como feirantes nas feiras estudadas;
- Identificar as principais tendências observadas no perfil das feiras orgânicas analisadas e de seus frequentadores entrevistados;
- Fundamentar a investigação de pontos fortes e fracos das feiras orgânicas pesquisadas, assim como suas oportunidades e ameaças, na opinião de agentes direta e indiretamente envolvidos no processo de comercialização de alimentos através de feiras orgânicas;
- Apresentar recomendações para produtores-feirantes, agricultores orgânicos e para o governo, visando contribuir para o crescimento e desenvolvimento do movimento de feiras orgânicas na cidade.

3 MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho contou com a colaboração das seguintes partes:

- Frequentadores de seis feiras orgânicas em Curitiba (optou-se no presente estudo o emprego do termo frequentador e não consumidor, em razão de o entrevistado nem sempre ser o consumidor final dos alimentos orgânicos adquiridos);
- Produtores rurais da Região Metropolitana de Curitiba que comercializam os seus produtos nas seis feiras orgânicas estudadas;
- Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento de Curitiba, responsável pela organização e gestão das feiras orgânicas visitadas;
- Organismo certificador credenciado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para a certificação de alimentos orgânicos no Brasil.

3.1 CURITIBA E SUA REGIÃO METROPOLITANA

Com uma área de 434,967 km², Curitiba, capital do estado do Paraná, situa-se a 25°25' de latitude Sul e 49°16' de longitude Oeste, a 945 m acima do nível do mar (PREFEITURA DE CURITIBA, 2012). Em 2010, Curitiba apresentou um total de 1.751.907 habitantes, sendo a população economicamente ativa em torno de 995.543 pessoas (IBGE, 2010). No ano de 2009, o PIB da cidade foi de R\$ 37,9 milhões dos quais o setor de serviços contribuiu com 80,5%, seguido pela indústria (19,44%) e agropecuária (0,04%) (IBGE, 2009). Ainda segundo os dados do IBGE, o PIB per capita de Curitiba foi, na mesma época, de R\$ 24.720,00.

A Região Metropolitana de Curitiba (RMC) é composta por 29 municípios, tornando-a a oitava região metropolitana mais populosa do Brasil, com 3.223.836 habitantes em 2010; concentrando 92% no meio urbano e 9% na área rural (IBGE, 2010; COMEC, 2012). Para o mesmo ano, a população economicamente ativa foi de 1.743.108 pessoas (IBGE, 2010). Em extensão a RMC é a segunda maior do Brasil, com um total de 15.231,874 km² (COMEC, 2012).

Sua proximidade aos principais mercados produtores e consumidores do Brasil assim como dos países do MERCOSUL, tem destacado a RMC no contexto estadual e nacional; atraindo, como resultado, novas indústrias a diversos municípios (COMEC, 2012). Em 2009, a RMC apresentou um PIB de

aproximadamente R\$ 68,4 milhões dos quais 69,3% foi contribuição do setor terciário, seguido por 29,5% da indústria e 1,1% da agropecuária (IPARDES, 2009). No mesmo ano, o PIB per capita da Região Metropolitana de Curitiba foi de R\$ 24.269,12 (IPARDES, 2009).

3.2 AS FEIRAS ORGÂNICAS DE CURITIBA

No Paraná as feiras constituem um importante canal de comercialização do mercado da venda direta de alimentos orgânicos; forma através da qual o produtor comercializa a sua produção, face a face com o consumidor (IPARDES, 2007). Dentro desse mercado de venda direta destacam-se em Curitiba as feiras orgânicas. Estas reúnem agricultores familiares que vendem produtos *in natura* e/ou processados originários de suas próprias áreas ou da de terceiros (IPARDES, 2007).

O movimento de feiras orgânicas iniciou-se em Curitiba em 1989, com a inauguração da primeira barraca junto à feira de artesanato no Largo da Ordem, a partir de uma iniciativa de representantes da sociedade civil (ARCHANJO, BRITO e SAUERBECK, 2001, p. 3; IPARDES, 2007, p. 45). Em 06 de junho de 1993, a feira passou a ser reconhecida oficialmente após a união de esforços de agricultores orgânicos e de atores da sociedade civil. A feira obteve o financiamento da Secretaria de Agricultura e do Abastecimento do Paraná (SEAB) e do Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná (EMATER), para a instalação de oito bancas que reuniam quinze famílias de agricultores (IPARDES, 2007, p. 46).

Em março de 1995, após uma série de discussões e negociações, a Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento de Curitiba (SMAB) fixou para a feira orgânica um local e dia específicos (IPARDES, 2007, p. 46). Assim, a partir de 18 de março de 1995, a feira passou a funcionar todos os sábados pela manhã no Passeio Público no Centro da cidade. Foram transferidos para a área 10 barracas, reunindo a produção de aproximadamente 25 famílias de agricultores de diferentes municípios da Região Metropolitana de Curitiba (IPARDES, 2007, p. 46).

Ao longo do tempo o número de feiras orgânicas em Curitiba cresceu. Hoje a cidade conta com 11 feiras organizadas pela SMAB e três resultantes de um projeto da Universidade Federal do Paraná. O Quadro 1 apresenta as feiras mencionadas para a cidade de Curitiba, seus respectivos horários e localizações.

Feiras orgânicas em Curitiba		Instituição responsável	Local	Dia da semana/período
1	Seminário	SMAB	Rua João Argemiro de Loyola	Terça-feira 07h às 12h
2	Setor de Ciências Agrárias - UFPR	UFPR	Rua dos Funcionários, em frente à Secretaria da Agricultura do Paraná	Terça-feira 08h às 14h
3	Portão	SMAB	Praça Professora Hildegard Schmah, entre as ruas Calixto Rasuline e Caetano Marquesini	Terça-feira 07h às 12h
4	Prefeitura Municipal de Curitiba	SMAB	Rua Papa João XXIII ao lado da Prefeitura	Quarta-feira 07h às 14h
5	Praça do Expedicionário	SMAB	Rua Saldanha de Gama (Praça do Avião)	Quarta-feira 07h às 12h
6	EMATER – Feira mista (orgânica e convencional)	SMAB	Rua da Bandeira em frente à EMATER	Quarta-feira 07h às 12h
7	Centro Administrativo Santa Cândida	UFPR	Rua Máximo João Koop, 274 Bloco 5	Quarta-feira 13h às 17h
8	Cabral	SMAB	Praça São Paulo da Cruz (Igreja do Cabral)	Quinta-feira 07h às 12h
9	Praça do Japão	SMAB	Av. República Argentina com Av. Sete de Setembro	Quinta-feira 07h às 12h
10	Instituto Federal do Paraná	UFPR	Rua Dr. Alcides Vieira Arcoverde, 1225	Quinta-feira 08h às 14h
11	Jardim Botânico	SMAB	Rua Dr. Jorge Mayer (Praça de Itália)	Sábado 07h às 12h
12	Passeio Público	SMAB	Rua Presidente Faria	Sábado 07h às 12h
13	Praça da Ucrânia	SMAB	Av. Candido Hartmann esquina com Ruas Pe. Anchieta e Capitão Souza Franco	Sábado 07h às 12h
14	Santa Felicidade	SMAB	Praça Piazza San Marco	Sábado 07h às 12h

QUADRO 1 – FEIRAS ORGÂNICAS EM CURITIBA

FONTE: SMAB (2012) E ACOPA (2012)

Nos últimos 15 anos o consumo nas feiras orgânicas de Curitiba organizadas pela SMAB, aumentou consideravelmente; partindo de 156 t/ano em 1997 para aproximadamente 2.000 t/ano em 2012 (IPARDES, 2007, p.106; VASCONCELLOS, 2012).

3.3 AMOSTRA E COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados através de entrevistas semi-estruturadas. Estas possibilitam ao informante discorrer sobre o assunto, visto que o questionário envolve perguntas tanto de natureza aberta quanto fechada (BONI e QUARESMA, 2005, p. 75). Em questões fechadas o entrevistado depara-se com um conjunto de respostas pré-determinadas, cabendo optar por aquela que julgar correta. As

questões abertas favorecem ao entrevistado expressar suas respostas com base em seus próprios conceitos e lógica de pensamento (KASSEBOEHMER, 2007, p. 45). BONI e QUARESMA (2005, p. 75) afirmam que entrevistas estruturadas dessa forma permitem com que a coleta de dados assemelhe-se a uma conversa informal, dando a oportunidade ao entrevistador de aprofundar determinados assuntos ou retomar outros que eventualmente não tenham sido plenamente esclarecidos.

A coleta de informações fundamentada na opinião de frequentadores foi realizada em dois momentos distintos, em seis feiras orgânicas de Curitiba coordenadas pela Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento (SMAB). A primeira rodada de entrevistas ocorreu em 2008, sendo consultado um total de 60 frequentadores. A mesma quantidade de frequentadores foi entrevistada em 2012, tomando-se por base as feiras orgânicas visitadas em 2008, sendo estas: (i) Seminário; (ii) Praça do Expedicionário; (iii) Cabral; (iv) Praça do Japão; (v) Passeio Público e (vi) Praça da Ucrânia. As Figuras 1 e 2 retratam as feiras do Seminário e Cabral respectivamente.



FIGURA 1 – FEIRA ORGÂNICA DO "SEMINÁRIO"

FONTE: O AUTOR (2008)



FIGURA 2 – FEIRA ORGÂNICA DO “CABRAL”

FONTE: O AUTOR (2008)

Tanto em 2008 como em 2012, o questionário semi-estruturado, aplicado a frequentadores de cada uma das seis feiras orgânicas mencionadas, envolveu as seguintes questões:

- Perfil do frequentador: gênero; idade; escolaridade; ocupação; tempo que frequenta a feira; frequência de compra na feira; outras feiras orgânicas frequentadas; forma de conhecimento da feira; motivos de compra na feira orgânica;
- Opinião do frequentador em relação aos produtos ofertados: variedade; quantidade; qualidade; aparência; preço;
- Opinião do frequentador em relação à feira orgânica visitada: frequência de ocorrência da feira; período de feira; grau de satisfação do frequentador; sugestões/recomendações/reclamações.

O questionário aplicado aos frequentadores em 2008 envolveu ainda alguns pontos adicionais sendo estes: existência de preferência por determinada feira; e razões que determinam a preferência por uma feira. Em 2012, o questionário destinado aos consumidores foi complementado com os seguintes tópicos: renda mensal; grau de interesse pela questão ambiental; opinião sobre a certificação dos alimentos; infraestrutura de acesso à feira; relacionamento com feirantes; interesse em conhecer as propriedades que originam os produtos vendidos nas feiras; e meios de comercialização de alimentos orgânicos preferidos pelos consumidores consultados.

Além dos 120 frequentadores entrevistados em ambos os anos, foram entrevistados em 2012, 21 produtores de alimentos orgânicos que também atuam como permissionários nas feiras orgânicas estudadas (Figura 3).



FIGURA 3 – ENTREVISTA COM PRODUTOR-FEIRANTE NA FEIRA ORGÂNICA DO PASSEIO PÚBLICO

FONTE: O AUTOR (2012)

O questionário aplicado aos produtores-feirantes abordou os seguintes assuntos:

- Perfil do produtor: gênero; idade; escolaridade; local da propriedade; tipo de mão de obra utilizada; renda mensal; meios de comercialização utilizados;
- O produtor e a agricultura orgânica: motivo que o levou para a produção orgânica; tempo de experiência em agricultura orgânica; cursos/treinamento realizados; acesso a linhas de crédito; assistência técnica recebida; principais dificuldades enfrentadas;
- Comercialização em feiras orgânicas: tempo de comercialização na feira; produtos comercializados; produtos que deixa de vender por falta de autorização legal; origem da produção comercializada; razões que motivam a comercialização de mercadorias de terceiros; tipo de certificação; propriedade do ponto de feira; número de familiares que auxiliam no ponto de feira; renda média por dia de feira; forma de conhecimento sobre a oportunidade de comercialização na feira; possibilidade de familiares assumirem o ponto de feira no futuro; evolução da procura por alimentos orgânicos (2008 a 2012); existência de dificuldades para tornar-se parte do mercado de feiras orgânicas em Curitiba; vantagens e desvantagens da comercialização nas

feiras orgânicas curitibanas; sugestões/recomendações/reclamações em relação à feira.

A fim de complementar a pesquisa, foi realizada uma entrevista com um representante da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento de Curitiba (SMAB), órgão atualmente responsável pela gestão de 10 feiras exclusivamente orgânicas, uma feira mista e a sessão de alimentos orgânicos no Mercado Municipal da cidade. A entrevista abordou aspectos relacionados ao processo organizacional das feiras orgânicas em Curitiba, tratando desde a criação de uma feira desta natureza até a seleção de permissionários; além de questões inerentes à operacionalização e manutenção dessas feiras orgânicas.

Foi realizada ainda uma pesquisa junto ao Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR), organismo certificador credenciado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para a certificação de alimentos orgânicos no Brasil, de acordo com a regulamentação do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica. A entrevista envolveu questões relacionadas ao processo de certificação, assim como informações pertinentes ao Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos (PPCPO).

Todos os questionários aplicados durante o levantamento de dados constam no Anexo I.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

As informações coletadas a partir das entrevistas com frequentadores de feiras orgânicas e produtores de alimentos orgânicos que comercializam seus produtos nestes locais foram tabuladas e processadas no *Microsoft Office Excel 2007*. Os dados obtidos foram tratados pela estatística descritiva, mediante o cálculo de frequências absolutas e relativas das respostas, sendo os resultados apresentados em tabelas. Questões abertas que não permitiram uma abordagem quantitativa foram avaliadas qualitativamente. Para as informações coletadas tanto em 2008 quanto 2012, foram investigadas as tendências observadas.

A estatística descritiva foi uma ferramenta amplamente empregada na avaliação do perfil de consumidores orgânicos como pode ser observado nos estudos de: Cruz (2011, p. 23); Nogueira, Rosado e Gomes (2009, p. 68); Idda, Madau e Pulina (2008, p. 3); Cuenca *et al.* (2007-a, p. 9); entre outros.

Os dados adquiridos nas entrevistas com os representantes da SMAB e do TECPAR foram consolidados no *Microsoft Office Word 2007*. Pelo fato de tratar-se de uma coleta de informações a partir de fontes únicas, estas não foram trabalhadas via estatística descritiva, correspondendo, portanto, a dados qualitativos que contribuíram para o enriquecimento da pesquisa.

Com base nos resultados obtidos em entrevistas com frequentadores, feirantes, profissionais da SMAB e do TECPAR, assim como observações do próprio pesquisador; foram mapeadas, através de uma Análise SWOT, as principais forças, fragilidades, oportunidades e ameaças relacionadas direta ou indiretamente às feiras orgânicas estudadas.

A Análise SWOT³ trata de uma ferramenta amplamente utilizada no planejamento estratégico de empresas (GÜL, 2008, p. 46), Esse método foi desenvolvido entre os anos 60 e 70 por Albert Humphrey na Universidade americana de Stanford (SOMAINI e HAZLETON, 2008, p. 983).

A Análise SWOT baseia-se na identificação e avaliação de forças e fragilidades que constituem o ambiente interno; e por ameaças e oportunidades que caracterizam o ambiente externo (SUH e EMTAGE, 2005, p. 163). Segundo Hadenfeld (2011, p. 36), o ambiente interno pode ser controlado pelos agentes que dele fazem parte, neste caso, os produtores que comercializam sua produção nas feiras orgânicas visitadas. Conforme Suh e Emtage (2005, p. 161), os pontos fortes identificados precisam ser fortalecidos enquanto as fraquezas devem ser eliminadas ou reduzidas.

Oportunidades e ameaças são geradas pelo ambiente externo, estando além do controle dos atores pertencentes ao microambiente, neste caso, os produtores-feirantes (SUH e EMTAGE, 2005, p. 163). Conforme Hadenfeld (2011, p. 36), o ambiente externo (macroambiente) pode ser caracterizado por leis, programas, projetos, mercados, instituições governamentais e não governamentais, entre outros aspectos que não podem ser dominados pelos produtores-feirantes. Assim, o ambiente externo neste estudo foi composto por frequentadores entrevistados, leis e iniciativas governamentais, instituições públicas como SMAB, EMATER entre outras, além de organizações privadas, condições climáticas, e outros fatores que não estão diretamente sob o controle dos produtores-feirantes pesquisados. Uma vez

³ A sigla SWOT representa as iniciais das palavras em Inglês: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) (GÜL, 2008, p. 46).

reconhecidas, as ameaças devem ser evitadas ou minimizadas (DIAMANTOPOULOU e VOUDOURIS, 2008, p. 207); enquanto que oportunidades devem ser priorizadas e otimizadas (KEMONI e NGULUBE 2007, p. 95).

Neste trabalho, as forças foram classificadas como características positivas provenientes do meio interno, estando sob o domínio direto dos produtores-feirantes e sendo capazes de influenciar positivamente o sucesso das feiras orgânicas analisadas. As fragilidades foram consideradas como sendo fatores negativos verificados durante a elaboração desta pesquisa, e que de alguma forma prejudicam o sucesso e o desenvolvimento das feiras orgânicas estudadas. Assim como os pontos fortes podem ser diretamente controlados pelos produtores-feirantes pesquisados, as fraquezas podem ser combatidas e/ou minimizadas pelos mesmos.

As oportunidades dizem respeito às novas maneiras de se incrementar o sucesso de determinada atividade (SUH e EMTAGE, 2005, p. 163). Neste contexto, a pesquisa considerou como oportunidades os fatores externos que estão aquém do controle dos produtores-feirantes pesquisados e que podem vir a oferecer condições positivas para o desenvolvimento das feiras orgânicas abordadas neste estudo. As ameaças foram classificadas como eventos que, assim como as oportunidades, não estão sob o domínio dos produtores-feirantes pesquisados, e que apresentam grande potencial para prejudicar e influenciar negativamente o sucesso das feiras orgânicas visitadas.

Com base nos elementos SWOT observados para as feiras orgânicas neste trabalho e em análises do pesquisador fundamentadas nas informações coletadas, foi elaborado um conjunto de recomendações visando o fortalecimento deste meio de comercialização de alimentos orgânicos, assim como do próprio produtor orgânico que dele participa e de outros agricultores potenciais para este mercado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PERFIL DO FREQUENTADOR DAS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS: RESULTADOS PARA OS ANOS 2008 E 2012

4.1.1 Gênero dos frequentadores entrevistados

A Tabela 1 indica que tanto em 2008 quanto em 2012, mais de 75% dos frequentadores entrevistados nas seis feiras orgânicas analisadas nesse estudo, foi composto por mulheres.

TABELA 1 – GÊNERO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Gênero	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Feminino	47	78,3	46	76,7
Masculino	13	21,7	14	23,3
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

A predominância do sexo feminino entre os consumidores de alimentos orgânicos foi igualmente observada em pesquisas realizadas no Brasil por Abduch *et al.* (2011, p. 2), Doriquetto, Curto e Rezende (2009, p. 11); Kirchner (2006, p. 64); entre outros.

4.1.2 Idade dos frequentadores entrevistados

Conforme a Tabela 2, em ambos os anos de análise os frequentadores entrevistados concentraram-se na faixa dos 41 aos 70 anos de idade. Tanto em 2008 quanto em 2012, a maior parte dos pesquisados enquadrou-se no intervalo de 51 a 60 anos com 20% da amostra em 2008 e 35% em 2012. Em 2008 a idade média dos frequentadores amostrados foi de aproximadamente 51 anos e em 2012 de 53 anos.

TABELA 2 – IDADE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Idade	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
20-30	7	11,7	3	5,0
31-40	7	11,7	4	6,7
41-50	10	16,7	15	25,0
51-60	12	20,0	21	35,0
61-70	11	18,3	8	13,3
71-80	4	6,7	5	8,3
Acima de 81	0	0,0	1	1,7
Não respondeu	9	15,0	3	5,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Rucinski e Brandenburg⁴ (2005) citados por Doriquetto, Curto e Rezende (2009, p. 12) sugerem que com o avançar da idade, o consumidor tende a priorizar uma alimentação mais saudável, fato que contribui para a opção pelo alimento orgânico. Conforme os autores, tal perspectiva pode estar associada à manifestação mais frequente de doenças nas idades mais avançadas.

4.1.3 Escolaridade dos frequentadores entrevistados

Em 2008 e 2012 as percentagens em relação ao grau de instrução dos frequentadores consultados foram semelhantes (Tabela 3). Em ambas as situações a maior parte dos entrevistados – 68,3% em 2008 e 71,7% em 2012 – declarou possuir ensino superior completo.

TABELA 3 – ESCOLARIDADE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Escolaridade	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Superior	41	68,3	68,3	43	71,7	71,7
Superior incompleto	2	3,3	71,6	2	3,3	75,0
Técnico	2	3,3	74,9	0	0,0	75,0
Médio	10	16,7	91,6	10	16,7	91,7
Fundamental	2	3,3	94,9	3	5,0	96,7
Básico	3	5,0	100,0	2	3,3	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

⁴ RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. **Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba**. 16.f. Monografia de pós-graduação (Curso de Ecologia, Meio ambiente e Desenvolvimento) Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2005.

Resultados similares foram verificados por Doriquetto, Curto e Rezende (2009, p. 15), onde 74% dos consumidores de alimentos orgânicos entrevistados em Vila Velha e Vitória no Espírito Santo afirmaram ter ensino superior completo. Brown, Durby, Holdsworth (2009, p. 184), observaram que em muitos estudos o consumo de alimentos orgânicos relaciona-se a indivíduos com um nível mais elevado de escolaridade.

4.1.4 Ocupação dos frequentadores entrevistados

Na Tabela 4 foram listadas as profissões mencionadas mais de uma vez pela população amostrada. Ocupações representadas por um único indivíduo foram incluídas no grupo “outras”. Dentre as profissões que foram citadas em ambos os anos estão: advogado, aposentado, doméstica, dona de casa, empresário, estudante e professor. Em 2008 a ocupação mais frequentemente apontada foi a de professor com 11,7% dos frequentadores consultados. Em 2012, 25% dos entrevistados foram aposentados, estando o número de professores em segundo lugar com 8,3%.

TABELA 4 – OCUPAÇÕES MAIS CITADAS ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Ocupação	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Administrador	2	3,3	0	0,0
Advogado	4	6,7	2	3,3
Aposentado	2	3,3	15	25,0
Arquiteto	2	3,3	0	0,0
Autônomo	0	0,0	2	3,3
Contabilista	2	3,3	0	0,0
Dentista	2	3,3	0	0,0
Doméstica	4	6,7	3	5,0
Dona de casa	5	8,3	3	5,0
Economista	3	5,0	0	0,0
Empresário	3	5,0	2	3,3
Engenheiro	0	0,0	2	3,3
Estudante	2	3,3	2	3,3
Professor	7	11,7	5	8,3
Psicólogo	0	0,0	3	5,0
Outros	22	36,7	21	35,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.1.5 Renda dos frequentadores entrevistados

Do total de frequentadores consultados em 2012, 30% preferiu não opinar sobre a sua renda, enquanto 26,7% afirmaram apresentar uma renda individual mensal na faixa de quatro a dez salários mínimos (Tabela 5).

TABELA 5 – RENDA MENSAL INDIVIDUAL OBSERVADA ENTRE O GRUPO DE FREQUENTADORES CONSULTADOS EM 2012 NAS FEIRAS ESTUDADAS

Renda (R\$/mês)	2012	
	Nº	%
Até 2 SM (até R\$ 1.244)	5	8,3
2 a 4 SM (R\$ 1.244 a R\$ 2.488)	8	13,3
4 a 10 SM (R\$ 2.488 a R\$ 6.220)	16	26,7
10 a 20 SM (R\$ 6.220 a R\$ 12.440)	7	11,7
Acima de 20 SM (R\$ 12.440 ou mais)	6	10,0
Preferiu não opinar	18	30,0
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Brown, Durby, Holdsworth (2009) afirmaram que diversos estudos indicam que o consumo de alimentos orgânicos está relacionado a pessoas pertencentes a uma classe social mais alta.

4.1.6 Preferência por meios de comercialização de alimentos orgânicos

Em 2012 os frequentadores amostrados foram questionados sobre os meios de comercialização de alimentos orgânicos que estes preferem. Dentre as respostas apresentadas na Tabela 6, observa-se que as feiras orgânicas foram as mais frequentemente mencionadas. Canais como supermercados e entrega em domicílio foram menos citados, perfazendo 14,9% e 9% respectivamente do total de 67 respostas recebidas para a questão.

TABELA 6 – OPINIÃO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2012, NAS FEIRAS ESTUDADAS, EM RELAÇÃO AOS MEIOS PREFERIDOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

Meios preferidos de comercialização de alimentos orgânicos	2012	
	Nº	%
Feiras orgânicas	51	76,1
Supermercados	10	14,9
Entrega em domicílio	6	9,0
Total	67	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Muitos entrevistados mencionaram que gostam de sair de casa, ver e conhecer novas pessoas, conversar com os feirantes e aproveitar o sol da manhã. A possibilidade de escolha dos produtos também consiste em um fator importante para muitos frequentadores. Outros citaram a própria questão de preço, afirmando que os alimentos orgânicos comercializados em supermercados apresentam em muitos casos, preços mais elevados do que os mesmos alimentos vendidos nas feiras orgânicas estudadas. Isso normalmente ocorre pelo fato de a venda não se dar diretamente de produtor para consumidor, existindo um ou mais agentes no processo de comercialização, neste caso, o supermercado. Para que este também obtenha ganho com a venda, o preço dos produtos passa a ser mais alto.

4.1.7 Tempo que os entrevistados frequentam as feiras estudadas

A Tabela 7 revela que nos dois anos analisados neste trabalho, a maior parte dos pesquisados declarou frequentar há mais de um ano a feira na qual foram entrevistados. Para 2008, este valor foi de 43,3%, enquanto que para 2012 observou-se 73,3%. Os resultados indicam a fidelidade por parte dos frequentadores à feira orgânica na qual foram consultados.

TABELA 7 – TEMPO QUE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS FREQUENTAM AS FEIRAS ESTUDADAS

Tempo que frequenta	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Acima de 1 ano	26	43,3	44	73,3
1 ano	15	25,0	4	6,7
Menos de 1 ano	9	15,0	11	18,3
Não soube responder	10	16,7	1	1,7
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.1.8 Frequência de aquisição de alimentos nas feiras estudadas

A fidelidade descrita acima se reflete igualmente nos resultados inerentes à frequência de compra na feira estudada (vide Tabela 8). Em 2008, 83% dos frequentadores consultados declararam frequentar assiduamente a feira orgânica na qual foram abordados, sendo esta a resposta de 80% dos entrevistados em 2012. Tal frequência justifica-se pelo fato de as feiras orgânicas estudadas não se repetirem, ocorrendo somente uma vez por semana. Os frequentadores

classificados como esporádicos perfizeram em 2008, 16,7% da população total amostrada; e em 2012, 20%.

TABELA 8 – FREQUÊNCIA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Frequência de compra	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Assíduo	50	83,3	48	80,0
Esporádico	10	16,7	12	20,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.1.9 Aquisição de alimentos em outras feiras orgânicas

A Tabela 9 demonstra que em 2008 o número de entrevistados que frequentava mais de uma feira orgânica em Curitiba era maior ao comparado a 2012. Em 2012, 35% da população amostrada revelou frequentar mais de uma feira orgânica, enquanto que em 2008, este valor foi de 46,7%.

TABELA 9 – AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM OUTRAS FEIRAS ORGÂNICAS

Compra em outras feiras orgânicas	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Sim	28	46,7	21	35,0
Não	32	53,3	39	65,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Essa redução da procura por outras feiras pode ser explicada pelo aumento do número de feiras orgânicas que ocorreu durante o período. Em 2008, a Secretaria de Abastecimento de Curitiba gerenciava sete feiras. Atualmente a SMAB administra dez feiras exclusivamente orgânicas, uma feira mista e a seção de alimentos orgânicos do Mercado Municipal. Além disso, foram criadas outras feiras orgânicas, como aquelas fruto de iniciativa da Universidade Federal do Paraná, por exemplo.

De 2008 para 2012, as feiras orgânicas supervisionadas pela SMAB cresceram, acolhendo um maior número de permissionários. Este fator pode ter interferido na diversidade de produtos ofertada; contribuindo para que a demanda do consumidor possa ser suprida em um único local.

Dos 28 entrevistados em 2008, que revelaram frequentar mais de uma feira orgânica, 71,4% admitiram ter preferência por uma determinada feira, enquanto que os 28,6% restantes afirmaram não possuir preferência (vide Tabela 10).

TABELA 10 – PREFERÊNCIA POR FEIRA ORGÂNICA, OBSERVADA ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008

Preferência por feira orgânica	2008	
	Nº	%
Sim	20	71,4
Não	8	28,6
Total	28	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008)

Dentro do grupo de frequentadores que demonstraram ter preferência por determinada feira orgânica (vide Tabela 10), 50% mencionaram a feira orgânica do Passeio Público como sendo a predileta (Tabela 11). Esta foi a primeira feira orgânica criada em Curitiba ocupando até hoje o status de mais tradicional e diversa em termos de bancas e produtos ofertados. Em segundo lugar, com 20% dos pesquisados que afirmaram ter preferência por uma feira, foi citada a feira do Seminário, que na época localizava-se ao lado do Terminal do Campina do Siqueira.

TABELA 11 – FEIRAS ORGÂNICAS PREFERIDAS OBSERVADAS ENTRE OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008

Feira orgânica predileta	2008	
	Nº	%
Passeio Público	10	50,0
Seminário	4	20,0
Praça da Ucrânia	3	15,0
Praça do Japão	2	10,0
Cabral	1	5,0
Total	20	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008)

Em relação aos entrevistados que apresentaram preferência por determinada feira em 2008, 50% apresentou como justificativa o fato de existir maior diversidade na feira predileta (Tabela 12). Tal resultado explica-se pela grande quantidade de permissionários que a feira do Passeio Público já reunia em 2008. Outro fator bastante apontado foi a proximidade da feira à residência do pesquisado. Doriquetto, Curto e Rezende (2009, p. 13) verificaram que a proximidade do local de

venda dos produtos orgânicos ao domicílio do consumidor, parece ser um importante facilitador do consumo desses alimentos.

TABELA 12 – RAZÕES QUE JUSTIFICAM A PREFERÊNCIA DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM 2008, POR DETERMINADA FEIRA ORGÂNICA

Razões que justificam a preferência por feira orgânica	2008	
	Nº	%
Maior diversidade	10	50,0
Proximidade de casa	8	40,0
Preços melhores	1	5,0
Não opinou	1	5,0
Total	20	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008)

4.1.10 Formas de conhecimento das feiras orgânicas estudadas

Dentre as maneiras através das quais os pesquisados tomaram conhecimento da feira orgânica na qual foram entrevistados, destaca-se a proximidade da feira ao local de moradia do entrevistado. Tanto em 2008 como em 2012, mais de 40% da população amostrada revelou ter conhecido a feira por esta estar próxima de sua casa (Tabela 13). A divulgação por terceiros foi considerada em ambas as situações a segunda forma de conhecimento da feira orgânica, enquanto que a divulgação pela mídia pareceu ter um efeito maior em 2008 (vide Tabela 13). Em ambos os anos a falta de propaganda sobre as feiras orgânicas foi ressaltada por alguns entrevistados.

TABELA 13 – FORMAS DE CONHECIMENTO DAS FEIRAS ESTUDADAS, MENCIONADAS PELOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS

Formas de conhecimento	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Mora perto	28	42,4	29	44,6
Terceiros	11	16,7	11	16,9
Passagem pelo local	7	10,6	10	15,4
Trabalha perto	8	12,1	3	4,6
Mídia	7	10,6	2	3,1
Outras feiras	4	6,1	3	4,6
Outro	1	1,5	7	10,8
Total	66	100,0	65	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Em 2007 um estudo do IPARDES envolveu as feiras orgânicas de Curitiba. No trabalho realizado pela instituição foi constatada uma divulgação gradual das

feiras por meio da comunicação direta (boca-a-boca). A mesma pesquisa afirma que não foi verificada uma sólida estratégia de *marketing* para as feiras orgânicas, fato que não contribui para a sua divulgação (IPARDES, 2007, p. 108).

4.1.11 Motivações de compra nas feiras orgânicas estudadas

A Tabela 14 indica que o principal motivo de compra na feira de orgânicos diz respeito à saúde. Esse resultado foi válido tanto para 2008, com 75% dos motivos mencionados, quanto para 2012, com 58,9% de todas as respostas dadas para este quesito. Vale ressaltar que em 2008 essa pergunta foi aplicada de forma aberta e, em 2012, como uma questão fechada. Neste ponto, é interessante observar que em 2008 a preocupação ambiental não foi mencionada espontaneamente como um motivo de consumo de alimentos orgânicos. Já em 2012, 19 dos 60 entrevistados afirmaram, entre outros motivos, consumir alimentos orgânicos também em razão da preocupação para com o meio ambiente.

TABELA 14 – RAZÕES QUE MOTIVAM OS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS A ADQUIRIR ALIMENTOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Motivações	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Saúde	48	75,0	75,0	56	58,9	58,9
Questões ambientais	0	0,0	75,0	19	20,0	78,9
Mora perto	1	1,6	76,6	13	13,7	92,6
Trabalha perto	0	0,0	76,6	1	1,1	93,7
Outro	15	23,4	100,0	6	6,3	100,0
Total	64	100,0	-	95	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Tendências semelhantes no tocante às motivações saúde e preocupação com o ambiente foram observadas entre os consumidores de alimentos orgânicos nos trabalhos de Abduch *et al.* (2011, p. 3), Nogueira, Rosado e Gomes (2009, p. 69), Smolinski, Guerreiro e Raiher (2011, p. 178), entre outros.

4.1.12 Definição de alimento orgânico para os frequentadores entrevistados

Em 2012 os frequentadores abordados foram igualmente interrogados a respeito da definição de “produto orgânico”. Dentre as explicações fornecidas para a questão, listadas na Tabela 15, observa-se o predomínio do conceito de alimento orgânico como sendo um produto saudável, com 75% de todas as respostas

apresentadas. Tal definição reflete a preocupação do grupo de entrevistados em relação à saúde. Por alguns entrevistados o “produto orgânico” também foi conceituado como produto natural, saboroso, de qualidade, entre outras definições.

TABELA 15 – DEFINIÇÕES DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS PARA “PRODUTO ORGÂNICO”

Definições para “produto orgânico”	2012	
	Nº	%
Produto saudável	54	75,0
Produto natural	6	8,3
Produto saboroso	4	5,6
Produto de qualidade	3	4,2
Outro	5	6,9
Total	72	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Araújo, Paiva, Filgueira (2007, p. 146) indicam para o fato de que a definição de alimento orgânico vai além daquela de produto saudável, sendo resultado de um sistema de produção agrícola que procura um manejo equilibrado do solo e outros recursos naturais, visando à conservação destes no longo prazo.

4.1.13 Grau de interesse dos entrevistados pela questão ambiental

A questão ambiental vem sendo amplamente discutida pela mídia, contribuindo para o despertar de um interesse cada vez maior da sociedade neste contexto. De forma geral os entrevistados neste estudo constituíram um público consciente, preocupado não somente com a saúde, mas também com o ambiente. Segundo a Tabela 16, 85% dos entrevistados em 2012 revelaram interessar-se muito pelas questões ambientais. Somente 11,7% afirmaram interessar-se medianamente, enquanto que 3,3% caracterizaram-se como pouco interessados.

TABELA 16 – GRAU DE INTERESSE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS EM 2012 PELA QUESTÃO AMBIENTAL

Grau de interesse pela questão ambiental	2012	
	Nº	%
Muito interessado	51	85,0
Medianamente interessado	7	11,7
Pouco interessado	2	3,3
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.2 OPINIÃO DOS FREQUENTADORES EM RELAÇÃO ÀS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS: RESULTADOS PARA OS ANOS 2008 E 2012

4.2.1 Alimentos ofertados

A Tabela 17 relaciona os grandes grupos de alimentos orgânicos ofertados pelos produtores-feirantes entrevistados nesta pesquisa. Observa-se que as hortaliças estiveram presentes em quase todas as bancas visitadas, sendo comercializadas por 18 dos 21 permissionários consultados. Em seguida estiveram as frutas, sendo ofertadas por 16 dos 21 produtores de alimentos orgânicos entrevistados. Cereais, ovos, carnes, laticínios e outros produtos como geleias, molhos, sucos, mel, farinados, pães, biscoitos, cogumelos, açúcar, vinagre também estiveram representados, entretanto, em menor escala.

TABELA 17 – PRODUTOS OFERTADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Produtos ofertados	2012	
	Nº	%
Hortaliças	18	32,7
Frutas	16	29,1
Cereais	5	9,1
Ovos	3	5,5
Carnes	1	1,8
Laticínios	1	1,8
Outros	11	20,0
Total	55	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.2.2 Variedade de produtos

Com base na Tabela 18, observa-se que a opinião dos entrevistados em relação à variedade de produtos ofertados nas seis feiras orgânicas visitadas não sofreu fortes variações no período estudado. Em 2008, 83,3% dos pesquisados considerou-a como sendo boa, enquanto em 2012 este valor foi de 80%. A classificação “regular” apresentou uma pequena queda de 2008 para 2012, ao passo de que em 2012, 3,3% da população amostrada considerou a variedade de produtos ótima.

TABELA 18 – OPINIÃO DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À VARIEDADE DE PRODUTOS OFERTADA NAS FEIRAS ESTUDADAS

Variedade de produtos	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Ótima	0	0,0	0,0	2	3,3	3,3
Boa	50	83,3	83,3	48	80,0	83,3
Regular	10	16,7	100,0	9	15,0	98,3
Ruim	0	0,0	100,0	1	1,7	100,0
Total	60	100,0	-	60	100	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Apesar de grande parte dos entrevistados no presente estudo ter classificado a variedade de produtos para ambos os anos como sendo boa, muitos revelaram que esta poderia ser ainda melhor. Dentre o conjunto de produtos faltantes citados pelos frequentadores consultados, destaca-se em ambos os anos as frutas e as carnes (vide Tabela 19).

TABELA 19 – PRODUTOS QUE NA OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS FALTAM NAS FEIRAS ESTUDADAS

Produtos que faltam	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Frutas	7	46,7	46,7	21	44,7	44,7
Carnes	3	20,0	66,7	8	17,0	61,7
Hortaliças	3	20,0	86,7	6	12,8	74,5
Ovos	1	6,7	93,4	2	4,3	78,8
Laticínios	0	0,0	93,4	5	10,6	89,4
Cereais	0	0,0	93,4	1	2,1	91,5
Outros	1	6,7	100,0	4	8,5	100,0
Total	15	100,0	-	47	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Um dos fatores que influencia a variedade de produtos nas feiras orgânicas visitadas diz respeito à sazonalidade, uma característica da agricultura orgânica, através da qual são oferecidos ao consumidor os produtos da época. Durante as entrevistas realizadas muitos dos pesquisados demonstraram estar cientes da sazonalidade de produtos na agricultura orgânica.

Um segundo importante ponto que afeta negativamente a variedade de produtos nas feiras orgânicas estudadas está relacionado às restrições legais que os pequenos produtores de alimentos orgânicos enfrentam. A Tabela 20 revela que 61,9% dos produtores-feirantes entrevistados alegaram que deixam de comercializar determinados produtos por não cumprirem com as exigências impostas pela SMAB;

que por sua vez fundamentam-se na legislação brasileira referente à produção e comercialização de alimentos de qualquer natureza.

TABELA 20 – FALTA DE AUTORIZAÇÃO DEVIDA POR PARTE DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE DETERMINADOS ALIMENTOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Falta de autorização para a comercialização de alimentos orgânicos específicos	2012	
	Nº	%
Sim	13	61,9
Não	8	31,8
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

A Tabela 21 relaciona os produtos que os produtores-feirantes entrevistados mencionaram não comercializar nas feiras orgânicas estudadas, por falta de autorização devida. Observa-se com base na Tabela 21 que dentre as 21 respostas dadas para produtos que são deixados de comercializar, os ovos orgânicos ocupam a primeira posição com 33,3% do total de respostas. Em seguida estão os produtos minimamente processados, ou seja, alimentos descascados, cortados e embalados, com 19% das respostas fornecidas. No grupo dos outros foram reunidos os seguintes produtos: carne de frango, molhos, sucos, derivados de leite e conservas.

TABELA 21 – PRODUTOS QUE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS DEIXAM DE VENDER POR FALTA DE AUTORIZAÇÃO

Produtos não comercializados por falta de autorização devida	2012	
	Nº	%
Ovos	7	33,3
Produtos descascados, cortados e embalados	4	19,0
Geleias	3	14,3
Mel	2	9,5
Outros	5	23,8
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Conforme os Artigos 142 e 145 do Decreto nº 5.741/2006, a inspeção higiênico-sanitária, tecnológica e industrial dos produtos de origem animal e vegetal é da competência da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Segundo o MAPA (2012-a) e informações contidas na Lei 7.889/1989, os produtos de origem animal a serem comercializados em nível interestadual ou internacional devem ser inspecionados pelo Serviço de Inspeção Federal (SIF), para atestar sua qualidade sanitária e estar em conformidade com a legislação. Quando a

comercialização dos produtos de origem animal ocorrer em nível intermunicipal, estes devem ser fiscalizados pelo Serviço de Inspeção Estadual (SIE), e quando o comércio for municipal, a inspeção deve ser realizada através do Serviço de Inspeção Municipal (SIM).

De uma forma geral o processo de obtenção de selos de serviços de inspeção é bastante complexo e exigente para o agricultor familiar. Para a obtenção do Selo de Inspeção Federal, por exemplo, o produtor deve inicialmente solicitar por escrito uma vistoria do local onde o estabelecimento deverá ser construído. Em uma segunda etapa, serão exigidos diversos documentos inerentes ao processo, incluindo a documentação para estabelecimento de empresa concedida pelo Estado e Município, além de licença ambiental, plantas e memoriais, assim como um responsável técnico pela empresa (MAPA, 2012-b).

A dificuldade de acesso ao selo do Serviço de Inspeção Federal tem sido igualmente enfrentada por pequenos produtores de mel no Rio Grande do Norte (RIBEIRO, 2012). Segundo o autor, a adequação às exigências do SIF tem sido para estes agricultores a questão de maior complexidade, limitando a comercialização do mel produzido. Em notícia publicada pela Folha de Boa Vista (RR) em 19 de março de 2012, o deputado Bezerra Brito afirmou que a “obtenção de carimbos do SIE ou SIF depende de critérios muito rígidos que inviabilizam o cumprimento destas regras ao pequeno produtor.”

Aliado ao fato da complexidade de registro do pequeno produtor em serviços de inspeção, alguns dos produtores-feirantes ressaltaram que o acesso a estes selos é dificultado em razão da quantidade insuficiente de Organismos Públicos de Vigilância Sanitária (Municipal, Estadual e/ou Federal) existentes em nível de Município. Essa situação não contribui para a adequada divulgação e orientação sobre as normas e exigências sanitárias a serem cumpridas pelos pequenos produtores rurais.

Para a venda de produtos beneficiados ou minimamente processados, a SMAB exige do feirante que os alimentos sejam confeccionados e preparados em uma cozinha industrial que esteja dentro das exigências da legislação sanitária. Segundo diversos produtores-feirantes entrevistados, o investimento em tal estrutura torna-se inviável pelos seguintes motivos: pequena escala de produção e alto nível

de exigência imposto pela vigilância sanitária. Assim, para muitos, a comercialização de produtos nas feiras orgânicas acaba restringindo-se a alimentos *in natura*.

De acordo com o Instituto Sociedade, População e Natureza – ISPN (2012), a legalidade higiênico-sanitária de empreendimentos de agricultores familiares consiste em um dos principais desafios, já que a legislação em vigor os coloca em igualdade às agroindústrias de grande porte, exigindo construções e pagamento de pessoal e taxas para fiscalização em relação à escala de produção.

Outros produtores-feirantes entrevistados informaram que estão em processo de viabilização ou até mesmo já viabilizaram o estabelecimento de uma cozinha industrial, por intermédio do grupo de agricultores orgânicos do qual fazem parte; fato que possibilitou ampliar o leque de produtos ofertados.

4.2.3 Quantidade de produtos

Em relação à Tabela 22, em ambos os anos estudados, mais de 50 entrevistados consideraram a quantidade de produtos orgânicos ofertados nas feiras visitadas suficiente. Em 2012, 11,7% da população amostrada classificou a quantidade de alimentos ofertados como insuficiente, 8,3% a mais em relação ao observado em 2008. Este incremento pode estar relacionado ao aumento da procura por alimentos orgânicos observado nos últimos anos pelos próprios produtores-feirantes entrevistados.

TABELA 22 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUANTIDADE DE PRODUTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Quantidade de produtos	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Suficiente	57	95,0	95,0	53	88,3	88,3
Insuficiente	2	3,3	98,3	7	11,7	100,0
Não opinou	1	1,7	100,0	0	0,0	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.2.4 Qualidade dos alimentos

A maioria dos frequentadores consultados em ambos os anos demonstrou estar satisfeita com a qualidade dos alimentos comercializados nas feiras orgânicas selecionadas (vide Tabela 23). Em 2008, 60% do grupo pesquisado considerou a

qualidade dos alimentos boa e 28,3% ótima. Em 2012 foi observado um aumento de 10% no total de entrevistados que avaliou a qualidade do produto como sendo boa.

TABELA 23 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUALIDADE DOS PRODUTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Qualidade dos produtos	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Excelente	4	6,7	6,7	4	6,7	6,7
Ótima	17	28,3	35,0	12	20,0	26,7
Boa	36	60,0	95,0	42	70,0	96,7
Regular	1	1,7	96,7	2	3,3	100,0
Não opinou	2	3,3	100,0	0	0,0	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

A qualidade dos produtos orgânicos é defendida por Grandi, Trifoni e D'agostini (2009, p. 2). Conforme os autores, estudos indicam que comparado a produtos convencionais, os alimentos orgânicos contêm uma quantidade menor de água e possuem uma densidade nutricional maior. Segundo os autores, tais produtos são mais ricos em ferro, magnésio, vitamina C e antioxidantes, além de apresentar um maior equilíbrio em termos de aminoácidos essenciais.

4.2.5 Durabilidade dos alimentos orgânicos *in natura*

Ao serem questionados sobre a durabilidade de produtos *in natura* de origem orgânica em relação aos alimentos *in natura* produzidos pela agricultura convencional, 46,7% dos pesquisados em 2012 afirmaram ter observado que os orgânicos apresentam maior durabilidade (Tabela 24). Para 31,7% essa diferença nunca fora observada, enquanto que 16,7% concluíram sobre a menor durabilidade de alimentos orgânicos *in natura* (vide Tabela 24).

TABELA 24 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À DURABILIDADE DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS *IN NATURA* OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Durabilidade dos alimentos orgânicos <i>in natura</i>	2012	
	Nº	%
Alimentos orgânicos são mais duráveis que os convencionais	28	46,7
Não observou diferença	19	31,7
Alimentos orgânicos são menos duráveis que os convencionais	10	16,7
Outro	3	5,0
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Boue *et al.* (2009, p. 2116), observaram que culturas produzidas através de técnicas de agricultura orgânica, não submetidas ao emprego de substâncias de proteção como fungicidas e pesticidas, apresentam maior vulnerabilidade a ataques por insetos e patógenos, aspecto que favorece a produção de fitoalexinas, substâncias responsáveis pela proteção das plantas. Além da função de proteção natural conferida aos vegetais, esses compostos são benéficos para a saúde, apresentando ações anti-oxidantes, propriedades anti-cancerígenas, entre outras (BOUE *et al.*, 2009, p. 2615).

4.2.6 Aparência dos alimentos

A aparência dos alimentos orgânicos ofertados nas feiras estudadas foi classificada pela maioria do público consultado como sendo boa. Tal observação pode ser feita com base na Tabela 25 tanto para 2008 quanto 2012. No primeiro ano de análise, 56,7% dos entrevistados considerou a aparência dos produtos boa enquanto que para 28,3% a aparência foi ótima. Em 2012, 70% dos pesquisados avaliaram a aparência como sendo boa e 20% como ótima.

TABELA 25 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À APARÊNCIA DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Aparência dos alimentos	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Excelente	3	5,0	5,0	4	6,7	6,7
Ótima	17	28,3	33,3	12	20,0	26,7
Boa	34	56,7	90,0	42	70,0	93,7
Regular	4	6,7	96,7	2	3,3	100,0
Não opinou	2	3,3	100,0	0	0,0	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.2.7 Certificação dos alimentos orgânicos

De acordo com Vasconcellos (2012), a certificação dos produtos vendidos nas feiras orgânicas de Curitiba é uma exigência da Secretaria Municipal de Abastecimento, que decorre do Art. 3 da Lei nº 10.831/2003 sendo este: “Para sua comercialização, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente, segundo critérios estabelecidos em regulamento.” (BRASIL, 2012).

Conforme a Tabela 26, o tipo de certificação mais comumente encontrado entre os produtores-feirantes entrevistados foi o da Rede ECOVIDA com 61,9%. Em segundo lugar esteve a certificação de orgânicos do TECPAR com 33,3% dos pesquisados.

TABELA 26 – CERTIFICAÇÕES DE PRODUTO OBSERVADAS ENTRE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS VISITADAS

Tipos de certificação	2012	
	Nº	%
Rede ECOVIDA	13	61,9
TECPAR	7	33,3
Ambas	1	4,8
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

A Rede ECOVIDA, criada há 14 anos nos estados que compõem o Sul do Brasil, é composta por “organizações não governamentais de assessoria; agricultores familiares ecologistas organizados em grupos, associações e/ou cooperativas e organizações de consumidores.” (CASSARINO, 2012, p. 40). A certificação participativa é uma das ações dentro dessa rede sendo as normas de produção desenvolvidas e verificadas pela participação dos agricultores e consumidores de alimentos orgânicos (REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA, 2012).

Outra certificação encontrada nesta pesquisa foi a Certificação para Orgânicos realizada de acordo com a regulamentação do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, para a qual o Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR) é um Organismo Certificador credenciado junto ao Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Neste caso, o processo de certificação é realizado por uma entidade terceira, sem interesse entre as partes envolvidas – consumidor e produtor (fornecedor) (GRAPIÚNA, 2012).

Ao serem questionados sobre a necessidade da certificação dos alimentos orgânicos comercializados nas feiras estudadas, 88% dos frequentadores entrevistados em 2012 consideraram-na necessária (vide Tabela 27). Somente um pesquisado a mencionou como desnecessária, enquanto que 10% demonstraram-se indiferentes.

TABELA 27 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À NECESSIDADE DE CERTIFICAÇÃO DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Certificação dos alimentos	2012	
	Nº	%
Necessária	53	88,3
Desnecessária	1	1,7
Indiferente	6	10,0
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.2.8 Preço dos alimentos

A Tabela 28 indica que em 2008 e 2012, aproximadamente 50% da população amostrada considerou mediano o preço dos produtos comercializados nas feiras orgânicas estudadas. Muitos dos pesquisados afirmaram que o valor de determinados alimentos orgânicos nos supermercados é superior ao observado nas feiras orgânicas. Mais de 40% dos frequentadores consultados classificaram, em ambos os anos, o preço dos produtos comercializados nas feiras orgânicas visitadas como caro.

TABELA 28 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO AO PREÇO DOS ALIMENTOS OFERTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Preço dos alimentos	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Muito caro	3	5,0	5,0	1	1,7	1,7
Caro	25	41,7	46,7	27	45,0	46,7
Mediano	30	50,0	96,7	31	51,7	98,4
Baixo	2	3,3	100,0	1	1,7	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

Já em 2006, Kirchner (p. 110) detectou em Curitiba uma diferença significativa entre o preço de produtos orgânicos em feiras orgânicas e em supermercados. A variação apontada pela pesquisa foi superior a 100%. Segundo o IPARDES (2007, p. 109), como a maior parte das pessoas frequenta supermercados, a imagem predominante é a de que os alimentos orgânicos são caros, sendo destinados somente a um seleto grupo de consumidores.

Dentre o grupo de amostrados que classificou o valor dos produtos como sendo caro, alguns mencionaram compreender que a agricultura orgânica envolve

um processo produtivo mais complexo e uma escala de produção menor, fatores que contribuem para o aumento do preço do produto.

4.2.9 Valor médio gasto pelos entrevistados por dia de feira

Observa-se com base na Tabela 29 que a maior parte dos entrevistados (75%) gasta em média de R\$ 30,00 a R\$ 60,00 por dia de feira. O valor médio observado para o grupo de frequentadores consultados foi de aproximadamente R\$ 58,00 por dia de feira.

TABELA 29 – VALOR GASTO EM R\$ POR DIA DE FEIRA PELO FREQUENTADOR ENTREVISTADO EM 2012 NAS FEIRAS ESTUDADAS

Valor gasto por dia de feira (R\$)	2012	
	Nº	%
Até R\$ 30,00	22	36,7
R\$ 31,00 a R\$ 60,00	23	38,3
R\$ 61,00 a R\$ 90,00	6	10,0
Acima de R\$ 91,00	6	10,0
Não respondeu	3	5,0
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.2.10 Necessidade de dias adicionais de feira

A Tabela 30 indica que tanto em 2008 quanto em 2012, praticamente 60% dos entrevistados alegou não ser necessário estabelecer dias adicionais de feira, enquanto que aproximadamente 40% apresentou opinião contrária.

TABELA 30 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À NECESSIDADE DE DIAS ADICIONAIS DE FEIRA

Necessidade de dias adicionais de feira	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Sim	25	41,7	24	40,0
Não	34	56,7	36	60,0
Não opinou	1	1,7	0	0,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Para os entrevistados que gostariam de uma quantidade maior de dias de feira por semana, a Tabela 31 revela que em ambos os anos para mais de 80% a frequência ideal seria de duas vezes por semana.

TABELA 31 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO À QUANTIDADE IDEAL DE DIAS DE FEIRA POR SEMANA

Quantidade ideal de dias de feira por semana	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Dois	23	92,0	20	83,3
Três	1	4,0	4	16,7
Acima de três	1	4,0	0	0,0
Total	25	100,0	24	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012).

4.2.11 Período ideal de feira

O período matutino foi mencionado por 78,3% dos entrevistados em 2008 e 93,3% em 2012 como sendo ideal para as feiras orgânicas visitadas (vide Tabela 32). Os pesquisados alegaram que pela manhã os produtos estão frescos. Um pequeno número dos frequentadores entrevistados mencionou que a feira deveria ocorrer no final da tarde/início da noite para que pudessem frequentar a feira fora do horário de trabalho.

TABELA 32 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO AO PERÍODO IDEAL DE FEIRA

Período ideal de feira	2008		2012	
	Nº	%	Nº	%
Manhã	47	78,3	56	93,3
Tarde	4	6,7	1	1,7
Noite	4	6,7	2	3,3
Dia todo	2	3,3	1	1,7
Indiferente	3	5,0	0	0,0
Total	60	100,0	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.2.12 Infraestrutura de acesso à feira

Em relação à infraestrutura de acesso às feiras, a maior parte dos frequentadores pesquisados em 2012 – 81,7% – classificou-a como sendo boa (Tabela 33). Isso decorre em razão de muitas das pessoas consultadas residirem próximo à feira na qual foram abordadas, dirigindo-se até esta frequentemente a pé. Para 18,3%, moradores mais afastados do local de entrevista e que normalmente utilizam o carro como meio de transporte, a infraestrutura de acesso às feiras foi considerada ruim. A falta de estacionamento revelou ser o principal problema.

TABELA 33 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 EM RELAÇÃO À INFRAESTRUTURA DE ACESSO ÀS FEIRAS ESTUDADAS

Infraestrutura de acesso à feira	2012	
	Nº	%
Boa	49	81,7
Ruim	11	18,3
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.2.13 Relacionamento dos entrevistados com os feirantes

Entre o grupo de frequentadores interrogados em 2012, 70% afirmou ter uma relação de amizade com o feirante (Tabela 34). Muitos dos pesquisados frequentam a feira na qual foram questionados há mais de um ano, permitindo assim a construção de laços de amizade com os permissionários. A relação foi considerada estritamente profissional por 26,7% dos pesquisados, enquanto que para 3,3% a questão foi indiferente. Apesar de este assunto não ter sido questionado em 2008, alguns pesquisados mencionaram como pontos fortes da feira orgânica na qual foram abordados o positivo relacionamento entre frequentadores e feirantes, assim como o bom atendimento por parte dos permissionários.

TABELA 34 – OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS EM 2012 QUANTO AO RELACIONAMENTO COM OS FEIRANTES NAS FEIRAS ESTUDADAS

Relacionamento entre feirantes e frequentadores entrevistados	2012	
	Nº	%
Amizade	42	70,0
Estritamente profissional	16	26,7
Indiferente	2	3,3
Total	60	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Silva (2010, p. 127) identificou igualmente um relacionamento de amizade entre feirantes e frequentadores em uma feira agroecológica na cidade de João Pessoa em Pernambuco. A autora observou que a relação direta entre frequentador e comerciante estabelece confiança e amizade.

4.2.14 Interesse dos frequentadores em visitar propriedades produtoras de alimentos orgânicos

A Tabela 35 revela que a maioria dos 60 frequentadores entrevistados em 2012 – 86,7% – demonstraram interesse em visitar as propriedades que originam os produtos adquiridos nas feiras orgânicas estudadas. Somente 13,3% revelaram não interessar-se.

TABELA 35 – INTERESSE DOS FREQUENTADORES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS VISITADAS EM CONHECER PROPRIEDADES PRODUTORAS DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

Interesse em conhecer as propriedades onde os alimentos orgânicos são produzidos	2012	
	Nº	%
Sim	52	86,7
Não	8	13,3
Total	60	100,
	0	0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

A ACOPA, uma associação criada em 2000 com o objetivo de divulgar os alimentos orgânicos, busca aproximar o consumidor do produtor orgânico e ajudar na melhoria da qualidade de vida do consumidor, do produtor e do meio ambiente. Uma das formas de aproximação que a organização vem empregando diz respeito a um programa de visitas a determinadas propriedades de produção orgânica, situadas na Região Metropolitana de Curitiba. Ao longo da visita são abordados assuntos como: forma de produção orgânica, a integração de culturas e animais, o ambiente natural, o dia-a-dia do produtor e sua família, a questão da comercialização da produção, a arte e os sabores locais entre outros aspectos (ACOPA, 2012-b).

4.2.15 Grau de satisfação dos frequentadores

Em ambos os anos avaliados, o grau de satisfação do pesquisado no tocante à feira orgânica que frequenta, variou de satisfeito a muito satisfeito (Tabela 36). Em 2008, 86,7% dos entrevistados afirmaram estar satisfeitos com a feira na qual foram entrevistados, enquanto que em 2012, esse número foi de 70%. Em 2012 observou-se um incremento de 16,7%, em relação a 2008, no total de entrevistados que disseram estar muito satisfeitos com a feira orgânica.

TABELA 36 – GRAU DE SATISFAÇÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO ÀS FEIRAS ORGÂNICAS VISITADAS

Grau de satisfação	2008			2012		
	Nº	%	% Acumulado	Nº	%	% Acumulado
Muito satisfeito	8	13,3	13,3	18	30,0	30,0
Satisfeito	52	86,7	100,0	42	70,0	100,0
Total	60	100,0	-	60	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2008 E 2012)

4.3 PERFIL DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS

4.3.1 Gênero dos produtores-feirantes entrevistados

Dentre os 21 produtores-feirantes entrevistados neste estudo, 76,2% eram do sexo masculino, enquanto que 23,8% correspondiam ao gênero feminino (vide Tabela 37).

TABELA 37 – GÊNERO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS

Gênero	2012	
	Nº	%
Feminino	5	23,8
Masculino	16	76,2
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.3.2 Idade dos produtores-feirantes entrevistados

Em relação à idade, observa-se com base na Tabela 38, que a maior parte dos produtores entrevistados – 76,2% – apresentaram idade superior a 30 anos. Somente cinco produtores consultados, o equivalente a 23,8%, declararam ter idade igual ou menor a 30 anos. A idade média observada para os produtores-feirantes entrevistados foi de aproximadamente 42 anos.

TABELA 38 – FAIXAS DE IDADE OBSERVADAS ENTRE OS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

Idade	2012	
	Nº	%
Até 30	5	23,8
31 a 50	8	38,1
Acima de 50	8	38,1
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Observa-se neste estudo que foram poucos os produtores orgânicos com idade inferior ou igual a 30 anos. Tal situação pode ser reflexo do desinteresse dos jovens pelas atividades rurais. Constatações similares foram feitas em 2004 por Storch *et al.* (2004, p. 361) e Altmann e Oltramari (2004, p. 37).

4.3.3 Escolaridade dos produtores-feirantes entrevistados

A Tabela 39 indica que dentre o grupo de produtores-feirantes amostrado, 19% tinham o ensino básico, 19% o ensino fundamental completo e outros 38,1% haviam concluído o ensino médio. O nível superior completo foi observado em dois entrevistados (9,5%).

TABELA 39 – ESCOLARIDADE DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Escolaridade	2012		
	Nº	%	% Acumulado
Básico	4	19,0	19,0%
Fundamental	4	19,0	38,0
Médio	8	38,1	76,1
Técnico	3	14,3	90,4
Superior	2	9,5	100,0
Total	21	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

No trabalho realizado por Cuenca *et al.* (2007-b, p. 15), 9,1% dos produtores orgânicos entrevistados no Rio Grande do Norte apresentaram curso superior completo. Mazzoleni e Nogueira (2006, p. 290) afirmam, no entanto, que o desempenho agrícola independe do nível de escolaridade, sendo a geração de resultado financeiro líquido possível em qualquer situação.

4.3.4 Localização das propriedades dos produtores-feirantes entrevistados

A Tabela 40 indica que as propriedades rurais dos agricultores orgânicos amostrados nas seis feiras selecionadas, localizam-se na Região Metropolitana de Curitiba. A amostra foi representada por 12 municípios sendo Campo Largo e Campo Magro os mais frequentemente mencionados com 23,8% e 19% respectivamente. Os municípios Bocaiúva do Sul e Mandirituba estavam representados por dois agricultores cada um, enquanto que os demais foram representados por somente um produtor.

TABELA 40 – LOCALIZAÇÃO DAS PROPRIEDADES DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Município de localização da propriedade	2012	
	Nº	%
Campo Largo	5	23,8
Campo Magro	4	19,0
Bocaiúva do Sul	2	9,5
Mandirituba	2	9,5
Adrianópolis	1	4,8
Almirante Tamandaré	1	4,8
Araucária	1	4,8
Campina Grande do Sul	1	4,8
Cerro Azul	1	4,8
Piraquara	1	4,8
São José dos Pinhais	1	4,8
Tijucas do Sul	1	4,8
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

A Figura 4 revela que a maior parte dos produtores consultados tem a sua propriedade localizada nos municípios limítrofes de Curitiba. Entretanto, também observou-se outros seis municípios situados na região de influência e na área de municípios Periféricos, como é o caso de Adrianópolis, Cerro Azul e Tijucas do Sul.

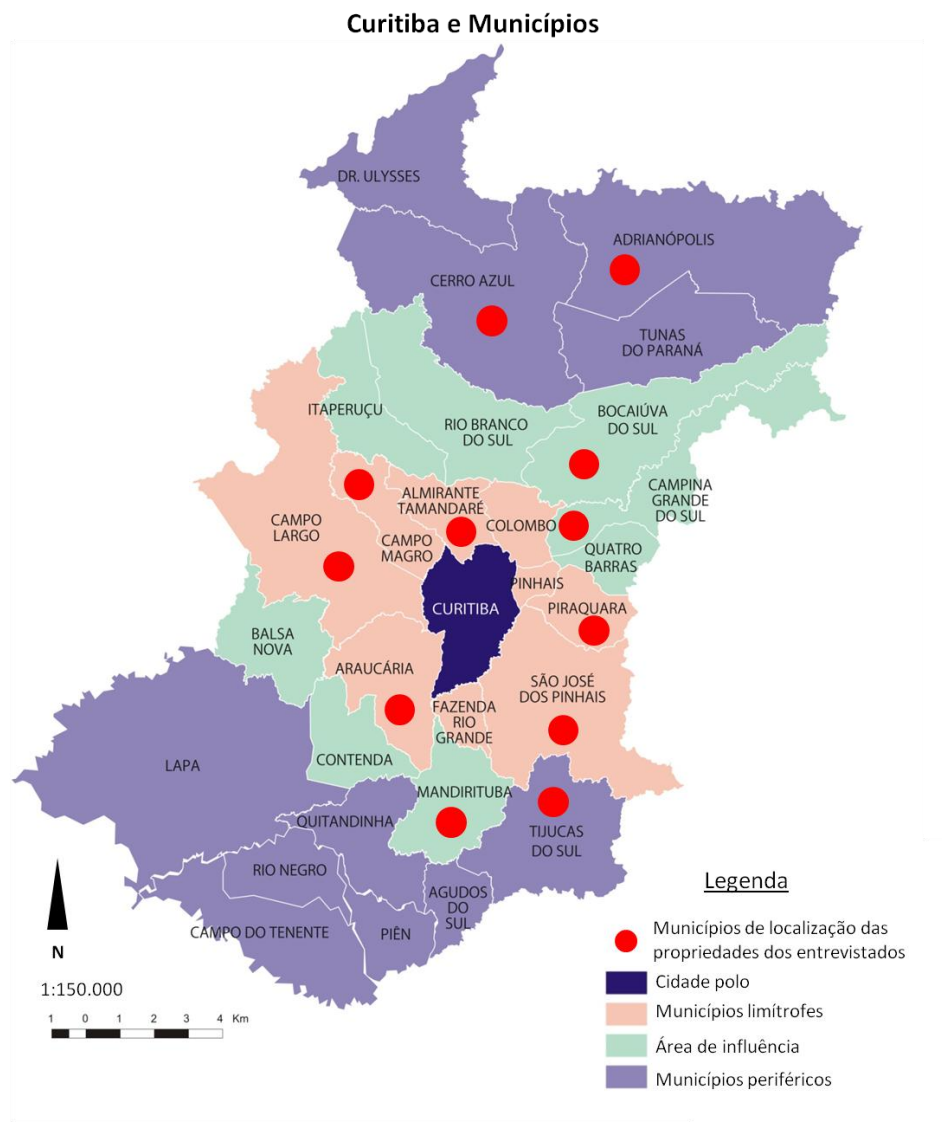


FIGURA 3 – MUNICÍPIOS DE LOCALIZAÇÃO DA PROPRIEDADE DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

FONTE: COMEC (2012), ADAPTADO PELO AUTOR

4.3.5 Mão de obra utilizada pelos produtores-feirantes entrevistados

A Tabela 41 revela que pouco mais da metade dos 21 produtores-feirantes entrevistados – 52,4% – afirmou possuir somente mão de obra familiar, verificando-se mais comumente de dois a quatro familiares auxiliando nas atividades de produção na propriedade.

TABELA 41 – TIPO DE MÃO DE OBRA UTILIZADA PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ESTUDADAS

Tipo de mão de obra	2012	
	Nº	%
Familiar	11	52,4
Mista	10	47,6
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Apesar de a força de trabalho familiar ter sido a mais difundida entre os produtores consultados, nem todos revelaram ser capazes de dar conta das atividades produtivas somente com o apoio da família. Um total de 10 produtores (47,6%) mencionou trabalhar com mão de obra mista, ou seja, uma mistura de força de trabalho familiar com contratada (vide Tabela 41). Nestes casos observou-se de um a cinco familiares atuando no negócio, variando a quantidade de contratados entre um a três, sendo dois contratados a situação mais frequentemente encontrada.

A contratação de força de trabalho externa ocorre pelo fato de a agricultura orgânica exigir uma maior quantidade de mão de obra. Conforme Smolinski, Guerreiro e Raiher (2011, p. 168), essa prática agrícola requer cuidados especiais, necessitando de um contingente maior de pessoas principalmente para proteger os cultivos das pragas.

4.3.6 Renda dos produtores-feirantes entrevistados

A grande maioria dos produtores-feirantes entrevistados (52,4%) concentrou a sua renda mensal em uma faixa de quatro a 10 salários mínimos, o que está atualmente entre R\$ 2.488,00 a R\$ 6.220,00 (vide Tabela 42). O segundo intervalo de renda mais frequentemente citado entre os pesquisados, com 28,6%, foi o de dois a quatro salários mínimos.

TABELA 42 – RENDA MÉDIA MENSAL (R\$) DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

Faixas de renda mensal (R\$)	2012		
	Nº	%	% Acumulado
Até 2 SM (até R\$ 1.244)	2	9,5	9,5
2 a 4 SM (R\$ 1.244 a R\$ 2.488)	6	28,6	38,1
4 a 10 SM (R\$ 2.488 a R\$ 6.220)	11	52,4	90,5
10 a 20 SM (R\$ 6.220 a R\$ 12.440)	2	9,5	100,0
Total	21	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.3.7 Experiência dos entrevistados com agricultura orgânica

O menor tempo de experiência observado entre os produtores-feirantes consultados foi de seis anos (Tabela 43). A maior parte dos entrevistados enquadrou-se nas faixas de seis a dez anos (33,3%) e 11 a 15 anos (38,1%). Entre o grupo de entrevistados, o tempo médio de experiência em agricultura orgânica foi de 13,5 anos.

TABELA 43 – TEMPO DE EXPERIÊNCIA DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS COM AGRICULTURA ORGÂNICA

Tempo de experiência em agricultura orgânica	2012	
	Nº	%
6-10 anos	7	33,3
11 a 15 anos	8	38,1
16 a 20 anos	3	14,3
Acima de 20 anos	3	14,3
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.3.8 Razões que motivaram os entrevistados a produzirem orgânicos

A Tabela 44 indica que dentre os motivos que levaram os feirantes entrevistados a produzirem orgânicos, saúde e preocupação ambiental foram as alternativas mais frequentemente selecionadas para a questão com 41,7% e 27,8% do total de respostas respectivamente. A preocupação individual relacionada à rentabilidade foi citada com uma frequência menor, estando em terceira posição com 16,7% do total de respostas.

TABELA 44 – MOTIVOS MENCIONADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS QUE OS LEVARAM A PRODUZIR ALIMENTOS ORGÂNICOS

Razões que levaram para a produção de alimentos orgânicos	2012		
	Nº	%	% Acumulado
Saúde	15	41,7	41,7
Preocupação ambiental	10	27,8	69,5
Rentabilidade	6	16,7	86,2
Outras	5	13,9	100,0
Total	36	100,0	-

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Nos trabalhos de Storch *et al.* (2004, p. 358) e Altmann e Oltramari (2004, p. 127), a saúde também configurou entre o principal motivo que incentivou os

agricultores a converter o seu processo produtivo de convencional para orgânico. Dentre algumas das razões classificadas na Tabela 44 como “outras” foram citadas: maior diversificação de produtos; produção que envolve a coletividade; já iniciou a carreira na produção orgânica.

4.3.9 Acesso dos entrevistados a cursos/treinamentos em agricultura orgânica

Conforme a Tabela 45, dos 21 produtores-feirantes entrevistados, somente quatro (19%) não tiveram acesso a cursos/treinamentos na área de agricultura orgânica. Dentre as instituições mencionadas, que de alguma forma contribuíram para a formação dos agricultores consultados, estiveram organizações públicas como a Universidade Federal do Paraná e a EMATER-PR; e privadas como a Associação para o Desenvolvimento da Agroecologia (AOPA), o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), a Rede ECOVIDA, entre outras.

TABELA 45 – ACESSO A CURSOS/TREINAMENTOS EM AGRICULTURA ORGÂNICA POR PARTE DOS ENTREVISTADOS

Participação em cursos/treinamentos	2012	
	Nº	%
Sim	17	81,0
Não	4	19,0
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Para Mazzoleni e Nogueira (2006, p. 291), o conhecimento aplicado e a capacitação técnica são elementos fundamentais que contribuem para o aumento do nível técnico do produtor, independente de sua escolaridade e de outras experiências profissionais.

4.3.10 Dificuldades enfrentadas pelos produtores-feirantes entrevistados

As dificuldades listadas pelos produtores-feirantes entrevistados foram: acesso à assistência técnica, falta de mão de obra, manejo de pragas e doenças, sobra de produto, transporte de produtos até a feira, acesso ao PRONAF complexo e exigente, obtenção de sementes e mudas, falta de conhecimento técnico por parte do produtor, falta de crédito diferenciado para agricultura orgânica, baixa fertilidade dos solos, obtenção de insumos, exigências legais maiores para com o produtor de

alimentos orgânicos em relação ao produtor convencional, falta de apoio governamental ao pequeno produtor, falta de capital de giro para investimentos, falta de irrigação, falta de subsídio ao pequeno produtor (compra de equipamentos), instabilidades climáticas, investimento muito alto para a produção de determinados produtos, complexidade da produção orgânica e sobrecarga de trabalho.

Oliveira *et al.* (2009, p. 15) constataram como gargalos da produção orgânica os seguintes aspectos: “alto custo da conversão (recuperação do solo); baixa produtividade inicial; elevado custo para obtenção da certificação; falta de linhas de créditos específicas; acesso à assistência técnica; compras de sementes selecionadas e comercialização dos produtos.” Entre os produtores orgânicos entrevistados no Rio Grande do Norte, Cuenca *et al.* (2007-b, p. 18) identificaram os seguintes entraves para a produção orgânica: falta de assistência técnica; falta de capital; falta de mão de obra especializada; falta de incentivo governamental e resistência a mudanças de hábitos.

4.3.11 Linhas de crédito

Conforme a Tabela 46, 61,9% dos entrevistados afirmaram acessar alguma linha de crédito, enquanto 33,3% alegaram trabalhar com recursos próprios somente. Entre os financiamentos mais frequentemente citados pelos agricultores pesquisados, estiveram as linhas de custeio e de investimento do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

TABELA 46 – ACESSO A LINHAS DE CRÉDITO PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

Acesso a linhas de crédito	2012	
	Nº	%
Sim	13	61,9
Não	7	33,3
Não opinou	1	4,8
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Alguns dos entrevistados declararam enfrentar problemas de acesso ao crédito principalmente em razão da burocracia envolvida no processo. Outros alegaram a falta de linhas de crédito diferenciadas para a produção orgânica. Os mesmos afirmaram que o processo de conversão da agricultura convencional para a

orgânica é caracterizado por um período de alto custo e reduzido retorno para o agricultor. O processo transitório pode levar anos até que a produção orgânica se torne viável. É neste contexto, que estes entrevistados destacam a necessidade de períodos de carência maiores principalmente durante a conversão do sistema produtivo.

4.3.12 Assistência técnica

Dos 21 produtores-feirantes pesquisados, 11 (52,4%) não recebem assistência técnica rural, enquanto que 10 (47,6%) revelaram ter acesso a este serviço (vide Tabela 47). No entanto, mesmo acessando, diversos agricultores pesquisados informaram que o trabalho de assistência ainda precisa ser aprimorado, principalmente na área de agricultura orgânica. Os serviços são prestados por organizações de natureza pública e/ou privada, sendo em determinados casos executados pelos próprios produtores mediante a troca de experiências no grupo de agricultores do qual fazem parte.

TABELA 47 – ACESSO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS A SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Acesso à assistência técnica	2012	
	Nº	%
Sim	10	47,6
Não	11	52,4
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Em um estudo realizado por Smolinski, Guerreiro e Raiher (2011, p. 174), com produtores orgânicos em Ponta Grossa (PR), os autores confirmaram que: “existem dificuldades com a assistência técnica, uma vez que a produção de orgânicos é complexa e exige conhecimentos, os quais muitas vezes são deficientes”.

4.4 ASPECTOS SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS NAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS

4.4.1 Tempo de comercialização nas feiras estudadas

Em entrevista com a SMAB, Vasconcellos (2012) afirmou que a rotatividade de permissionários nas feiras orgânicas de Curitiba é baixa. Isso pode ser verificado nos resultados apresentados na Tabela 48. Para 38,1% dos produtores-feirantes entrevistados, o tempo de comercialização na feira estudada varia de dois a cinco anos, enquanto que para 28,6% esse período está entre seis a dez anos. Para 19% dos pesquisados o tempo de comercialização nas feiras orgânicas supera os dez anos.

TABELA 48 – TEMPO DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, NAS FEIRAS ORGÂNICAS SELECIONADAS

Tempo de comercialização nas feiras orgânicas selecionadas	2012	
	Nº	%
Dois a cinco anos	8	38,1
Seis a dez anos	6	28,6
Acima de dez anos	4	19,0
Não respondeu	3	14,3
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.4.2 Meios de comercialização de alimentos orgânicos

Dentre os meios de comercialização que os produtores entrevistados afirmaram utilizar, destacaram-se entre as respostas a venda de alimentos orgânicos para programas institucionais como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), com 26,7% e 22,2% respectivamente (vide Tabela 49). Sete dos pesquisados declararam participar como permissionários de outra(s) feira(s) orgânica(s) além daquela na qual foram entrevistados. As feiras mais frequentemente citadas neste caso foram a da Praça do Japão, do Passeio Público e do Jardim Botânico. Dentre os meios de comercialização classificados como “outros” na Tabela 49, foram citados centros de abastecimento, supermercados, restaurantes, lojas e panificadoras.

TABELA 49 – MEIOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS UTILIZADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

Meios utilizados para a comercialização de alimentos orgânicos	2012	
	Nº	%
PNAE	12	26,7
PAA	10	22,2
Outras feiras orgânicas	7	15,6
Entrega em domicílio	4	8,9
Venda direta da propriedade	3	6,7
Somente a feira na qual foram entrevistados	2	4,4
Outros	7	15,6
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.4.3 Ponto de feira

Em relação ao ponto de feira dos produtores-feirantes entrevistados, pode-se dizer que a grande maioria apresentou ponto individual, sendo que somente dois dos 21 permissionários entrevistados, ou seja, 9,5% divide o local com um grupo de produtores de sua região (vide Tabela 50). Quanto ao número de indivíduos que auxiliam nas bancas, observou-se de uma a cinco pessoas atendendo por barraca. Essas são por sua vez da própria família de produtores ou do grupo de agricultores ao qual a banca pertence.

TABELA 50 – PROPRIEDADE DO PONTO DE FEIRA

Propriedade	2012	
	Nº	%
Individual	19	90,5
Coletiva	2	9,5
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Quando os 21 produtores-feirantes entrevistados foram questionados sobre quem assumirá o ponto de feira no futuro (vide Tabela 51), 47,6% afirmaram ainda não saber, enquanto os restantes 38,1% disseram que este será assumido por familiares ou por outros do grupo (14,3%).

TABELA 51 – PERSPECTIVAS DE QUEM ASSUMIRÁ O PONTO DE FEIRA NO FUTURO

Quem assumirá o ponto de feira no futuro	2012	
	Nº	%
Indefinido	10	47,6
Familiares	8	38,1
Outros do grupo	3	14,3
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

A falta de perspectiva referente ao responsável que deverá assumir o ponto de feira no futuro pode estar atrelada ao desinteresse apresentado atualmente por muitos jovens em permanecer no campo. Observa-se que há para os jovens uma carência de atrativos à vida no campo, não contribuindo, assim, para que muitos deem continuidade ao negócio familiar.

4.4.4 Meios que divulgaram aos entrevistados a possibilidade de comercialização na feira estudada

De acordo com os resultados da Tabela 52, observa-se que a mídia não foi citada pelos produtores-feirantes como um meio de divulgação da oportunidade de comercialização nas feiras orgânicas estudadas. Segundo os entrevistados, a divulgação da possibilidade de venda de seus produtos nas feiras orgânicas visitadas deu-se principalmente através de entidades governamentais (33,3% dos casos) e por intermédio de outros produtores orgânicos (28,6%).

TABELA 52 – MEIOS QUE DIVULGARAM AOS PRODUTORES-FEIRANTES A OPORTUNIDADE DE COMERCIALIZAR NA FEIRA ESTUDADA

Formas de conhecimento do ponto de feira	2012	
	Nº	%
Órgãos públicos	7	33,3
Outros produtores	6	28,6
Órgãos privados	1	4,8
Outro	7	33,3
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.4.5 Origem dos produtos comercializados

Pouco mais da metade dos produtores-feirantes pesquisados, 52,4%, alegaram comercializar, além da produção própria, também a de terceiros, enquanto

que 47,6% afirmaram vender somente os produtos próprios (vide Tabela 53). O aumento da diversidade foi o principal fator que motiva os feirantes a complementar o leque de produtos ofertados em suas bancas, com alimentos orgânicos provindos de outros agricultores. Dentre outras razões citadas estão: suprimento da demanda; atração de clientes; aumento da renda; apoio a produtores ainda não inseridos no mercado das feiras orgânicas; entre outros.

TABELA 53 – ORIGEM DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS

Origem dos produtos comercializados	2012	
	Nº	%
Própria	10	47,6
Mista	11	52,4
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

Grande parte dos produtos de terceiros, comercializados pelos produtores pesquisados nas feiras orgânicas visitadas, provém do Circuito Sul da Rede ECOVIDA de Agroecologia. O Circuito Sul de comercialização de produtos ecológicos é uma importante ação desempenhada por determinados núcleos que compõem a Rede ECOVIDA (CASSARINO, 2012, p. 42). MARFIL (2009), mencionado em (CASSARINO, 2012, p. 42), afirma que esta iniciativa visa incentivar a circulação de produtos entre os núcleos da Rede, atendendo assim agricultores familiares que integram a Rede, além de garantir a diversificação dos meios de comercialização já estruturados.

4.4.6 Valor de venda por dia de feira obtido pelos entrevistados

De acordo com a Tabela 54, que apresenta o valor de venda aproximado obtido pelos produtores-feirantes entrevistados por dia de feira, 47,6% fatura entre R\$ 500 e R\$ 1.000 por dia de feira. O número de feirantes que obtém até R\$ 500 ou acima de R\$ 1.000 foi de 19%, para ambos os casos, sendo que para o último o valor máximo observado foi de R\$ 3.000 por dia de feira.

TABELA 54 – VALOR DE VENDA (R\$) DOS PRODUTORES-FEIRANTES ENTREVISTADOS, POR DIA DE FEIRA

R\$/dia de feira	2012	
	Nº	%
Até R\$ 500	4	19,0
Entre R\$ 500 a R\$ 1.000	10	47,6
Acima de R\$ 1.000	4	19,0
Não respondeu	3	14,3
Total	21	100,0

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

De um modo geral, pode-se dizer que a procura pelos alimentos orgânicos aumentou nos últimos anos (dos 21 produtores entrevistados, todos afirmaram ter notado este aumento). Tal fato também já foi observado por outros autores, como Batista *et al.* (2010, p. 2), segundo o qual a procura por produtos agroecológicos têm apresentado crescimento considerável. Este aumento pode ser explicado devido à crescente conscientização da população quanto aos benefícios dos alimentos orgânicos, principalmente no que diz respeito à saúde.

4.5 ANÁLISE SWOT

O Quadro 2 apresenta os principais fatores SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) de influência direta ou indireta sobre a comercialização nas feiras orgânicas pesquisadas.

AMBIENTE INTERNO	
FORÇAS	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos certificados • Experiência do produtor com agricultura orgânica • Venda direta • Pagamento à vista • Função social da feira • Conhecimento por parte do produtor das demandas do frequentador • Valorização do pequeno produtor • Bom relacionamento de feirantes com frequentadores • Baixa rotatividade de permissionários
FRAQUEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Incerteza de pessoal para assumir o ponto de feira no futuro • Falta de mão de obra • Tempo gasto na logística de preparação da feira • Logística de transporte de produtos • Carência de produtos • Falta de capital de giro • Produção em pequena escala • Perda de produtos não vendidos
AMBIENTE EXTERNO	
AMEAÇAS	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de divulgação da feira orgânica • Preconceito em relação ao preço do alimento orgânico • Exigências dos serviços de inspeção e requisitos da legalidade higiênico-sanitária além das possibilidades de enquadramento do pequeno produtor • Instabilidade climática • Dificuldade de acesso a serviços de assistência técnica • Falta de produtores orgânicos para preenchimento de vagas em feiras orgânicas em Curitiba • Pesquisa científica pouco desenvolvida na área de agricultura orgânica • Aumento da demanda de alimentos orgânicos pelos programas institucionais • Falta de incentivo e apoio governamental durante o período de transição da agricultura convencional para a orgânica • Falta de infraestrutura e de instalações no local
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse do frequentador em conhecer as propriedades rurais • Aumento da procura por alimentos orgânicos • Apoio da SMAB à melhoria da infraestrutura das feiras orgânicas e desenvolvimento deste mercado • Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos (PPCPO) • Copa 2014 orgânica e sustentável • Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica • Preferência do frequentador por feiras orgânicas • Interesse dos frequentadores por alimentação mais saudável e por questões ambientais

QUADRO 2 – FATORES SWOT IDENTIFICADOS PARA AS FEIRAS ESTUDADAS

FONTE: DADOS DE PESQUISA (2012)

4.5.1 Forças

As forças destacadas neste estudo, para as feiras orgânicas visitadas, são brevemente detalhadas abaixo.

4.5.1.1 Produtos certificados

Para a comercialização de produtos nas feiras orgânicas de Curitiba, a certificação dos alimentos é uma exigência da Secretaria Municipal de Abastecimento da Prefeitura de Curitiba, que por sua vez ampara-se nos requisitos da legislação brasileira (VASCONCELLOS, 2012).

A certificação traz maior segurança ao consumidor (ZAMBERLAN, BÜTTENBENDER e SPAREMBERGER, 2006, p. 13) e consiste, para Araújo, Paiva, Filgueira (2007, p. 141), em uma garantia ao comprador de que o produto adquirido foi produzido através de um sistema que respeita o ambiente e o homem.

O sistema de monitoramento através da certificação confere um diferencial aos produtos, permitindo maior agregação de valor, credibilidade e reconhecimento (MEDAETS e FONSECA 2005, p. 17). Além disso, a certificação atua como um instrumento de inclusão social promovendo o desenvolvimento local a partir de um maior envolvimento da agricultura familiar na formação de cooperativas e consórcios entre produtores (CÉZAR, BATALHA e PIMENTA, 2008, p. 382).

4.5.1.2 Experiência do produtor com agricultura orgânica

Observou-se nas feiras estudadas, que os produtores-feirantes consultados apresentaram em média uma experiência superior a 10 anos na área de agricultura orgânica. O grande nível de experiência verificado entre os entrevistados reflete-se na qualidade dos produtos que estes trazem às feiras. A experiência adquirida pelo produtor ao longo de sua carreira transmite segurança e credibilidade ao consumidor de seus produtos.

4.5.1.3 Venda direta

Nas feiras orgânicas analisadas, os produtores orgânicos vendem sua produção diretamente ao frequentador, gerando benefício tanto para si como para

seus clientes. A venda direta elimina o atravessador do processo, permitindo com que o agricultor agregue valor ao produto comercializado. A ausência de comerciantes intermediários influencia no preço final do produto, já que este embute somente a margem de lucro do produtor e não a de terceiros, proporcionando assim um valor de venda final mais acessível ao consumidor. Neste contexto, a venda direta trabalha a favor de uma distribuição mais justa de renda entre agricultores familiares, valorizando o produtor de alimentos orgânicos, colaborando assim para o desenvolvimento da produção orgânica.

4.5.1.4 Pagamento à vista

A forma mais comum de pagamento observada nas feiras estudadas foi o pagamento à vista, aspecto que foi mencionado por muitos feirantes como uma grande vantagem. A força desta característica reside no fato de o pagamento imediato ser um atrativo para que outros produtores orgânicos venham a participar como permissionários das feiras orgânicas abordadas neste estudo, assim como de outras existentes em Curitiba. Além disso, o pagamento à vista contribui para a maior movimentação da economia local.

4.5.1.5 Função social da feira

A feira é um ponto de encontro entre pessoas, apresentando uma importante função social. Para o produtor, a feira atua como uma quebra de rotina, proporcionando sua saída temporária da propriedade colocando-o em contato com outras pessoas e com a realidade urbana.

Para o frequentador, a feira é uma interessante opção de socialização que vai além daquela existente em seu ambiente residencial e/ou de trabalho. Neste sentido, verificou-se que muitos frequentadores entrevistados fazem questão de ir até às feiras para adquirir os alimentos.

4.5.1.6 Conhecimento por parte do produtor das demandas do frequentador

A venda direta e a própria função social da feira também proporcionam o contato direto entre produtores-feirantes e consumidores, permitindo aos permissionários conhecer as demandas de seus clientes. Esse conhecimento

possibilita ao agricultor trabalhar no sentido de maximizar o atendimento dos desejos do frequentador, principalmente no tocante a produtos a serem ofertados. Ao ir ao encontro das demandas do consumidor, o produtor contribui para a manutenção e desenvolvimento de sua clientela, fator de influência direta sobre a comercialização de seus produtos nas feiras orgânicas estudadas.

4.5.1.7 Valorização do pequeno produtor de alimentos orgânicos

O contato direto entre produtor e consumidor verificado nas feiras orgânicas estudadas contribui igualmente para a valorização do agricultor orgânico. No supermercado o consumidor não tem o conhecimento sobre a origem do produto, permanecendo o produtor sempre nos “bastidores”, aspecto que não colabora para o reconhecimento de seu trabalho e produto.

4.5.1.8 Bom relacionamento de feirantes com frequentadores

Observou-se nas feiras visitadas que cada feirante possui uma clientela fiel, sendo esta adquirida através de uma relação de amizade construída ao longo do tempo entre feirantes e frequentadores. O bom relacionamento transmite segurança, confiança e bem-estar ao frequentador, refletindo positivamente na comercialização de alimentos orgânicos em ambientes como as feiras visitadas.

Laços de amizade e confiança são igualmente construídos entre os próprios permissionários, contribuindo para a troca de ideias e de experiências na área de produção e comercialização de alimentos orgânicos.

4.5.1.9 Baixa rotatividade de permissionários

A rotatividade de permissionários é extremamente baixa nas feiras orgânicas de Curitiba (VASCONCELLOS, 2012), indicando que, de uma forma geral, os permissionários estão satisfeitos com a venda de seus produtos nesses locais. A baixa rotatividade contribui para a formação de um vínculo entre feirantes e consumidores – o bom relacionamento descrito acima. A grande rotatividade de permissionários na feira não contribuiria para a formação deste vínculo, podendo desmotivar determinados frequentadores a continuar visitando a feira, caso o

feirante do qual costumavam comprar deixasse de comercializar os seus produtos no local.

4.5.2 Fraquezas

As principais fraquezas de influência sobre a comercialização de alimentos orgânicos nas feiras visitadas são brevemente descritas abaixo.

4.5.2.1 Incerteza relacionada a pessoal para assumir o ponto de feira no futuro

A presente pesquisa indicou que, em determinados casos, os produtores-feirantes entrevistados demonstraram incerteza com relação ao sucessor do seu ponto de feira. A falta de perspectiva de que o ponto seja futuramente administrado por um filho, por exemplo, pode ser resultado do desinteresse por parte de muitos jovens do campo em permanecer no ambiente rural e conseqüentemente dar continuidade ao negócio familiar; considerando que os centros urbanos ainda são vistos por muitos como melhores oportunidades de vida. A atração dos jovens para as cidades contribui para a carência de mão de obra no campo, uma dificuldade frequentemente mencionada entre os produtores consultados.

4.5.2.2 Falta de mão de obra

O problema inerente à falta de mão de obra sobrecarrega os produtores rurais. Na agricultura familiar o produtor está envolvido em todas as frentes que dizem respeito ao processo de produção. Ao se tratar de uma venda direta como a que ocorre nas feiras orgânicas, a responsabilidade do agricultor vai além da produção, sendo o seu envolvimento necessário também na etapa de comercialização. Caso o agricultor não tenha à sua disposição uma força de trabalho adequada ao trabalho exigido em sua propriedade, a produção pode vir a ser prejudicada, influenciando por sua vez a quantidade, diversidade e qualidade de produtos ofertados na feira.

4.5.2.3 Tempo gasto na logística de preparação da feira

A comercialização de mercadorias em feiras orgânicas demanda uma série de preparativos que exigem tempo e dedicação por parte do produtor-feirante. Entre

as atividades pertencentes à logística de preparação da feira estão: colheita, seleção e lavagem de produtos; reunião de produtos em maços ou embalagens; pesagem de mercadorias, encaixotamento de produtos, transporte das mercadorias à feira, montagem da banca, organização dos produtos na barraca, entre outros.

Durante os preparativos para a feira, assim como ao longo do próprio período de comercialização, os envolvidos não podem dedicar-se às atividades produtivas na propriedade. IPARDES (2007, p. 112) também concluiu o “pouco tempo disponível para a produção” como sendo uma restrição imposta pelas feiras orgânicas. Neste sentido, a participação de produtores em feiras orgânicas viabiliza-se somente para aqueles que dispõem de mão de obra suficiente.

4.5.2.4 Logística de transporte de produtos

O transporte de produtos até a feira é de responsabilidade única e exclusiva do feirante. Para alguns permissionários o gargalo maior na logística de transporte está relacionado à distância a ser percorrida do local da propriedade até a feira; enquanto que para outros o problema reside da falta de um meio de transporte adequado. Assim a condição de possuir ou ter acesso a um meio de transporte pode atuar como um fator limitante para a participação de produtores em feiras orgânicas de Curitiba.

4.5.2.5 Carência de produtos

Como já mencionado no presente estudo, faltam nas feiras amostradas determinados produtos, entre os quais podem ser citados: alimentos processados, carnes, peixes, ovos, temperos, café, entre outros. Observa-se, entretanto, que para a comercialização de produtos beneficiados, assim como qualquer alimento de origem animal, a legislação exige altos investimentos que dificilmente se justificam para o produtor principalmente em razão de sua pequena escala de produção. Assim o cumprimento da legislação sanitária constitui hoje um fator limitante para diversos pequenos produtores orgânicos, impedindo-os de trazer às feiras, mesmo que em pequenas quantidades, ovos, carne de frango, geleias, molhos, pães, produtos descascados, fatiados e embalados, entre outros.

4.5.2.6 Falta de capital de giro

A falta de capital de giro enfrentada por alguns produtores pode igualmente afetar, como descrito no tópico anterior, a oferta de determinados produtos nas feiras orgânicas. Para a comercialização de molhos, geleias e produtos minimamente processados, por exemplo, a SMAB exige que o produtor tenha uma cozinha industrial, o que exige um investimento que muitos agricultores não têm condições de fazer.

4.5.2.7 Produção em pequena escala

Com o intuito de atender primeiramente às necessidades familiares, a produção de uma pequena propriedade é diversificada, mas reduzida em função da área limitada. Este fator acaba inviabilizando para muitos produtores os investimentos exigidos pela SMAB e pela legislação sanitária para a produção de alimentos beneficiados ou de origem animal.

4.5.2.8 Perda de produtos não vendidos

A perda de produtos foi destacada por alguns produtores-feirantes entrevistados como um aspecto negativo da feira e ocorre em função de mercadorias perecíveis que não são vendidas durante o período de feira. Normalmente as sobras são decorrentes de quedas no movimento ocasionadas por dias de chuva, feriados ou férias escolares.

4.5.3 Ameaças

As principais ameaças identificadas para as feiras orgânicas visitadas são brevemente descritas abaixo.

4.5.3.1 Falta de divulgação da feira orgânica

Grande parte dos frequentadores entrevistados soube da feira na qual foram entrevistados por residirem próximo ao local onde esta ocorre. A minoria foi informada a respeito da feira por meios de comunicação como o jornal, televisão ou

via panfletos. A carência em divulgação das feiras orgânicas foi igualmente constatada por produtores-feirantes consultados.

Além das barracas confeccionadas em bambu e da certificação dos produtos, cujo selo nem sempre é visível ao consumidor, as feiras orgânicas estudadas não possuem um diferencial marcante em relação às feiras convencionais.

4.5.3.2 Preconceito em relação ao preço do alimento orgânico

De forma geral os alimentos produzidos a partir da agricultura convencional são mais competitivos que os da produção orgânica. Conforme Silva *et al.* (2008, p. 3), características como maior produtividade e escala de produção favorecem a competitividade de produtos oriundos de um sistema convencional de produção. Por outro lado, Nemes (2009, p. 24) afirma que os alimentos convencionais não incorporam em seu valor final de venda as externalidades negativas que a sua produção causa nas áreas social, ambiental e de saúde.

Contudo, para determinados produtos orgânicos o panorama indica ser diferente. Alguns alimentos orgânicos estão sendo comercializados nas feiras visitadas a preços inferiores aos praticados nos supermercados para os mesmos produtos de origem convencional. Entretanto, várias pessoas ainda associam os orgânicos a alimentos muito mais caros que os convencionais. Isso ocorre em razão dos altos preços cobrados nos supermercados pelos alimentos de origem orgânica.

4.5.3.3 Instabilidade climática

A instabilidade climática consiste atualmente em um grande problema para os produtores rurais e pode ser um dos primeiros sinais das mudanças climáticas. Dados do IPCC (Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas) preveem para toda a América do Sul a elevação de temperatura. Para a precipitação, as projeções indicam aumento em algumas regiões e redução em outras, podendo inclusive haver inversão em função da época do ano. Há também a previsão de maior frequência de fenômenos extremos que podem ser especialmente danosos para a agricultura (PELLEGRINO, ASSAD e MARIN, 2007, p. 140).

Segundo Pellegrino, Assad e Marin (2007, p. 140), diversos são os autores que têm desenvolvido estudos inerentes ao impacto das mudanças climáticas sobre a agricultura brasileira. Entre os resultados apresentados estão perdas econômicas anuais ocasionadas pelo aumento de 1°C na temperatura chegando a valores de 375 milhões de dólares para o café e 61 milhões de dólares para o milho.

4.5.3.4 Exigências dos serviços de inspeção e requisitos da legalidade higiênico-sanitária além das possibilidades de enquadramento do pequeno produtor

Produtos de origem animal somente podem ser comercializados se estes estiverem devidamente registrados nos serviços de inspeção federal, estadual ou municipal. A venda de produtos beneficiados ou minimamente processados é autorizada pela SMAB, desde que estes sejam produzidos em cozinhas industriais, cujo funcionamento esteja dentro dos padrões impostos pela legislação sanitária.

Raupp⁵ (2005), citado por Locatelli (2009, p. 26), afirma que uma grande dificuldade enfrentada por pequenos produtores na obtenção do registro no serviço de inspeção diz respeito à implantação das instalações para a confecção do produto. Conforme o autor, esses estabelecimentos são de tamanho padrão para todos os empreendimentos, independente do volume produzido. Assim as exigências relacionadas às qualidades sanitária e ambiental são normalmente difíceis de serem alcançadas pelo agricultor familiar.

A legislação sanitária não diferencia em seu rigor os pequenos empreendimentos daqueles de médio e de grande porte (LOCATELLI, 2009, p. seção 2.2). O autor afirma que apesar de uma agroindústria atender o mercado local e regional, esta é obrigada a enquadrar-se nas mesmas exigências sanitárias impostas às grandes indústrias.

A vigilância sanitária dos produtos é imprescindível, contudo, a forma como esta vem sendo aplicada ao pequeno produtor de alimentos orgânicos, restringe a sua participação com produtos de origem animal e processados no mercado. O estudo elaborado por IPARDES (2007, p. 112), também identificou as exigências sanitárias como um ponto que restringe, sobretudo, a presença de produtos de origem animal nas feiras orgânicas de Curitiba.

⁵ RAUPP, A.K. **Políticas públicas e agroindústria de pequeno porte da agricultura familiar: considerações de experiências do Rio Grande do Sul.** 205f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2005.

4.5.3.5 Dificuldade de acesso a serviços de assistência técnica

Para muitos produtores-feirantes a disponibilidade de assistência técnica na área de agricultura orgânica é uma grande dificuldade frente aos desafios que esta prática agrícola oferece. Segundo a pesquisa realizada pelo IPARDES (2007, p. 52), a agricultura orgânica exige “conhecimentos técnicos e agroecológicos, seja no planejamento, avaliação e organização da produção, seja na observação permanente das plantas, dos animais, das condições do solo e clima durante todo o processo produtivo”.

A presença de assistência técnica adequada é imprescindível, principalmente durante o período de conversão da agricultura convencional para a orgânica. Em razão das especificidades do sistema de produção orgânica, a dificuldade de acesso à assistência acaba sendo um dos fatores que contribuem para a desmotivação de agricultores a superar a fase de transição e adentrar efetivamente no mercado de produção e comercialização de alimentos orgânicos.

4.5.3.6 Falta de produtores orgânicos para preenchimento de vagas em feiras orgânicas em Curitiba

A Secretaria Municipal de Abastecimento de Curitiba tem enfrentado ultimamente dificuldades para encontrar produtores orgânicos interessados em se tornarem permissionários nas feiras orgânicas de Curitiba (VASCONCELLOS, 2012). Vasconcellos (2012) mencionou um caso onde de um total de oito vagas para uma feira orgânica foram preenchidas somente três. Essa situação representa uma grande ameaça para o contínuo desenvolvimento das feiras orgânicas em Curitiba, podendo futuramente comprometer esse meio de comercialização de alimentos orgânicos.

4.5.3.7 Aumento da demanda de alimentos orgânicos pelos programas institucionais

Como indicado nos resultados desta pesquisa, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) revelaram ser importantes meios de comercialização de alimentos orgânicos entre os produtores-feirantes entrevistados. Para os produtores orgânicos, estes programas

institucionais têm sido muito importantes, inserindo muitos agricultores no mercado institucional de comercialização de orgânicos. No entanto, para a Secretaria Municipal de Abastecimento da Prefeitura de Curitiba, o aumento na demanda de alimentos orgânicos por essas iniciativas pode ser uma das razões do atual desinteresse por parte de agricultores, em participar das feiras orgânicas de Curitiba (VASCONCELLOS, 2012).

A Figura 5 demonstra o aumento observado na comercialização de produtos orgânicos através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) de 2009 até 2011, tanto para o Paraná como para o Brasil. O Paraná é o estado que mais possui agricultores familiares beneficiados pelo PAA. Em 2011 o PAA desembolsou um total de R\$ 1,9 milhão na aquisição de alimentos orgânicos enquanto que para o Brasil como um todo este valor foi de aproximadamente R\$ 8,6 milhões (CONAB, 2012).

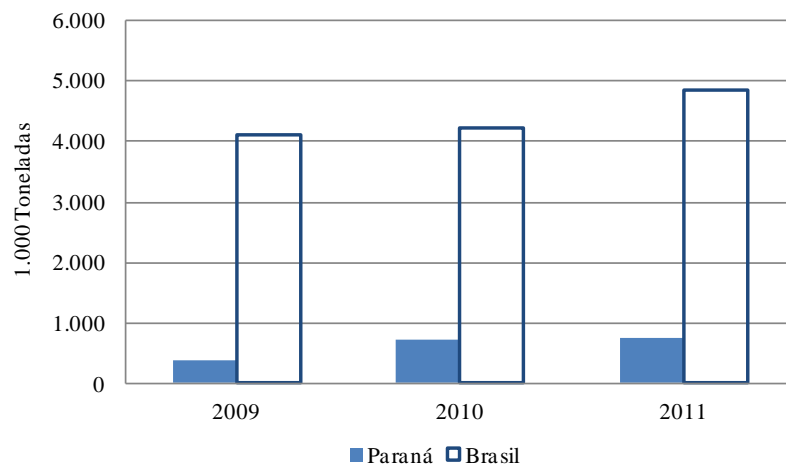


FIGURA 4 – EVOLUÇÃO DAS AQUISIÇÕES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS PELO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS -PAA

FONTE: CONAB (2012) ADAPTADO PELO AUTOR

4.5.3.8 Pesquisa científica pouco desenvolvida na área de agricultura orgânica

Diversos produtores-feirantes consultados declararam que a pesquisa na área de agricultura orgânica ainda é pouco desenvolvida. A carência de estudos relacionados à agricultura orgânica foi igualmente sinalizada pelo estudo do IPARDES (2007, p. 90), Nemes (2009, p. 24), entre outros.

Características como a complexidade do sistema de produção orgânico e a carência de conhecimento (SMOLINSKI, GUERREIRO e RAIHER, 2011, p. 174),

tornam a agricultura orgânica exigente em pesquisas e experimentação. A falta de geração de conhecimento inerente à área de produção orgânica representa uma séria ameaça ao fortalecimento da produção orgânica em todo o Brasil, não contribuindo também para o crescimento das feiras orgânicas em Curitiba e para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das já existentes.

4.5.3.9 Falta de incentivo e apoio governamental durante o período de transição da agricultura convencional para a orgânica

A falta de apoio e incentivo governamental principalmente durante a fase de transição de sistemas de produção convencionais para orgânicos consiste em uma importante ameaça para o desenvolvimento da agricultura orgânica, e conseqüentemente para meios de comercialização como as feiras orgânicas, por exemplo.

Flores, Abboud e Neto (2009, p. 153) afirmam que na primeira etapa da conversão do sistema convencional para o orgânico os lucros com produtos orgânicos podem representar receita neutra ou até mesmo negativa. O alto custo de recuperação do solo e a baixa produtividade inicial foram destacados por Oliveira *et al.* (2009, p. 15) como importantes gargalos da produção orgânica. Neste contexto, muitos produtores não são encorajados a iniciar a transição de seus sistemas produtivos, além de desmotivar diversos outros que já se encontram no processo de conversão.

Outro fator relacionado à situação aqui descrita, diz respeito à falta de linhas de crédito com carências diferenciadas para o produtor de alimentos orgânicos, especialmente quando este se encontrar no período de conversão. Segundo a Resolução nº 4.107/2012, o crédito para investimento em agroecologia (PRONAF Agroecologia) destina-se entre outras atividades, para sistemas orgânicos de produção, conforme normas estabelecidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (BRASIL, 2012).

O financiamento do PRONAF Agroecologia varia de R\$ 10.000,00 a R\$ 130.000,00, com taxas entre 1 a 2% ao ano. O prazo de reembolso corresponde a dez anos incluídos até três anos de carência com possibilidade de ampliação para cinco anos, caso o projeto técnico assim determinar (BNDES, 2012). Em 2011, o prazo de pagamento desta linha de crédito foi alterado, passando de oito para dez

anos (FETAEP, 2011). Entretanto, muitos dos produtores-feirantes alegaram que o crédito em questão ainda é pouco diferenciado em relação às linhas de custeio destinadas à agricultura convencional. Outra questão frequentemente mencionada inerente ao crédito foi a dificuldade de acesso em razão dos altos níveis de exigência e excesso de burocracia.

Outra medida de incentivo governamental é o Programa Agricultura de Baixo Carbono (ABC), criado em 2010 pelo governo federal, que fornece incentivos para os produtores rurais adotarem técnicas agrícolas sustentáveis, a fim de mitigar e reduzir a emissão dos gases de efeito estufa (MAPA, 2012). No entanto, apesar de o crédito ser uma maneira de incentivo, os juros são de 5% ao ano.

4.5.3.10 Falta de infraestrutura e de instalações no local

A falta de infraestrutura no local das feiras foi uma queixa recorrente tanto nas entrevistas realizadas com frequentadores, quanto com feirantes. Ambos os grupos reclamaram da falta de estacionamento, sendo que em muitas feiras estudadas, as opções são bastante limitadas e quando existem, as vagas normalmente estão integradas no Estacionamento Rotativo Regulamentado (EstaR) administrado pela Urbanização de Curitiba S.A. (URBS), estando seu uso sujeito ao pagamento de uma taxa de hora em hora. Tal situação acaba tornando-se inviável principalmente para os feirantes, desmotivando igualmente frequentadores que acessam as feiras com seus veículos.

Outra importante questão observada diz respeito à infraestrutura das bancas de feira. As barracas em bambu, *layout* definido entre a SMAB e produtores presentes no início do movimento das feiras orgânicas em Curitiba, revelou ser pouco prático, oferecendo mínima proteção principalmente contra as instabilidades climáticas, como fortes ventos, chuvas ou tempestades. Os feirantes devem seguir o padrão de *design* estabelecido e alegam não possuir flexibilidade para ajustes ou adaptações das bancas.

4.5.4 Oportunidades

As principais oportunidades identificadas para o fortalecimento das feiras orgânicas visitadas são brevemente descritas abaixo.

4.5.4.1 Interesse dos frequentadores por alimentação mais saudável e por questões ambientais

A busca por uma alimentação mais saudável é a principal razão que motiva os frequentadores entrevistados a adquirir produtos nas feiras orgânicas visitadas. Observou-se que em 2012 diversos consumidores consultados demonstraram interessar-se também pela questão ambiental.

Os interesses por uma alimentação mais saudável, assim como a preocupação para com o meio ambiente, são aspectos importantes que podem contribuir para um consumo ainda maior de alimentos orgânicos; já que nos termos da Lei 10.831/2003, o sistema orgânico de produção visa a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos e a proteção do meio ambiente (BRASIL, 2012).

4.5.4.2 Preferência do frequentador por feiras orgânicas

De forma geral, os frequentadores entrevistados demonstraram preferência pela aquisição de alimentos orgânicos em feiras orgânicas. Além da possibilidade de escolha dos alimentos pelo próprio comprador, a feira permite a socialização e o contato do frequentador com outros ambientes. Muitos alegaram que os produtos orgânicos comercializados em supermercados são mais caros, além de não existir o contato direto com o produtor, aspecto que transmite confiança e segurança ao consumidor no ato da compra dos alimentos.

4.5.4.3 Interesse do frequentador em conhecer as propriedades rurais

Mais de 85% dos frequentadores pesquisados demonstraram interesse em conhecer as propriedades de onde os alimentos orgânicos comercializados nas feiras são originados. Esta é uma possibilidade para que os consumidores sejam confrontados com a realidade do agricultor orgânico, passando a entender as dificuldades e desafios aos quais estes são diariamente expostos. Questões como sazonalidade, complexidade de produção, vantagens socioambientais da prática orgânica, certificação, beneficiamento, comercialização, a própria cultura do

agricultor, entre outros aspectos inerentes à vida no campo podem ser apresentadas aos frequentadores. Isto pode contribuir para uma mudança de atitude por parte de consumidores, promovendo a maior valorização do produto e da produção orgânica.

4.5.4.4 Aumento da Procura por Alimentos Orgânicos

O aumento da demanda por alimentos orgânicos consiste em uma grande oportunidade para o desenvolvimento da agricultura orgânica em Curitiba e Região Metropolitana e, conseqüentemente, para o fortalecimento das feiras orgânicas estudadas, além de outras já estabelecidas no Município. O crescimento nos últimos anos, pela procura de alimentos nas feiras estudadas, foi constatado por 100% dos feirantes-produtores consultados em 2012.

4.5.4.5 Apoio da secretaria municipal de abastecimento de Curitiba à melhoria da infraestrutura das feiras orgânicas e expansão deste mercado

Em entrevista com a Secretaria Municipal de Abastecimento de Curitiba (SMAB), verificou-se o interesse desta em contribuir para a melhoria da infraestrutura local das feiras já existentes e também em expandir esse mercado para bairros de renda mais baixa em Curitiba.

Existe um projeto da SMAB que visa à adequação dos espaços já existentes envolvendo a ampliação de calçadas, instalação de lixeiras, entre outros (VASCONCELLOS, 2012). A difusão do movimento de feiras orgânicas para bairros de renda mais baixa foi iniciada há dois anos, através de um projeto-piloto coordenado pela SMAB. O objetivo consiste em permitir o acesso a alimentos orgânicos também por parte das classes de renda mais baixa, e segundo a SMAB os resultados têm sido positivos, sendo a aceitação das feiras orgânicas em bairros mais periféricos do centro de Curitiba muito satisfatória.

Observou-se também que existe abertura por parte da SMAB para o diálogo com os feirantes. Por exemplo, em relação à inflexibilidade dos permissionários em alterar o *layout* da barraca, a SMAB enfatizou estar aberta para a discussão de novas sugestões.

4.5.4.6 Programa paranaense de certificação de produtos orgânicos (PPCPO)

Conforme a Lei nº 10.831/2003, para a comercialização, os alimentos orgânicos devem ser certificados. Conforme o Art. 3, § 1º, a certificação é opcional na seguinte situação: “No caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento.” (BRASIL, 2012).

Oliveira *et al.* (2009, p. 15) destacam o custo para obtenção da certificação como um dos entraves envolvidos na produção orgânica, impedindo a entrada de muitos agricultores na atividade orgânica. Neste contexto, o Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos (PPCPO) apresenta-se como uma importante oportunidade para os agricultores orgânicos.

Visando atender a necessidade de assistência técnica e extensão rural, para a certificação de produtos orgânicos e agroindústrias da agricultura familiar, o estado do Paraná, por meio da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI), em parceria com oito instituições de Ensino Superior mais o Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR), criou em 2009 o Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos (PPCPO) (VRIESMAN, *et al.* 2012, p. 141). O programa tem o objetivo de permitir o acesso gratuito por parte de agricultores familiares à certificação de sua propriedade, agregando assim valor aos alimentos orgânicos, contribuindo ainda para um incremento de qualidade de vida (ROCHA⁶ *et al.*, 2011; *apud* VRIESMAN, *et al.* 2012, p. 141). Parte das certificações concedidas atualmente pelo TECPAR na área de alimentos orgânicos está inserida neste Programa (GRAPIÚNA, 2012).

⁶ ROCHA, C.H.; WEIRICH NETO, P.H.; VRIESMAN, A.K.; MOURA, I.C.F., OKUYAMA, K.K. Certificação de produtos orgânicos na região centro sul do Paraná. **In:** Certificação pública de produtos orgânicos: a experiência paranaense. MICHELLON, E., ROSA, G.M., KAWAKAMI, J., BRANCO, K.B.Z.F., CARVALHO, T.M.M. Maringá: CLICHETEC, 2011.

4.5.4.7 Política nacional de agroecologia e produção orgânica

O Decreto nº 7.794/2012 instituiu a Política Nacional de Agroecologia e Produção Agrícola (PNAPO). Conforme o Art. 1, a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica tem o objetivo de “integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida da população, por meio do uso sustentável dos recursos naturais e da oferta e consumo de alimentos saudáveis.” (BRASIL, 2012).

A Política Nacional de Agroecologia e Produção Agrícola sinaliza uma oportunidade de maior apoio não somente a agricultores orgânicos e agroecológicos, mas também para aqueles que encontram-se em fase transitória da produção convencional para a orgânica. O maior apoio governamental ao agricultor orgânico reflete-se positivamente também no movimento de feiras orgânicas em Curitiba, contribuindo para o seu crescimento e desenvolvimento.

4.5.4.8 Copa 2014 orgânica e sustentável

A Campanha Copa Orgânica e Sustentável é uma iniciativa do Ministério de Desenvolvimento Agrário que pretende ampliar a produção e o consumo consciente dos produtos com o selo da agricultura familiar, da sociobiodiversidade, do comércio justo e solidário. A campanha visa a comercialização de alimentos, bebidas, cosméticos e artesanatos em restaurantes, supermercados, estádios e outros espaços comerciais localizados nas 12 cidades-sede da Copa do Mundo em 2014 (PORTAL BRASIL, 2012).

Esta é uma grande oportunidade para o fortalecimento da agricultura orgânica bem como a comercialização de seus produtos. Consiste ainda em uma importante forma de divulgação dos alimentos orgânicos brasileiros não somente internamente, mas também externamente, através dos diversos estrangeiros que virão ao Brasil para assistir aos jogos da Copa em 2014.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Com base nos dados coletados em 2008 e em 2012 em seis feiras orgânicas de Curitiba, conclui-se que o perfil das feiras e dos frequentadores entrevistados não sofreu fortes variações. As mulheres predominaram entre os frequentadores consultados, enquadrando-se a maior parte do público entrevistado na faixa etária de 41 a 70 anos. Em ambos os anos de análise, mais de 68% dos frequentadores pesquisados declararam ter ensino superior completo.

Grande parte dos entrevistados revelou frequentar semanalmente a feira há mais de um ano. Entre os entrevistados em 2008, uma quantidade maior de pessoas revelou adquirir seus produtos em mais de uma feira orgânica em relação ao grupo consultado em 2012. Isso pode ser reflexo do aumento do número de feiras orgânicas no município, assim como o crescimento das feiras mais antigas; contribuindo para um aumento da diversidade de produtos, reduzindo a necessidade do frequentador de complementar o leque de alimentos em outras feiras orgânicas.

A pesquisa indicou que as feiras orgânicas visitadas não possuem um forte trabalho de divulgação, sendo a proximidade destas ao local de residência do entrevistado o principal meio através do qual este tomou conhecimento da feira que frequenta. A preservação da saúde foi observada como a principal razão que motiva a aquisição de produtos nas feiras orgânicas.

Apesar de a variedade de produtos ofertados nas feiras visitadas ter sido considerada boa pelos entrevistados, muitos alegaram a carência de determinados alimentos, sobretudo de frutas e de carnes. Em relação à qualidade e aparência dos produtos, estas foram classificadas primordialmente como boas. O preço dos alimentos foi julgado pela maioria como mediano e considerado, em ambas as ocasiões, caro por mais de 40% dos entrevistados.

Tanto em 2008 como em 2012, mais de 55% dos pesquisados afirmou ser um dia de feira por semana suficiente para a aquisição dos alimentos orgânicos, enquanto que para mais de 78% o período matutino é o ideal para a ocorrência da feira. O grau de satisfação do entrevistado para com a feira variou entre satisfeito a muito satisfeito.

Entre os produtores entrevistados em 2012, que comercializam os seus produtos em ao menos uma das seis feiras orgânicas estudadas, predominou o sexo masculino, apresentando o grupo uma idade média de 42 anos. O nível de

escolaridade mais comumente mencionado foi o ensino médio, sendo constatado um tempo médio de experiência dos entrevistados com agricultura orgânica de aproximadamente 13 anos. Dentre as principais razões que os motivaram a profissionalizar-se nesta área estão a preocupação para com a própria saúde e a do ambiente.

Com exceção de um produtor-feirante, todos os demais pesquisados comercializam a sua produção há mais de um ano na feira orgânica, sendo hortaliças os principais produtos vendidos. Todos os alimentos comercializados são certificados, sendo a certificação da Rede ECOVIDA a mais difundida entre os pesquisados. A fim de aumentar a diversidade de produtos ofertados, a maioria comercializa, além da própria produção, também a de terceiros.

Questões como assistência técnica rural, falta de mão de obra, assim como a complexidade de acesso a selos dos serviços de inspeção e o alto nível de exigência imposto pela legislação sanitária, foram verificadas como importantes dificuldades enfrentadas pelos produtores-feirantes entrevistados e que possuem uma influência direta ou indireta sobre a comercialização de produtos nas feiras orgânicas.

A fim de fortalecer a agricultura orgânica em Curitiba e Região Metropolitana, assim como o movimento de feiras orgânicas no município são listadas, com base no estudo realizado, as seguintes recomendações:

- Ampliar a divulgação das feiras orgânicas e da importância do consumo de alimentos orgânicos através de:
 - Realização por parte da SMAB, de palestras de conscientização e de divulgação das feiras orgânicas de Curitiba, em escolas e universidades próximas às feiras.
 - Solicitação de apoio por parte da SMAB, a mídias como rádio e televisão para a veiculação de reportagens e matérias sobre as feiras orgânicas de Curitiba, assim como as propriedades orgânicas, práticas de produção utilizadas, entre outros assuntos relacionados.
 - Além do *layout* da barraca que é de bambu, a Secretaria Municipal de Abastecimento de Curitiba deve trabalhar, juntamente com os feirantes em uma caracterização e diferenciação mais marcante das feiras

orgânicas, de modo que estas possam ser reconhecidas por qualquer indivíduo.

- Os produtores-feirantes devem se organizar para ocasionalmente apresentar palestras durante o período de feira envolvendo assuntos como: agricultura orgânica, desafios e experiências enfrentados pelos agricultores, benefícios da agricultura orgânica, certificação de produtos, entre outros. Dependendo do assunto a ser tratado, as palestras informativas podem envolver profissionais das áreas médica e nutricional, por exemplo.
- A SMAB deve tornar as feiras mais atrativas culturalmente. Isto pode ser feito através de parcerias com as Secretarias de Cultura e da Educação, além de outras instituições públicas e privadas, utilizando as estruturas de propriedade da Prefeitura, como palcos, por exemplo, para a apresentação de bandas locais, grupos de teatro, danças, entre outras atrações. No próprio meio rural existem pessoas muito talentosas podendo ocorrer parcerias também neste sentido.
- Registro e reunião de receitas elaboradas pelos feirantes a partir dos alimentos produzidos, para a posterior publicação de um livro de receitas da agricultura familiar orgânica. As receitas de todos os produtores-feirantes que quiserem colaborar serão reunidas em um livro que deverá ser elaborado e publicado com o apoio da Prefeitura de Curitiba. Posteriormente o livro poderia ser revendido em feiras e restaurantes orgânicos, livrarias entre outros.
- O governo deve subsidiar a aquisição de meios de transporte adequados para os produtores-feirantes, além de investir na infraestrutura de estradas a fim de facilitar a logística de transporte das mercadorias até as feiras orgânicas.
- O governo deve ampliar as possibilidades de acesso dos agricultores familiares aos selos de inspeção federal/estadual/municipal, através de:
 - Revisão e adequação das exigências legais às condições e à realidade do pequeno produtor rural.
 - Estabelecimento de serviço de assessoria e apoio a pequenos produtores nas etapas que envolvem a obtenção destes selos.

- O governo deve avaliar as possibilidades de adequar normas de exigência da legislação sanitária requeridas ao pequeno produtor rural, visto que na época da realização da pesquisa uma agroindústria familiar estava sujeita aos mesmos requisitos impostos a uma indústria de grande porte. Por isto, são requeridas políticas de incentivo às agroindústrias familiares em grupo para viabilizar o atendimento aos requisitos legais.
- Produtores orgânicos devem formar associações ou pequenas cooperativas para mitigar problemas inerentes à falta de escala de produção e de carência de capital de giro.
- Devem ser implementados programas que possam evitar a perda de produtos não vendidos nas feiras por meio de:
 - Planejamento do produtor, levando à feira quantidades menores de produtos *in natura*.
 - Implantação, por parte da Prefeitura Municipal de Curitiba, de um sistema de coleta e reciclagem das sobras. Os produtos *in natura* não comercializados são, mediante o consentimento do feirante, recolhidos por um caminhão da Prefeitura e levados até uma central de reciclagem, uma espécie de “CEASA Orgânico”. Neste local os alimentos são classificados em alimentos *in natura* ainda passíveis de consumo e alimentos *in natura* a serem processados. Os alimentos *in natura* que ainda podem ser consumidos no curto prazo devem ser encaminhados a escolas, creches, asilos, restaurantes populares, entre outros locais. Os alimentos de processamento imediato devem ser processados na própria central, sendo posteriormente embalados e distribuídos em abrigos, asilos, creches, escolas e outros estabelecimentos públicos.
- Melhoria dos serviços de assistência técnica na área de agricultura orgânica através de:
 - Ampliação dos recursos financeiros a serem repassados pelo governo federal à EMATER-PR, para que esta tenha condições de alocar e treinar uma quantidade suficiente de técnicos para o serviço de assistência técnica rural no Paraná.

- Parceria da EMATER-PR com instituições governamentais federais e estaduais, assim como outras organizações privadas para a capacitação de sua equipe de extensionistas para a área de agricultura orgânica.
- Necessidade da ampliação das pesquisas na agricultura orgânica através de:
 - Estabelecimento de política de incentivo à pesquisa e estudos na área de agricultura orgânica com recursos e apoios adequados que permitam a alocação de recursos técnicos, materiais e financeiros para o desenvolvimento dos trabalhos. O programa deve ser coordenado em nível estadual e envolver instituições como a Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI), o Instituto Agrônomo do Paraná (IAPAR), o Centro Paranaense de Referência em Agroecologia (CPRA), a Secretaria da Agricultura e Abastecimento (SEAB), a EMATER, universidades e instituições de pesquisa, agricultores familiares orgânicos, organizações não governamentais e outras instituições privadas. O programa deve contar também com o devido apoio em nível federal dos centros de pesquisa da EMBRAPA e outras agências de fomento.
 - Através da SMAB, os produtores-feirantes devem fazer parcerias com instituições privadas e universidades, para que suas principais dificuldades inerentes ao manejo na agricultura orgânica possam ser alvos de projetos de pesquisa e consequente produção de conhecimento.
 - Desenvolver pesquisas nas áreas: geração de tecnologias de produção, pragas e doenças, formas de adaptação da agricultura orgânica às mudanças climáticas, comercialização, entre outras.
 - Garantia de que o conhecimento gerado seja transmitido à equipe de extensionistas da EMATER-PR para que esta possa transmiti-lo ao produtor rural.
- Apoio a produtores em fase de transição da agricultura convencional para a orgânica através de:
 - Fornecimento de uma “bolsa-transição” durante os dois ou três primeiros anos do processo de conversão, para que o agricultor possa

cobrir os altos custos e as pequenas receitas, aspectos característicos deste período. O processo deverá ser acompanhado por um extensionista rural que será igualmente responsável em verificar se a bolsa auxílio recebida está sendo investida para os devidos fins, ou seja, para o processo de conversão.

- Criação de linhas de crédito específicas para este período com prazos de desembolso adequados para a realidade de um produtor em fase de transição.
- Parcerias da SMAB com a EMATER-PR, e outras instituições públicas e privadas afins, para a elaboração de projetos de treinamento nas áreas de produção, beneficiamento e comercialização para os produtores-feirantes e outros agricultores orgânicos.
- Mitigação da falta de mão de obra no campo através de:
 - Adequação do ensino à realidade rural e valorização da vida do jovem no campo. As escolas devem ofertar aulas nas áreas de planejamento e gestão da propriedade, produção orgânica, beneficiamento de produtos, comercialização entre outros assuntos específicos à realidade do pequeno agricultor orgânico. Para tal, o ensino em sala de aula deve ser relacionado a atividades práticas como trabalhos em hortas e cultivos orgânicos, beneficiamento de produtos em mini-agroindústria de propriedade da escola, entre outras possibilidades. Para o desenvolvimento dessas atividades, a Secretaria de Educação deve estabelecer convênios com universidades e parcerias com instituições privadas, a fim de viabilizar a implementação e manutenção de uma agroindústria no terreno escolar, por exemplo.
 - Tornar a vida no campo atrativa para as crianças, jovens e adultos do meio rural, através do estabelecimento de centros culturais. Nestes, a população rural deve ter acesso a livros, internet, aulas de teatro, dança, trabalhos manuais e outros cursos para que os agricultores possam profissionalizar ainda mais as atividades realizadas em suas propriedades.

- Subsídios governamentais para jovens que desejam profissionalizar-se na área de agricultura orgânica através de cursos em outras localidades.
- Produtores-feirantes devem fortalecer, em parceria com a ACOPA e SMAB, o programa de visitas às propriedades orgânicas. Esta consiste em uma forma de maior aproximação do consumidor ao alimento orgânico e divulgação da atividade de agricultura orgânica.
- Inserção de propriedades orgânicas de uma determinada região em um circuito de turismo rural; como ocorre com o Caminho do Vinho em São José dos Pinhais (PR), o Caminho Trentino em Piraquara (PR), o Circuito Italiano em Colombo (PR), entre outros exemplos.
- Articulação por parte dos feirantes junto à SMAB para:
 - A mudança de *layout* das atuais bancas de bambu que compõem as feiras orgânicas, procurando a criação de um modelo de barraca mais prático para ser montado e desmontado e que ofereça melhores condições de abrigo tanto aos vendedores quanto aos alimentos.
 - A solicitação de melhorias da infraestrutura local das feiras, já que há previsão de um projeto da SMAB para este fim.
- Articulação de produtores orgânicos de Curitiba e Região Metropolitana assim como dos feirantes de alimentos orgânicos, para que os seus produtos possam ser igualmente comercializados e divulgados através da Campanha Copa Orgânica e Sustentável de 2014.

REFERÊNCIAS

- ABDUCH, F., AFONSO, A.B., PEREIRA, M.C., RODRIGUES, K.L., BOTELHO, F.T. Perfil de consumidores de produtos orgânicos em feiras agroecológicas na cidade de Pelotas-RS. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA – III MOSTRA CIENTÍFICA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS, 20, 2011, Pelotas. **Anais...** Pelotas, 2011. p.1-4.
- ACOPA-a. Feiras de orgânicos. Disponível em: <<http://www.acopa.tk/>>. Acesso em: 10/11/2012.
- ACOPA-b. Relatório das Atividades - 2011. Disponível em: <http://www.acopa.tk/>. Acesso em: 10/11/2012.
- ALTMANN, R. & OLTRAMARI, A.C. **A agricultura orgânica na região da Grande Florianópolis; indicadores de desenvolvimento**. Florianópolis: Instituto Cepa, 2004. 181p. Relatório Técnico.
- ARAÚJO, D.F.S., PAIVA, M.S.D., FILGUEIRA, J.M. Orgânicos: expansão de mercado e certificação. **Holos**, v.3, n.23, p.138-149, 2007.
- ARCHANJO, L.R., BRITO, K.F. De, SAUERBECK, S. Alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Cadernos de Debate**, v.8, p.1-6, 2001.
- BATISTA, R.P., SANTOS, M.D.G., JIMENES, H.J., CAMPELLO, F.B.B. Consumidores agroecológicos: força para o crescimento das feiras agroecológicas e da agricultura familiar. In: JORNADA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO, 10, 2010, Recife, 2010. **Anais...** Recife, 2010. p.1-3.
- BNDES. Pronaf agroecologia. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Programas_e_Fundos/pronaf_agroecologia.html>. Acesso em: 02/10/2012.
- BONI, V. & QUARESMA, S.J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina**, v.2, n.1, p.68-80, 2005.
- BOUE, S.M., CLEVELAND, T.E., CARTER-WIENTJES, C., SHIH, B.Y., BHATNAGAR, D., MCLACHLAN, J.M., BUROW, M.E.B. Phytoalexin-enriched functional foods. **J. Agric. Food Chem**, v.57, p.2614-2622, 2009.
- BRASIL. Decreto n. 5.741, de 30 de março de 2006. **Diário Oficial [da] da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, p.82, 31 abr. 2006. Seção 1.
- BRASIL. Decreto n. 7.794, de 20 de agosto de 2012. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. **Diário Oficial [da] da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, p.4, 21 ago. 2012. Seção 1.
- BRASIL. Lei n. 7.889 de 23 de novembro de 1989. Inspeção sanitária e industrial dos produtos de origem animal, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, n.7889, 24 nov. 1989.

BRASIL. Lei n. 10.831 de 23 de Dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica. **Diário Oficial [da] da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, p.8, 24 dez. 2003.

BRASIL. **Resolução n. 4.107 de 28 de Junho de 2012**. Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/normativ/RESOLUCAO4107.pdf>>. Acesso em: 22/09/2012.

BROWN, E., DURBY, S., HOLDSWORTH, M. Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France. **Appetite**, v.53, p.183–188, 2009.

CASSARINO, P.J. **A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da rede ecovida de agroecologia**. 478f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

CÉZAR, A.S., BATALHA, M.O., PIMENTA, M.L. A certificação orgânica como fator estratégico na governança das transações no mercado de alimentos. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v.10, n.3, p. 376-386, 2008.

COMEC. Região metropolitana de Curitiba. Disponível em: <<http://www.comec.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=123>>. Acesso em: 26/07/2012.

CONAB. Evolução das aquisições de produtos orgânicos do PAA, de 2009 a 2011. Disponível em: <http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/12_04_04_17_07_42_organic_os_2009_x_2010_x_2011.pdf>. Acesso em: 02/10/2012.

CRUZ, M. **Comportamento e perfil do consumidor de alimentos biológicos em Portugal**. 83f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Alimentar) – Instituto Superior de Agronomia, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011.

CUENCA, M.A.G., MOREIRA, M.A.B., NUNES, M.U.C., MATA, S.S. da, GUEDES, C.G.M., BARRETO, M. de, F.P., LOPES, V.R.M., PAZ, F. das, C.Á., SILVA, J.R. da, TORRES, J.F. **Perfil do consumidor e do consumo de produtos orgânicos no Rio Grande do Norte**. Aracajú: EMBRAPA TABULEIROS COSTEIROS, 2007-a, 17p. Relatório Técnico.

CUENCA, M.A.G., MOREIRA, M.A.B., NUNES, M.U.C., MATA, S.S. da, GUEDES, C.G.M., BARRETO, M. de, F.P., LOPES, V.R.M., PAZ, F. das, C.Á., SILVA, J.R. da, TORRES, J.F. **Caracterização das bases de produção orgânica no Rio Grande do Norte**. Aracajú: EMBRAPA TABULEIROS COSTEIROS, 2007-b, 21p. Relatório Técnico.

DAMASCENO, M.P., MAYORGA, M.I. de, O., MAYORGA, R.D., KHAN, A.S., SOUSA, E.P. de. Importância da rotulagem ambiental como instrumento de auxílio ao processo de desenvolvimento sustentável na cidade de Fortaleza no estado do Ceará. **Encontro de Economia do Ceará em Debate**, Fortaleza, v.6, p.1-20, 2012.

DIAMANTOPOULOU, P., VOUDOURIS, K. Optimization of water resources management using SWOT analysis: the case of Zakynthos Island, Ionian Sea, Greece. **Environ. Geol.**, v.54, p.197–211, 2008.

DORQUETTO, E.G., CURTO, M.M.G., REZENDE, A.M.B. Perfil de consumidores e a representação social sobre alimentos orgânicos, em feiras livres dos municípios de Vila Velha e Vitória, ES. E-Campo, Pesquisas e Publicações, 2009. Disponível em: <http://www.e-campo.com.br/Conteudo/Pesquisas/VisPesquisas.aspx?ch_top=1>. Acesso em: 21/07/2012.

FAOSTAT. Agricultural area organic, total. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/site/377/DesktopDefault.aspx?PageID=377#ancor>>. Acesso em: 10/11/2012.

FETAEP. PRONAF cartilha de orientação. Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Paraná. Disponível em: <http://www.fetaep.org.br/Agricola/cartilha_pronaf_2011-2012.pdf>. Acesso em: 02/10/2012.

FLORES, J.C.O., ABOUD, A.C.S., NETO, C.C. Características sociais dos produtores orgânicos da ABIO no estado do Rio de Janeiro. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, Vitória da Conquista, n. 7, p.141-158, 2009.

FOLHA DE BOA VISTA (RR). Conselho Nutricional de Nutricionistas Brito cobra selo artesanal para produtores. Disponível em: <<http://cfn.org.br/eficiente/sites/cfn/pt-br/site.php?secao=nutricaoamidia&pub=1071>>. Acesso em: 21/09/2012.

GODOY, I.W., ANJOS, S.F. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Rev. Bras. Agroecologia**, v.2, n.1, p.364-368, 2007.

GOMES, C.A. A galinha dos ovos de ouro. Disponível em: <<http://atitudesustentavel.uol.com.br/blog/2010/05/27/a-galinha-dos-ovos-de-ouro-organicos/>>. Acesso em: 27/09/2012.

GRANDI, C., TRIFONI, P.; D'AGOSTINI, G. Sustainable, organic school meals in Italy. In: PRINCE MAHIDOL AWARD CONFERENCE ON MAINSTREAMING HEALTH INTO PUBLIC POLICIES, 2009, Bangkok. **Anais...** Bangkok, 2009. p. 1-7.

GRAPIÚNA, Danilo. TECPAR e a certificação de orgânicos. Curitiba, 13 set. 2012. Comunicação verbal.

GÜL, H. SWOT analysis of technical education and evaluation of its effectiveness. **World Applied Sciences Journal**, v.4, n.1, p. 45-50, 2008.

HADENFELD, S.T. **Agronomia e desenvolvimento rural sustentável; uma intervenção participativa para a reinserção de famílias na agricultura em Santa Rosa de Lima – SC**. 93f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Agronomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

HAMERSCHMIDT, I. Tabela Iniberto. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <ankemanu@yahoo.com.br> em: 12/11/2012.

IBGE-a. Censo Agropecuário (2006). Tabela 853. Número de estabelecimentos agropecuários por uso de agricultura orgânica, tempo em que o produtor dirige o estabelecimento, grupos de atividade econômica e grupos de área total. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?c=853&z=t&o=3>>. Acesso em: 23/09/2012.

IBGE-b. Censo Agropecuário (2006). Tabela 2776. Número de estabelecimentos agropecuários, com agricultura familiar e não familiar, por uso de agricultura orgânica, condição do produtor em relação às terras, associação à cooperativa ou entidade de classe, orientação técnica recebida e nível de instrução da pessoa que dirige o estabelecimento - (MDA). Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?c=2781&z=t&o=3&i=P>>. Acesso em: 10/11/2012.

IBGE. Censo Demográfico (2010). Disponível em: <<http://www.ibge.com.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 26/07/2012.

IBGE. Produto Interno Bruto dos Municípios (2009). Disponível em: <<http://www.ibge.com.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 26/07/2012.

IDDA, L., MADAU, F.A., PULINA, P. The motivational profile of organic food consumers: a survey of specialized stores customers in Italy. In: CONGRESS OF THE EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS, 12, 2008, Sassari, Italy. **Anais...** Sassari, 2008. p.1-10.

IPARDES. **O mercado de orgânicos no Paraná caracterização e tendências.** Curitiba: IPARDES, 2007. 252p. Relatório Técnico.

IPARDES. Perfil da região metropolitana de Curitiba - 2009. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/perfil_regioes/MontaPerfilRegiao.php?Municipio=921&btOk=ok>. Acesso em: 27/07/2012.

ISPN. Agricultura familiar e sociobiodiversidade. Disponível em: <<http://www.ispn.org.br/arquivos/Anexo-3-Documento-base.pdf>>. Acesso em: 22/09/2012.

KASSEBOEHMER, A.L. **Restrições e impactos da legislação ambiental aplicada no município de Guaraqueçaba – Paraná.** 144f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

KEMONI, H.N.; NGULUBE, P. Records and archives legislation in Kenya and management of public sector records: a SWOT analysis approach. **Afr. J. Lib & Inf. Sc.**, v.17, n.2, p.91-106, 2007.

KIRCHNER, R. S. **Panorama da produção e do consumo de orgânicos: a “feira verde” de Curitiba, Paraná.** 138f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Universidade Federal Tecnológica do Paraná, Curitiba, 2006.

LOCATELLI, D.R.S. **Avaliação da qualidade da feira de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó – Centro 1 por parte dos consumidores.** 102f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

MAPA. Programa ABC – Agricultura Baixo Carbono. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/abc/>>. Acesso em: 03/10/2012.

MAPA-a. Sistema brasileiro de inspeção (SISBI) – produtos de origem animal. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/arg_editor/file/camaras_setoriais/Leite_e_derivados/26RO/App_SISBI.pdf>. Acesso em: 11/11/2012.

MAPA-b. Instruções para procedimentos operacionais do serviço de inspeção federal (padronização de critérios). Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/arg_editor/file/camaras_setoriais/Leite_e_derivados/26RO/App_SISBI.pdf>. Acesso em: 11/11/2012.

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

MEDAETS, J.P., FONSECA, M.F.A.C. **Produção orgânica: regulamentação nacional e internacional**. Brasília: PCT/MDA/IICA, 2005. p.104. Relatório Técnico.

NEMES, N. **Comparative analysis of organic and non-organic farming systems: a critical assessment of farm profitability**. Roma: FAO, 2009. p.39. Relatório Técnico.

NOGUEIRA, R.B., ROSADO, P.L., GOMES, A.S. Determinantes da demanda de hortaliças orgânicas em Ilhéus. **Conj. & Planej.**, Salvador, n.162, p. 66-71, 2009.

OLIVEIRA, A.F.S., KHAN, A.S., PINHEIRO, P.V., LIMA, S., SILVA, L.M.R. A sustentabilidade da agricultura orgânica familiar dos produtores associados à APOI (associação dos produtores orgânicos da Ibiapaba-CE). In: XLVI CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 2009, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2009. p.17.

PELLEGRINO, G.P., ASSAD, E.D., MARIN, F.R. Mudanças Climáticas Globais e a Agricultura no Brasil. **Revista Multiciência**, Campinas, n. 8, p.139-162, 2007.

PORTAL BRASIL. Campanha Copa Orgânica e Sustentável. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/12/9/campanha-copa-organica-e-sustentavel-sera-lancada-em-2012>>. Acesso em: 24/09/2012.

PREFEITURA DE CURITIBA. Perfil de Curitiba. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/perfil-da-cidade-de-curitiba/174>>. Acesso em: 26/07/2012.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. Certificação Participativa. Disponível em: <<http://www.ecovida.org.br/category/a-rede/certificacao/>>. Acesso em: 23/09/2012.

RIBEIRO, G.M. Mel: adoçando a economia potiguar. Disponível em: <<http://www.diadecampo.com.br/zpublisher/materias/Materia.asp?id=25164&secao=Colunas%20e%20Artigos>>. Acesso em: 15/11/2012.

SEAB. **Documento-Base para o Programa Paraná Agroecológico**. Curitiba: SECRETARIA DE ESTADO DA AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO (SEAB), 2011. p. 68. Relatório Técnico.

SILVA, A.M.N., ALBUQUERQUE, J.L., SANTOS FILHO, D., NASCIMENTO, R.P.L., SILVA, E.S. Uma análise do perfil dos consumidores de produtos orgânicos em Pernambuco: o caso da feira agro-ecológica Chico Mendes – Recife-PE. In: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46, 2008, Rio Branco. **Anais...** Rio Branco, 2008.

SILVA, D.A. O perfil do consumidor da feira de transição agroecológica do bairro Valentina Figueiredo, na cidade de João Pessoa – PB. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 107, p.124-128, 2010.

SMAB. Feiras Orgânicas. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/feiras-feiras-organicas-secretaria-municipal-do-abastecimento/265>>. Acesso em: 16/08/2012.

SMOLINSKI, R., GUERREIRO, E., RAIHER, A.P. Análise do mercado de produtos orgânicos: estudo de caso de feira em Ponta Grossa, PR. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n.23, p.167-182, 2011.

SOMAINI, J. & HAZLETON, A. information security management programs: assessment analysis — lessons learned and best practices revealed. **Privacy & Data Security Law Journal**, p.981-989, 2008.

STORCH, G., AZEVEDO, R., SILVA, F.F., BRIZOLA, R.M.O., VAZ, D.S., BEZERRA A.J.A. Caracterização de um grupo de produtores agroecológicos do sul do Rio Grande do Sul. **R. bras. Agrociência**, v.10, n.3, p.357-362, 2004.

SUH, J., EMTAGE, N.F. Identification of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the community-based forest management program. **Annals of Tropical Research**, v.27, n.1, p.55-66, 2005.

VASCONCELLOS, N. A SMAB e as feiras orgânicas em Curitiba. Curitiba, 10 set. 2012. Comunicação verbal.

VRIESMAN, A.K., OKUYAMA, K.K., ROCHA, C.H., WEIRICH NETO, P.H. Assistência técnica e extensão rural para a certificação de produtos orgânicos da agricultura familiar. **Revista Conexão UEPG**, v.8, n.1, p.138-149, 2012.

ZAMBERLAN, L., BÜTTENBENDER, P.L., SPAREMBERGER, A. O comportamento do consumidor de produtos orgânicos e seus impactos nas estratégias de marketing. In: ENCONTRO ANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador, 2006. p.1-15.

ANEXO I

1 - Questionário aplicado a frequentadores em 2008

Feira:	<input type="checkbox"/> Campina <input type="checkbox"/> Expedicionário <input type="checkbox"/> Cabral <input type="checkbox"/> P. Japão <input type="checkbox"/> Ucrânia <input type="checkbox"/> Passeio	Data:
Sexo:	<input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino	
Idade:	_____	
Escolaridade:	<input type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Superior	
Ocupação:	_____ _____	
Tempo que frequenta esta feira:	<input type="checkbox"/> Menos de 1 ano <input type="checkbox"/> 1 ano <input type="checkbox"/> Acima de 1 ano (Quantos: _____)	
Frequenta outras feiras orgânicas:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Quais: _____)	
Preferência por feira orgânica:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Por quê? _____)	
Necessidade de mais dias de feira/semana:	<input type="checkbox"/> Sim (Quantos: _____) <input type="checkbox"/> Não	
Período ideal de feira:	<input type="checkbox"/> Manhã <input type="checkbox"/> Tarde <input type="checkbox"/> Noite	
Como soube desta feira:	<input type="checkbox"/> Mídia <input type="checkbox"/> Terceiros <input type="checkbox"/> Outras feiras <input type="checkbox"/> Mora perto <input type="checkbox"/> Trabalha perto <input type="checkbox"/> Passagem pelo local <input type="checkbox"/> Outro: _____	
Motivos de compra nesta feira:	<input type="checkbox"/> Saúde <input type="checkbox"/> Questões ambientais <input type="checkbox"/> Mora perto <input type="checkbox"/> Trabalha perto <input type="checkbox"/> Outro: _____	
Variedade de produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Quantidade de produtos ofertados:	<input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Suficiente	
Qualidade dos produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Aparência dos produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Preço dos produtos:	<input type="checkbox"/> Baixo <input type="checkbox"/> Mediano <input type="checkbox"/> Caro <input type="checkbox"/> Muito caro	
Sugestões para esta feira:	_____ _____ _____	
Grau de satisfação do frequentador:	<input type="checkbox"/> Insatisfeito <input type="checkbox"/> Muito satisfeito <input type="checkbox"/> Satisfeito	

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR (2008).

2 - Questionário aplicado a frequentadores em 2012

Feira:	<input type="checkbox"/> Campina <input type="checkbox"/> Expedicionário <input type="checkbox"/> Cabral <input type="checkbox"/> P. Japão <input type="checkbox"/> Ucrânia <input type="checkbox"/> Passeio	Data:
Sexo:	<input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino	
Idade:	_____	
Escolaridade:	<input type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Superior	
Ocupação:	_____	
Renda mensal (1SM=R\$622,00):	<input type="checkbox"/> Até 2 SM (até R\$ 1.244) <input type="checkbox"/> 2 a 4 SM (R\$ 1.244 a R\$ 2.488) <input type="checkbox"/> 4 a 10 SM (2.488 a R\$ 6.220) <input type="checkbox"/> 10 a 20 SM (6.220 a R\$ 12.440) <input type="checkbox"/> Acima de 20 SM (12.440 ou mais) <input type="checkbox"/> Preferiu não opinar	
Tempo que frequenta esta feira:	<input type="checkbox"/> Menos de 1 ano <input type="checkbox"/> 1 ano <input type="checkbox"/> Acima de 1 ano (Quantos:_____)	
Frequência com que compra nesta feira:	<input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensalmente <input type="checkbox"/> Ocasionalmente	
Frequenta outras feiras orgânicas:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Quais:_____)	
Necessidade de mais dias de feira/semana:	<input type="checkbox"/> Sim (Quantos:_____) <input type="checkbox"/> Não	
Período ideal de feira:	<input type="checkbox"/> Manhã <input type="checkbox"/> Tarde <input type="checkbox"/> Noite	
Como soube desta feira:	<input type="checkbox"/> Mídia <input type="checkbox"/> Terceiros <input type="checkbox"/> Outras feiras <input type="checkbox"/> Mora perto <input type="checkbox"/> Trabalha perto <input type="checkbox"/> Passagem pelo local <input type="checkbox"/> Outro: _____	
Definição de produto orgânico:	_____ _____ _____	
Grau de interesse pela questão ambiental:	<input type="checkbox"/> Muito interessado <input type="checkbox"/> Medianamente interessado <input type="checkbox"/> Pouco interessado <input type="checkbox"/> Não interessado	
Motivos de compra nesta feira:	<input type="checkbox"/> Saúde <input type="checkbox"/> Questões ambientais <input type="checkbox"/> Mora perto <input type="checkbox"/> Trabalha perto <input type="checkbox"/> Outro: _____	
Variedade de produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Produtos que faltam:	<input type="checkbox"/> Frutas <input type="checkbox"/> Legumes <input type="checkbox"/> Carnes <input type="checkbox"/> Ovos <input type="checkbox"/> Laticínios (queijos, iogurtes) <input type="checkbox"/> Cereais <input type="checkbox"/> Outros: _____	
Quantidade de produtos ofertados:	<input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Suficiente	
Qualidade dos produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Aparência dos produtos:	<input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ótima <input type="checkbox"/> Excelente	
Durabilidade dos produtos:	<input type="checkbox"/> Alimentos orgânicos são mais duráveis que os convencionais <input type="checkbox"/> Alimentos orgânicos são menos duráveis que os convencionais <input type="checkbox"/> Não observou diferença	
Certificação dos produtos:	<input type="checkbox"/> Necessária <input type="checkbox"/> Desnecessária <input type="checkbox"/> Indiferente	

Preço dos produtos:	<input type="checkbox"/> Baixo <input type="checkbox"/> Mediano <input type="checkbox"/> Caro <input type="checkbox"/> Muito caro
Valor médio gasto/feira:	R\$ _____
Pontos positivos da feira:	_____ _____ _____
Pontos negativos da feira:	_____ _____ _____
Infraestrutura de acesso (estacionamento):	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Ruim
Relação com o feirante:	<input type="checkbox"/> Amizade <input type="checkbox"/> Estritamente profissional <input type="checkbox"/> Indiferente
Interesse em conhecer as propriedades onde os produtos são produzidos:	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Meio de comercialização de alimentos orgânicos que prefere:	<input type="checkbox"/> Feiras orgânicas <input type="checkbox"/> Supermercados <input type="checkbox"/> Entrega em domicílio (Contato direto com o produtor/internet)
Sugestões para esta feira:	_____ _____ _____
Grau de satisfação do frequentador:	<input type="checkbox"/> Insatisfeito <input type="checkbox"/> Muito satisfeito <input type="checkbox"/> Satisfeito

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR (2012).

3 - Questionário aplicado a produtores-feirantes

Feira:	<input type="checkbox"/> Campina <input type="checkbox"/> Expedicionário <input type="checkbox"/> Cabral <input type="checkbox"/> P. Japão <input type="checkbox"/> Ucrânia <input type="checkbox"/> Passeio	Data:
Sexo:	<input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino	
Idade:	_____	
Escolaridade:	<input type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Superior	
Local da propriedade:	_____	
Mão de obra	<input type="checkbox"/> Familiar (Nº: _____) <input type="checkbox"/> Mista (Nº contratados: _____ e Nº familiares: _____)	
Renda mensal (1SM=R\$622,00):	<input type="checkbox"/> Até 2 SM (até R\$ 1.244) <input type="checkbox"/> 2 a 4 SM (R\$ 1.244 a R\$ 2.488) <input type="checkbox"/> 4 a 10 SM (2.488 a R\$ 6.220) <input type="checkbox"/> 10 a 20 SM (6.220 a R\$ 12.440) <input type="checkbox"/> Acima de 20 SM (12.440 ou mais) <input type="checkbox"/> Preferiu não opinar	
Outros meios de comercialização:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> PAA <input type="checkbox"/> PNAE <input type="checkbox"/> Venda direta na propriedade <input type="checkbox"/> Entrega em domicílio <input type="checkbox"/> Outros: _____	
Outras feiras orgânicas:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Quais: _____)	
Motivo que o levou a produzir orgânicos:	<input type="checkbox"/> Saúde <input type="checkbox"/> Preocupação com o ambiente <input type="checkbox"/> Rentabilidade <input type="checkbox"/> Outro : _____	
Experiência com agricultura orgânica:	<input type="checkbox"/> Menos de 1 ano <input type="checkbox"/> 1 ano <input type="checkbox"/> Acima de 1 ano (Quantos: _____)	
Realizou treinamentos / cursos em agricultura orgânica:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Instituições ofertantes: _____)	
Tem acesso a linhas de crédito:	<input type="checkbox"/> Não (Motivo: _____) <input type="checkbox"/> Sim (Quais: _____)	
Assistência técnica recebida em agricultura orgânica:	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim (Instituições que fornecem assistência: _____)	
Dificuldades enfrentadas pelo produtor de alimentos orgânicos:	_____ _____ _____	
Tempo que comercializa na feira:	<input type="checkbox"/> Menos de 1 ano <input type="checkbox"/> 1 ano <input type="checkbox"/> Acima de 1 ano (Quantos: _____)	
Produtos comercializados na feira:	<input type="checkbox"/> Frutas <input type="checkbox"/> Legumes <input type="checkbox"/> Verduras <input type="checkbox"/> Carnes <input type="checkbox"/> Ovos <input type="checkbox"/> Laticínios (queijos, iogurtes) <input type="checkbox"/> Cereais <input type="checkbox"/> Outros (Quais: _____)	
Produtos que deixa de vender por falta de autorização da	Produtos: _____ Motivos: _____	

SMAB:	
Origem da produção comercializada:	<input type="checkbox"/> Própria <input type="checkbox"/> Mista (Produtos de terceiros: _____)
Produção comercializada de terceiros:	Razões: _____ Origem: _____
Tipo de certificação:	<input type="checkbox"/> Rede ECOVIDA <input type="checkbox"/> TECPAR <input type="checkbox"/> Ambas
Renda média por dia de feira: R\$	_____
Ponto de feira:	<input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/> Coletivo
Conhecimento sobre a oportunidade de comercializar nesta feira:	<input type="checkbox"/> Mídia <input type="checkbox"/> Outros produtores <input type="checkbox"/> Órgãos públicos (Quais: _____) <input type="checkbox"/> Órgãos privado (Quais: _____) <input type="checkbox"/> Outro: _____
Comercialização nas feiras orgânicas de Curitiba:	Vantagens: _____ _____ _____ Desvantagens: _____ _____ _____
Nº de familiares que atuam na comercialização nesta feira:	_____
Quem assumirá o ponto de feira no futuro:	<input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Outros do grupo
Procura por alimentos orgânicos (2008-agora):	<input type="checkbox"/> Aumentou <input type="checkbox"/> Diminuiu <input type="checkbox"/> Permaneceu estável
Sugestões para a melhoria da feira:	_____ _____ _____
Outras observações:	_____ _____

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR (2012).

3 - Questionário aplicado a um representante do TECPAR

1. Como funciona o processo de certificação?
2. É possível a certificação em grupo ou somente para produtores individuais? Se sim, ela apresenta pontos de semelhança com a certificação participativa da Rede ECOVIDA? Quais seriam esses pontos em comum e as diferenças?
3. Quais são as vantagens e desvantagens dessa certificação em relação à certificação participativa da Rede ECOVIDA?
4. Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelo produtor para obter a certificação de orgânicos do TECPAR?
5. A perda do selo é comum? Quais são os principais motivos?
6. Quanto custaria em média o processo de certificação para um pequeno produtor? Os produtores certificados pagam uma anuidade?
7. A procura pela certificação do TECPAR é grande?
8. Quanto tempo demora o processo de certificação?
9. Durante quanto tempo o produtor fica certificado?
10. Como funciona o PPCPO?

4 - Questionário aplicado a um representante da SMAB

1. Quantas feiras orgânicas há hoje?
2. Como funciona o processo de seleção de permissionários para as feiras orgânicas de Curitiba?
3. Como é este processo de licitação? Como era antes? Era mais fácil?
4. Qual é o tempo compreendido desde a inscrição do candidato até a sua aprovação?
5. Quais são os critérios adotados pela SMAB para a escolha dos permissionários? A certificação dos produtos é um deles?
6. Os critérios adotados são os mesmos para todos os pontos de feira?
7. A procura por vagas de permissionários é mais alta que o total de vagas ofertado para as feiras orgânicas de Curitiba?
8. Qual procura é maior? A por pontos em feiras de produtos convencionais ou feiras orgânicas?

9. Quais são os pré-requisitos necessários para que um local possa se tornar um ponto de feira orgânica?
10. Com base em que fatores/critérios que a SMAB determina a quantidade de pontos de feira em Curitiba e RMC?
11. A Secretaria tem projetos para a implementação de pontos de feira em outros bairros da cidade e também na Região Metropolitana de Curitiba?
12. Quais são os trâmites para a abertura de um novo ponto de feira?
13. Quando um novo local é definido. Como é feita a divulgação do novo ponto aos interessados neste canal de comercialização?
14. A SMAB oferece algum treinamento ao produtor-feirante recém selecionado?
15. Durante quanto tempo o feirante tem a permissão para comercializar os seus produtos na feira?
16. Quais são as exigências que o permissionário deve cumprir durante o período para o qual recebeu a concessão de venda na feira?
17. Qual é a contrapartida do permissionário? Ele paga alguma mensalidade/anuidade à Secretaria?
18. Quais produtos não podem ser vendidos em feiras orgânicas?
19. Como funciona o controle de qualidade dos produtos?
20. Como se dá o processo organizativo interno de cada feira? Existe um conselho ou outro tipo de organização formal/informal entre os integrantes, com algum regimento interno definindo suas regras de funcionamento?
21. Os permissionários tem algum poder de decisão sobre questões inerentes à feira na qual trabalham?
22. Existe uma possibilidade de inclusão de novos permissionários nos pontos de feira já estabelecidos ou este número é limitado e fixo?
23. Quais são as principais dificuldades que os permissionários enfrentam normalmente?
24. Existe uma grande rotatividade de permissionários nas feiras orgânicas?
25. Qual é a influência de associações como a AOPA no canal de comercialização de feiras orgânicas em Curitiba?