

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGROECOLOGIA**  
**MESTRADO PROFISSIONAL**

**FERNANDA BIBIANO CORREIA**

**DIFERENCIAIS DE PREÇOS ENTRE HORTALIÇAS ORGÂNICAS E  
CONVENCIONAIS EM EQUIPAMENTOS VAREJISTAS DE MARINGÁ**

Maringá-PR

2025

**FERNANDA BIBIANO CORREIA**

**DIFERENCIAIS DE PREÇOS ENTRE HORTALIÇAS ORGÂNICAS E  
CONVENCIONAIS EM EQUIPAMENTOS VAREJISTAS DE MARINGÁ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agroecologia, Mestrado Profissional, do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agroecologia.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Florindo Alves

Maringá-PR

2025

## Ficha Catalográfica


# FOLHA DE APROVAÇÃO

FERNANDA BIBIANO CORREIA

## DIFERENCIAIS DE PREÇOS ENTRE HORTALIÇAS ORGÂNICAS E CONVENCIONAIS EM EQUIPAMENTOS VAREJISTAS DE MARINGÁ


Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agroecologia - Mestrado Profissional – PROFAGROEC, do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Estadual de Maringá, como parte das exigências, para obtenção do título de Mestre em Agroecologia.

APROVADA em 16 de julho de 2025.

Documento assinado digitalmente  
 FERNANDO TERUHIKO HATA  
Data: 18/11/2025 09:40:23-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>


---

Prof. Dr. Prof. Dr. Bruno Reinoso Hybner  
(UNESPAR)

 Documento assinado digitalmente  
BRUNO REINOSO HYBNER  
Data: 18/11/2025 05:23:02-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

---

Prof. Dr. Fernando Teruhiko Hata  
(UEM)

Documento assinado digitalmente  
 ALEXANDRE FLORINDO ALVES  
Data: 17/11/2025 20:50:38-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

---

Prof. Dr. Alexandre Florindo Alves  
Orientador

Dedico este trabalho a todas as pessoas que me fortaleceram e colaboraram no decorrer da trajetória do Mestrado em Agroecologia, a Deus, meu marido e familiares que me incentivaram e me compreenderam neste momento muito especial.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus, ao meu esposo, aos meus pais e familiares que sempre fortaleceram minha caminhada com orações e me apoiaram em todos os momentos.

À Universidade Estadual de Maringá (UEM), pela oportunidade de me tornar mestre em Agroecologia em uma instituição pública, gratuita de ensino superior de qualidade. Meus agradecimentos também à Superintendência Geral de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI). À PROFAGROEC, a UEM e a SETI, pelo apoio concedido.

Agradeço em especial ao meu orientador, professor Dr. Alexandre Florindo Alves, pela orientação, paciência e dedicação.

Por fim, meu agradecimento a todos que contribuíram, direta ou indiretamente, para o desenvolvimento deste trabalho.

## RESUMO

A crescente preocupação com o meio ambiente, saúde e qualidade de vida tem impulsionado a demanda por produtos sustentáveis. No entanto, alguns fatores ainda limitam a expansão desse mercado. A precificação de produtos orgânicos no Brasil é influenciada por diversos fatores, como custo de produção, logística e distribuição, demanda do consumidor, canais de venda, certificação impostos. Diante disso, o estudo teve como objetivo analisar os diferenciais de preços de produtos orgânicos e convencionais, comercializados em feiras e supermercados na cidade de Maringá, durante os meses de abril e maio de 2025. Foram selecionados 8 produtos da categoria de hortaliças para a comparação de preços, que são encontrados com frequência em ambos os tipos de estabelecimentos (feiras e supermercados). Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva e apresentados em tabelas. Os resultados indicam que, na Feira do Produtor, a variação de preços é mais influenciada pelo tipo de produto do que pelo método de produção. A logística simplificada e a venda direta do produtor ao consumidor contribuem para preços mais competitivos. Itens como cebolinha e tomate orgânicos foram, em alguns casos, mais baratos que os convencionais. Já nos supermercados, os produtos orgânicos foram consistentemente mais caros que os convencionais. Essa diferença é atribuída aos maiores custos operacionais das grandes redes varejistas, como aquisição junto aos atacadistas, logística, marketing e manutenção, que são repassados ao consumidor.

**Palavras-chave:** Preços de orgânico; Preço de convencional; Diferenciais de preço.

## **ABSTRACT**

Growing concern for the environment, health, and quality of life has driven demand for sustainable products. However, some factors still limit the expansion of this market. The pricing of organic products in Brazil is influenced by several factors, such as production costs, logistics and distribution, consumer demand, sales channels, certification taxes. Therefore, the study aimed to analyze the price differentials between organic and conventional products sold at markets and supermarkets in the city of Maringá during the months of April and May 2025. Eight products from the vegetable category were selected for price comparison, which are frequently found in both types of establishments (markets and supermarkets). The data were analyzed using descriptive statistics and presented in tables. The results indicate that, at the Farmers' Market, price variations are more influenced by the type of product than by the production method. Simplified logistics and direct sales from the producer to the consumer contribute to more competitive prices. Items like organic chives and tomatoes were, in some cases, cheaper than conventional ones. In supermarkets, organic products were consistently more expensive than conventional ones. This difference is attributed to the higher operational costs of large retail chains, such as purchasing from wholesalers, logistics, marketing, and maintenance, which are passed on to the consumer.

**Keywords:** Organic prices; Conventional prices; Price differentials.

## **SIGLAS E ABREVIações**

CNPO - Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos

CODEPLAN - Companhia de Planejamento do Distrito Federal

DERAL - Departamento de Economia Rural

IDR – Instituto de Desenvolvimento Rural

IBD - Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural

IFOAM - International Federation of the Organic Agriculture Movement

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MAPA - Ministério da Agricultura e Pecuária

SEAB - Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 1** – Comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais na Feira do Produtor de Maringá .....  
23

**Tabela 2** – Comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais em supermercados de Maringá .....  
25

**Tabela 3** – Comparação de preços de produtos orgânicos na Feira do Produtor e em supermercados de Maringá .....  
26

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>
.....	12
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b>	.....15
2.1 O mercado de orgânicos e os diferenciais de preços	.....15
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>
.....	20
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	.....
22	
4.1 Comparações entre preços de produtos orgânicos e convencionais na feira	.....22
4.2 Comparações entre preços de produtos orgânicos e convencionais nos supermercados	..... 24
4.3 Comparação de preços de produtos orgânicos entre feiras e supermercados	..... 25
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	.....
28	
<b>REFERÊNCIAS</b>	..... 30

## 1 INTRODUÇÃO

A história da agricultura orgânica marcou seu início em 1972, com a criação da IFOAM – Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (International Federation of the Organic Agriculture Movement), na França. O objetivo era formar um movimento e estabelecer padrões e regras para a produção orgânica. As primeiras normas foram publicadas em 1978 (Lima et al., 2020a).

A agricultura orgânica surgiu no Brasil no final da década de 1970, e sua atividade de cultivo começou a ganhar impulso após a criação do Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD), em 10 de junho de 1982. Com 3.911 produtores rurais certificados, o Paraná liderou a produção de orgânicos no Brasil em 2023. Os dados são do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), conforme divulgado pelo (Centro de Inteligência em Orgânicos, 2025).

A aprovação da lei de agricultura orgânica no Brasil (LEI 10.831/2003, Art. 1º), bem como a legislação e a institucionalização de políticas públicas decorrentes dessa estrutura legal, projetaram o país internacionalmente como um dos que mais avançou na produção e comercialização orgânica (Sambuichi et al., 2017; Schmitt et al., 2017).

A produção orgânica se destaca por seus benefícios sociais, ambientais e econômicos, impulsionada pelo crescente interesse da população por uma dieta mais saudável e por alimentos provenientes de sistemas de produção mais sustentáveis, como os métodos orgânicos (Mooz e Silva, 2014).

O mercado de orgânicos no Brasil tem apresentado um crescimento significativo. Em 2020, o setor movimentou R\$ 5,8 bilhões, um aumento de 30% em comparação a 2019 (Organis, 2021). As estimativas da entidade indicam que, em 2024, esse valor chegou a R\$ 7 bilhões. O mercado de alimentos orgânicos demonstra um crescimento contínuo, e as projeções para o ano de 2025 são otimistas.

O número de consumidores de produtos orgânicos também cresceu, com um aumento de 16% em 2023 em comparação com 2021 (Gouveia, 2024). Esse crescimento reflete a crescente preocupação dos consumidores com a saúde e a valorização de um modo de produção que respeita a saúde humana, a sustentabilidade ambiental e o bem-estar animal. Além da qualidade, esses produtos

representam uma opção para consumidores que frequentam tanto supermercados quanto feiras especializadas. Contudo, a qualidade e o custo dos orgânicos, podem variar em comparação com os produtos convencionais encontrados nesses mesmos pontos de vendas.

Pesquisas sobre agricultura orgânica frequentemente comparam os preços de produtos orgânicos e convencionais. Por exemplo, um estudo de 2021 pelo DERAL (Departamento de Economia Rural) e a SEAB (Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento) mostram que produtos orgânicos vendidos em feiras no Paraná podem ser até 30% mais caro do que os convencionais (Organis, 2022).

Apesar do crescimento do mercado de produtos orgânicos, a demanda e a diferença de preço em comparação com os convencionais ainda são fatores que podem influenciar a decisão de compra dos consumidores. Os locais de venda também influenciam significativamente os preços. Em feiras, por exemplo, a venda direta ao consumidor pode reduzir custos e impactar diretamente os preços praticados, já nos supermercados, os custos tendem a ser maiores devido a necessidades; como armazenamento e refrigeração para prolongar a vida útil dos produtos nas prateleiras.

O preço de um produto no mercado é influenciado por diversos fatores, incluindo a lei da oferta e demanda. De acordo com essa lei, quanto maior a demanda e menor a oferta, mais alto tende a ser o preço. Outro fator relevante é a escala de produção; quanto maior a escala, menor o custo unitário. Como a produção orgânica geralmente ocorre em menor escala, seu custo unitário tende a ser maior. Assim, a diferença de preço entre produtos orgânicos e convencionais é resultado da combinação de custos de produção, certificação, locais de venda e a dinâmica do mercado (Organis, 2020).

A disparidade de preços pode ser atribuída aos custos mais altos da agricultura orgânica, que se deve à necessidade de insumos específicos, práticas de manejo mais complexas e ao processo de certificação que garante a autenticidade do produto. Todos esses fatores impactam os custos, refletindo-se no preço final para o consumidor.

A busca por saúde é o principal motivador para o consumo de alimentos orgânicos no Brasil. No entanto, o preço elevado desses produtos, quando comparado aos convencionais, é um fator determinante na demanda, influenciando a decisão de compra dos consumidores (Sampaio et al., 2014).

Considerando a variedade de locais onde se faz aquisição de produtos orgânicos e convencionais, como em feiras e supermercados, é crucial analisar como as diferenças de preço se manifestam entre esses pontos de venda. Uma pesquisa comparativa dos preços de produtos orgânicos e convencionais em feiras e em redes de supermercados selecionadas, pode fornecer informações valiosas sobre as variações de custo e auxiliar o consumidor na tomada de decisão. Assim, a presente pesquisa parte da seguinte problemática: Quais são as diferenças de preço entre produtos orgânicos e convencionais na Feira do Produtor e equipamentos varejistas?

A literatura aponta para a expectativa de preços superiores para os orgânicos, impulsionada pelo seu valor percebido (De Toni et al., 2018). As pesquisas indicam que essa precificação pode variar significativamente dependendo do ponto de venda. Por exemplo, produtos orgânicos tendem a ser mais caros em supermercados do que em feiras (Santos, 2014).

O objetivo deste trabalho é estudar as diferenças de preço entre produtos orgânicos e convencionais em feiras e supermercados da cidade de Maringá. Especificamente o estudo pretende identificar feiras e supermercados que comercializam os mesmos produtos, tanto orgânicos quanto convencionais. Levantar os preços dos produtos selecionados, analisar as diferenças de preço entre os produtos e entre os equipamentos varejistas.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 O mercado de orgânicos e os diferenciais de preços**

O produto orgânico tanto de origem animal quanto vegetal, são aqueles obtidos sem a utilização de produtos químicos ou de hormônio sintético que possa favorecer o seu crescimento de forma não natural (Codeplan, 2015). A produção orgânica deve seguir rigorosamente os processos e princípios agroecológicos, promovendo o uso responsável do solo, da água, do ar e meio ambiente. No Brasil, a produção e a comercialização de produtos orgânicos são regulamentadas pela Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, e pelo Decreto nº 6.323/2007, além de normas complementares.

O interesse pelo consumo de produtos orgânicos é evidente. No entanto, o custo elevado, a falta de informação e a limitada variedade desses produtos no mercado constituem barreiras significativas à expansão de suas vendas, conforme apontam Vasquez, Barros e Da Silva (2008). Apesar desses desafios, os produtos orgânicos dispõem de uma variedade de canais de comercialização, desde as tradicionais feiras livres e cooperativas até as modernas redes de supermercados e lojas virtuais. De acordo com Darolt (2018), essa diversidade de pontos de venda reflete a crescente demanda por alimentos saudáveis e sustentáveis.

Os fatores que impulsionam a compra de alimentos orgânicos, revelam um consumidor consciente, preocupado com a sua saúde e com o meio ambiente (Lima et al. 2020b). Mais do que uma simples decisão no ato da compra, essa escolha demonstra a adoção de um estilo de vida que valoriza o bem-estar e a sustentabilidade (Sarda e Singh, 2020).

Os principais fatores motivacionais que influenciam a decisão de compra, especialmente aqueles que garantem a procedência e a qualidade dos produtos, incluem a preocupação com a saúde, a qualidade de vida, o valor nutritivo e o sabor. A preocupação com a saúde é um dos maiores impulsionadores da compra de orgânicos, pois a ausência de agrotóxicos e outros produtos químicos é vista como um benefício para a saúde a longo prazo (Ferreira e Coelho, 2020).

A produção orgânica tem sido vista como sustentável, apresentando menor impacto no meio ambiente, o que torna atrativa para consumidores preocupados com a preservação do planeta (Farias et al., 2019). Para esses consumidores, a

presença de selos de certificação orgânica e a confiança na marca, que garantem a procedência e a qualidade dos produtos, são fatores que influenciam a decisão de compra. Adicionalmente, a crescente disponibilidade de orgânicos em diversos pontos de venda e a percepção de sua maior durabilidade também contribuem para essa decisão (Curvelo et al., 2019).

O volume de vendas de produtos orgânicos no varejo saltou de € 15 bilhões em 2000 para € 92,1 bilhões em 2017. Isso representa um aumento de 500% em 17 anos, com um crescimento médio anual superior a 11%. Os Estados Unidos representam mais de 43% do mercado global de orgânicos, com vendas de € 40,0 bilhões. Em 2017, os alimentos orgânicos representaram 5,5% das vendas totais de produtos alimentícios no país. A categoria de maior destaque é a de frutas e vegetais, que registrou US\$ 16,5 bilhões em vendas, o que corresponde a 14,1% de todas as vendas de frutas e vegetais nos Estados Unidos (Haumann, 2019).

No Brasil, o Paraná ocupa a primeira posição tanto em número de produtores quanto em volume de produção de alimentos orgânicos. Em abril de 2024, o Estado alcançou 3.928 agricultores orgânicos, segundo dados do MAPA (2024). Em 2025, esse número aumentou para 4.399, conforme informações do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO), reportadas pelo IDR-Paraná (2025).

O objetivo da produção orgânica nas propriedades rurais paranaenses, baseada nos princípios agroecológicos, não é apenas agregar valor aos produtos, mas também conservar os recursos naturais e impulsionar a produção em nível local e regional (IDR-Paraná, 2025).

A produção de alimentos orgânicos destaca-se por adotar métodos sustentáveis; mão de obra especializada, ser percebida como saudável e nutricionalmente equilibrada. Embora essas características elevem os custos de produção, resultando em preços 20% a 100% são maiores que os dos alimentos convencionais, elas são a base do seu diferencial (De Azevedo e Pelicioni, 2011).

De acordo com Organix (2017), o consumo de alimentos orgânicos no Brasil apresenta um perfil bem definido. As verduras se destacam como o item mais consumido, sendo a preferência de 63% dos consumidores. Em seguida, legumes e frutas aparecem com 25% da preferência, e os cereais ocupam a menor parcela, com 12% dos consumidores. Esses dados evidenciam uma maior procura por hortaliças e legumes, sugerindo que os consumidores de produtos orgânicos valorizam a qualidade nutricional e a origem dos alimentos (Organix, 2021).

A diversidade ou variação nos preços dos produtos orgânicos e convencionais podem ocorrer em função da localidade de comercialização. Tivelli (2012) desmistifica a crença de que o preço do produto orgânico de hortaliças seja sempre mais elevado em comparação ao do produto convencional. De forma complementar, Suszek (2006) aponta que nem todo produto orgânico é necessariamente mais caro que o seu equivalente convencional.

Schmeiske e De Oliveira (2019) realizaram um estudo comparando os preços produtos orgânicos e convencionais, concluindo que o custo de produção dos orgânicos é maior do que o dos produtos convencionais. A produção orgânica pode se tornar elevada e competitiva, desde que sejam adotadas as práticas de manejo adequadas.

O valor de venda dos produtos orgânicos é influenciado por diversos fatores, como custos de produção, demanda de mercado e a percepção de valor pelos consumidores. Comparados aos produtos convencionais, os orgânicos geralmente apresentam custos de produção mais elevados, que podem ocorrer em todas as etapas, desde a preparação do solo até a colheita. Esses custos mais altos se refletem diretamente no preço final (Organis, 2020).

Como não há uma tabela fixa de preços para os estabelecimentos, grandes redes de supermercados podem alterar o valor dos produtos. Já as feiras frequentemente reduzem esses valores como estratégia de vendas. Essa diferença de preço entre produtos orgânicos e convencionais pode ser um atrativo tanto para as corporações agropecuárias quanto para o consumidor, impulsionando assim o aumento da demanda por produtos orgânicos (Campanhola e Valarini, 2001).

Os preços dos produtos orgânicos podem variar significativamente, sendo influenciados por uma série de fatores. Embora a competitividade desempenhe um papel crucial, outros elementos também são determinantes, como a sazonalidade, a certificação e a marca. A sazonalidade, por exemplo, pode impactar diretamente a oferta de determinados produtos e, conseqüentemente, seus preços, conforme apontado por (Organis, 2021).

O preço do produto orgânico é frequentemente apontado como uma desvantagem em comparação ao convencional. Borguini (2002) e Tacconi (2004) reforçam essa visão, destacando que o valor pode impactar significativamente as vendas. Além disso, Suszek (2006) aponta o preço como um dos principais fatores que influenciam o consumo.

Os preços dos produtos orgânicos podem ser considerados como um obstáculo para os consumidores, enquanto os preços dos produtos convencionais tendem a variar (Kirchner, 2006). Uma das principais razões para a diferença de preços entre alimentos orgânicos e convencionais, pode ser o risco no período de produção (Klonsky e Greene, 2005).

Em comparação, produtos orgânicos podem custar entre 20% a 200% a mais que os convencionais. Isso se deve, em parte, ao fato de que a produção de certas cultivares orgânicas possui um período específico (Brasil, 2007). Essa diferença de preço é justificada pela produção diferenciada dos orgânicos e pode apresentar variações significativas entre diferentes regiões ou países (Atanasoiaie, 2012).

Um dos fatores e estratégias que influenciam a diferença de preços dos produtos orgânicos é o repasse de custos ao mercado. Isso resulta em preços mais altos em comparação com as feiras, o que cria um diferencial significativo (Campanhola e Valarini, 2001). A variação de preços entre produtos orgânicos em feiras e mercados, por exemplo, decorre de uma combinação de fatores como custos operacionais, margem de lucro, público-alvo e o próprio canal de venda. O valor final do produto orgânico também está diretamente ligado aos gastos de produção, incluindo mão de obra e o custo da certificação.

A precificação de produtos orgânicos ou convencionais não possui um parâmetro único estabelecido, mas sim uma estratégia adotada por cada estabelecimento. A disponibilidade sazonal de determinados produtos orgânicos também é um fator relevante, influenciando a oferta, a demanda e conseqüentemente os preços. Essa variação de preços é referente à dinâmica do mercado de orgânicos e pode impactar diversos setores. Conforme Darolt (2018), a formação dos preços pode ser determinada pela demanda, pelo sistema de produção e pelo posicionamento do produto no ponto de venda.

A diferença de preço observada entre hortaliças orgânicas comercializadas em supermercados e as vendidas pela agricultura familiar não se deve apenas à proximidade entre produtor e consumidor. Outros fatores, como a forma de certificação, desempenham um papel essencial nessa variação, (Arantes e Recine, 2018).

No mercado de orgânicos, não existem padrões exatos, resultando em estratégias de precificação variadas entre as empresas. Um exemplo é como, nas grandes cadeias de distribuição, há um alto valor em relação aos produtos

convencionais, enquanto, nas feiras de produtos orgânicos, essa diferença é reduzida (Arantes e Recine, 2018). Em geral, os consumidores demonstram estar cientes dos processos de produção e processamento de alimentos orgânicos, o que garante que os alimentos são isentos de substâncias nocivas à saúde (Centro de Inteligência em Orgânicos, 2025).

O preço pode ser um fator determinante na escolha do local de compra, seja em supermercados ou feiras. Geralmente, supermercados apresentam custos operacionais mais elevados, que tendem a ser repassados para o preço final dos produtos. Por outro lado, as feiras, com sua estrutura mais simplificada e a venda direta de produtos frescos pelos produtores, podem oferecer preços mais competitivos. Em relação à precificação de produtos orgânicos, a escolha da qualidade do produto influencia. Conforme pesquisas (Souza e Alcantara, 2003), não há um valor definido no mercado; ele pode variar de acordo com a estratégia de cada estabelecimento.

### 3 METODOLOGIA

Este estudo, de caráter exploratório, descritivo e quantitativo, tem como objetivo comparar os preços e a disponibilidade de produtos orgânicos e convencionais em Maringá. A coleta de preços foi realizada na Feira do Produtor e em supermercados selecionados, durante os meses de abril e maio de 2025, para a análise de hortaliças e frutas. A verificação da disponibilidade nesses locais permitirá uma análise comparativa desses produtos.

A pesquisa foi realizada na Feira do Produtor, localizada no estacionamento do estádio Willie Davids. O local foi escolhido por ser um ponto onde os produtores são cadastrados pela prefeitura, o que garante a procedência dos produtos e permite a comparação direta entre produtos orgânicos e convencionais vendidos nas mesmas bancas. A coleta de dados foi realizada por meio de visitas presenciais, aos sábados, no período da manhã, na própria Feira do Produtor.

A Feira do Produtor tem um total de 126 feirantes, distribuídos da seguinte forma: 35 produtores são das cidades de Marialva e Mandaguari, 18 de Paiçandu e Mandaguaçu, e 73 são de Maringá e seus distritos. Desse total, 118 feirantes trabalham com produtos convencionais e 8 com produtos orgânicos. Para a coleta de informações sobre preços e disponibilidade, foram selecionadas seis bancas, sendo três de produtos orgânicos e três de produtos convencionais.

Os supermercados selecionados para a pesquisa, Supermercado 1, Supermercado 2 e Supermercado 3, foram escolhidos com base em critérios como qualidade, abrangência em diferentes pontos da cidade, representatividade em vendas e, principalmente, a comercialização de produtos orgânicos e convencionais, o que possibilita a comparação de preços entre diferentes estabelecimentos.

A escolha dos canais de vendas foi feita de acordo com as considerações de Scalco et al. (2017), que apontam supermercados, feiras livres e lojas especializadas em frutas e verduras como os principais canais para a comercialização de produtos orgânicos certificados. Os preços promocionais foram excluídos para garantir a comparação de preços regulares. A coleta de dados na Feira do Produtor foi realizada por meio de visitas presenciais aos sábados, mesmas datas das coletas nos supermercados, para permitir comparabilidade.

Para obter informações adicionais relevantes ao estudo, houve contato com a Prefeitura Municipal de Maringá, especificamente com o setor de agricultura e feiras na Secretaria de Trabalho, Renda e Agricultura Familiar, e com o presidente da feira, para obter informações adicionais relevantes para o estudo. Adicionalmente, foram realizadas conversas informais com produtores durante a feira para compreender a base de preços e a disponibilidade dos produtos no período da pesquisa.

Os dados coletados foram analisados por meio de estatística descritiva, utilizando análise tabular. Os resultados serão apresentados em tabelas, permitindo a comparação dos preços e a análise da variação entre produtos orgânicos e convencionais. Os preços desses produtos foram comparados individualmente e suas médias também foram calculadas.

Os produtos selecionados para a pesquisa abrangem uma variedade de hortaliças, escolhidas com base em sua disponibilidade no período da pesquisa e em abordagens preliminares. Os produtos selecionados incluem: alface crespa, almeirão, cebolinha, chicória, couve, rúcula, salsinha e tomate saladete.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Em conformidade com os objetivos específicos deste estudo, nesta seção são apresentados os resultados da comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais na Feira do produtor e nos supermercados. Os dados foram coletados em três datas distintas, nos meses de abril e maio de 2025: 05/04/2025, 12/04/2025 e 03/05/2025.

A variação de preços na feira mostrou-se influenciada tanto pelo tipo de produto quanto pelo método de produção, seja ele orgânico ou convencional. A Feira do Produtor geralmente apresenta custos de distribuição mais baixos em comparação aos supermercados, o que é atribuído à interação direta produtor e consumidor, permitindo uma maior flexibilidade nos preços.

### **4.1 Comparações entre preços de produtos orgânicos e convencionais na feira**

Na Feira do Produtor, uma análise detalhada dos preços de produtos orgânicos e convencionais revelou que a variação de custo é mais influenciada pelo tipo de produto do que pelo método de produção. Embora os itens orgânicos geralmente apresentem preços mais altos, essa diferença é explicada por fatores como as práticas agrícolas sustentáveis, o rigoroso processo de certificação e a menor escala de produção. A logística simplificada da feira, onde os produtores vendem diretamente aos consumidores, permite a busca por margens de lucro mais baixas. Isso resulta em preços mais competitivos.

No caso dos orgânicos, espera-se um preço maior que os convencionais. No entanto, essa diferença pode variar dependendo do ponto de venda. Riva (2018) identifica diversas atividades importantes no setor orgânico que impactam diretamente a comercialização e o preço final dos produtos. Entre elas, destacam-se a produção em pequena escala, a sazonalidade da produção, a dificuldade em manter um padrão de qualidade consistente, os altos custos de transporte devido ao baixo volume e a capacidade limitada de produção e fornecimento. Segundo Tivelli (2012), os produtos orgânicos não são necessariamente mais caros que os convencionais. Os preços podem variar significativamente dependendo do ponto de venda.

Na Tabela 1, encontra-se os preços médios dos produtos orgânicos coletados na Feira do Produtor. Os valores são expressos em Reais (R\$) e a unidade de medida varia conforme o item. Entre os oito produtos orgânicos pesquisados, a cebolinha e tomate foram os mais acessíveis, apresentando preços inferiores aos dos produtos convencionais. Por exemplo, em 5 de abril, a cebolinha orgânica estava R\$ 1,00 mais barata (32% menos) e o tomate orgânico estava R\$ 2,00 mais barato (20% menos) do que os convencionais. Em 3 de maio, a cebolinha orgânica manteve-se mais barata (5,88% menos), e o tomate orgânico teve o mesmo preço (diferença de R\$ 0,00) do que o convencional.

**Tabela 1.** Comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais na Feira do Produtor de Maringá

<b>Data</b>	<b>Produto</b>	<b>Unidade</b>	<b>Média Orgânico [A]</b>	<b>Média Convencional [B]</b>	<b>Diferença [A-B]</b>	<b>Diferença % [(A-B)/B]x100</b>
05/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 4,48	R\$ 0,85	19%
05/04	Almeirão	unidade	R\$ 4,67	R\$ 3,50	R\$ 1,17	33%
05/04	Cebolinha	maço	R\$ 2,17	R\$ 3,16	-R\$ 1,00	-32%
05/04	Chicória	unidade	R\$ 5,33	R\$ 5,00	R\$ 0,33	7%
05/04	Couve	unidade	R\$ 4,67	R\$ 4,00	R\$ 0,67	17%
05/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 5,67	R\$ 0,67	12%
05/04	Salsinha	maço	R\$ 2,67	R\$ 1,83	R\$ 0,83	45%
05/04	Tomate	quilo	R\$ 8,00	R\$ 10,00	-R\$ 2,00	-20%
<b>Data</b>	<b>Produto</b>	<b>Unidade</b>	<b>Média Orgânico [A]</b>	<b>Média Convencional [B]</b>	<b>Diferença [A-B]</b>	<b>Diferença % [(A-B)/B]x100</b>
12/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 4,48	R\$ 0,85	18,96%
12/04	Almeirão	unidade	R\$ 4,67	R\$ 3,50	R\$ 1,17	33,33%
12/04	Cebolinha	maço	R\$ 2,17	R\$ 3,16	-R\$ 1,00	-4,75%
12/04	Chicória	unidade	R\$ 5,33	R\$ 5,00	R\$ 0,33	6,67%
12/04	Couve	unidade	R\$ 4,67	R\$ 4,00	R\$ 0,67	16,67%
12/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 5,67	R\$ 0,67	11,76%
12/04	Salsinha	maço	R\$ 2,75	R\$ 1,83	R\$ 0,92	50,00%
12/04	Tomate	quilo	R\$ 8,00	R\$ 10,00	-R\$ 2,00	-20%
<b>Data</b>	<b>Produto</b>	<b>Unidade</b>	<b>Média Orgânico [A]</b>	<b>Média Convencional [B]</b>	<b>Diferença [A-B]</b>	<b>Diferença % [(A-B)/B]x100</b>
03/05	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 5,00	R\$ 0,33	6,67%
03/05	Almeirão	unidade	R\$ 5,33	R\$ 3,67	R\$ 1,67	45,45%
03/05	Cebolinha	maço	R\$ 2,67	R\$ 2,83	-R\$ 0,17	-5,88%
03/05	Chicória	unidade	R\$ 6,00	R\$ 5,00	R\$ 1,00	20,00%
03/05	Couve	unidade	R\$ 5,00	R\$ 4,00	R\$ 1,00	25,00%
03/05	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 7,00	-R\$ 0,67	-9,52%
03/05	Salsinha	maço	R\$ 2,50	R\$ 2,17	R\$ 0,33	15,38%
03/05	Tomate	quilo	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 0,00	0,00%

**Fonte:** Elaboração da autora.

**Nota:** Os termos [A] e [B] representam, respectivamente, os valores das médias dos preços de produtos da agricultura orgânica e produtos da agricultura convencional, expressos na moeda doméstica Real (R\$).

Por outro lado, itens como alface crespa, almeirão, chicória, couve e salsinha geralmente apresentam preços mais elevados em sua forma orgânica. A rúcula orgânica, por exemplo, foi em média 12% mais cara.

#### **4.2 Comparações entre preços de produtos orgânicos e convencionais nos supermercados**

Nos supermercados, os produtos orgânicos são consistentemente mais caros que os convencionais. Essa diferença de preço é significativa e demonstra comportamento distinto em comparação a Feira do Produtor. Um estudo de Farias et al. (2022) observou que, em feiras, os preços de frutas e vegetais orgânicos tendem ser mais acessíveis quando comparados aos praticados em supermercados.

Os fatores que contribuem para esses preços mais altos nos supermercados podem ser atribuídos aos maiores custos operacionais associados às grandes redes varejistas, como logística, marketing, manutenção de lojas e perdas de produtos. Esses custos são, normalmente, repassados ao consumidor. Os supermercados buscam margens de lucro maiores. Essa dinâmica de preços confirma a literatura que aponta que produtos orgânicos tendem a ser mais caros em supermercados do que em feiras (Santos, 2014).

A diferença de preços entre produtos orgânicos e convencionais nos supermercados foi expressiva. Por exemplo, cebolinha e couve orgânica apresentaram uma diferença de cerca de 71% em 5 de abril, enquanto o almeirão orgânico apresentou uma diferença de 57%. Em 12 de abril, a alface crespa orgânica estava 35,12% mais cara, o almeirão orgânico 57,27% mais caro, a cebolinha orgânica 47,20% mais cara e a chicória orgânica 39,03% mais cara do que os convencionais. De modo geral, os produtos orgânicos têm preços mais elevados, o que está de acordo com o observado por Nagle e Holden (2003), quando argumentam que o preço dos produtos corresponde ao valor percebido pelo consumidor.

As grandes redes varejistas tendem a ter um sobrepreço em seus produtos em comparação com os convencionais. Esse processo ocorre devido a custos superiores, como os de Logística, Marketing, local venda, perda de produtos. Por outro lado, as feiras de produtos orgânicos oferecem contato direto com o produtor, têm equipes geralmente formadas por familiares e permitem maior flexibilidade na

negociação de preços, o que também contribui para a fidelização de clientes (Embrapa, 2020).

**Tabela 2.** Comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais em supermercados de Maringá

Data	Produto	Unidade	Média Orgânico [A]	Média Convencional [B]	Diferença [A-B]	Diferença % [(A-B)/B]
05/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,86	R\$ 5,20	R\$ 0,66	13%
05/04	Almeirão	unidade	R\$ 8,33	R\$ 5,30	R\$ 3,03	57%
05/04	Cebolinha	maço	R\$ 4,82	R\$ 2,83	R\$ 2,00	71%
05/04	Chicória	unidade	R\$ 6,78	R\$ 4,58	R\$ 2,20	48%
05/04	Couve	unidade	R\$ 7,08	R\$ 4,15	R\$ 2,93	71%
05/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,50	R\$ 5,78	R\$ 0,72	12%
05/04	Salsinha	maço	R\$ 2,85	R\$ 3,01	-R\$ 0,16	-5%
05/04	Tomate	quilo	R\$ 10,66	R\$ 11,25	-R\$ 0,60	-5%
Data	Produto	Unidade	Média Orgânico [A]	Média Convencional [B]	Diferença [A-B]	Diferença % [(A-B)/B]
12/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 6,66	R\$ 4,93	R\$ 1,73	35,12%
12/04	Almeirão	unidade	R\$ 8,33	R\$ 5,30	R\$ 3,03	57,27%
12/04	Cebolinha	maço	R\$ 4,82	R\$ 3,28	R\$ 1,55	47,20%
12/04	Chicória	unidade	R\$ 6,78	R\$ 4,88	R\$ 1,90	39,03%
12/04	Couve	unidade	R\$ 7,08	R\$ 4,20	R\$ 2,88	68,71%
12/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,50	R\$ 5,78	R\$ 0,72	12,40%
12/04	Salsinha	maço	R\$ 3,25	R\$ 2,88	R\$ 0,37	12,98%
12/04	Tomate	quilo	R\$ 10,66	R\$ 10,53	R\$ 0,13	1,23%
Data	Produto	Unidade	Média Orgânico [A]	Média Convencional [B]	Diferença [A-B]	Diferença % [(A-B) /B]x
03/05	Alface Crespa	unidade	R\$ 7,99	R\$ 5,28	R\$ 2,71	51,42%
03/05	Almeirão	unidade	R\$ 6,49	R\$ 5,79	R\$ 0,70	12,09%
03/05	Cebolinha	maço	R\$ 4,79	R\$ 3,21	R\$ 1,58	49,22%
03/05	Chicória	unidade	R\$ 6,68	R\$ 4,79	R\$ 1,89	39,35%
03/05	Couve	unidade	R\$ 7,02	R\$ 5,09	R\$ 1,93	37,92%
03/05	Rúcula	unidade	R\$ 7,00	R\$ 6,12	R\$ 0,88	14,32%
03/05	Salsinha	maço	R\$ 3,25	R\$ 3,33	-R\$ 0,08	-2,40%
03/05	Tomate	quilo	R\$ 10,48	R\$ 9,84	R\$ 0,64	6,54%

**Fonte:** Elaboração da autora.

**Nota:** Os termos [A] e [B] representam, respectivamente, os valores das médias dos preços de produtos da agricultura orgânica e produtos da agricultura convencional, expressos na moeda doméstica Real (R\$).

#### 4.3 Comparação de preços de produtos orgânicos entre feira e supermercados

Em geral, os produtos orgânicos costumam ser mais caros em supermercados do que nas feiras do produtor. Essa diferença de preço está relacionada principalmente, aos custos de comercialização e à estrutura de preços

de cada estabelecimento. Enquanto nas feiras a produção é própria, o que elimina intermediários, os supermercados compram de terceiros, repassando os custos adicionais para o consumidor.

Os preços desses produtos foram comparados individualmente e também foram calculadas as suas médias, embora nem todas as bancas tivessem produtos disponíveis. De acordo com a Tabela 3, os produtos orgânicos avaliados apresentaram preços mais altos nos supermercados do que nas feiras. A diferença percentual nos preços médios entre supermercados e feiras variou expressivamente.

**Tabela 3.** Comparação de preços de produtos orgânicos na Feira do Produtor e em supermercados de Maringá

Data	Produto	Unidade	Média Orgânico feira [A]	Média Orgânico super.[B]	Diferença [B-A]	Diferença % [(B-A)/A]x100
05/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 5,86	R\$ 0,53	10%
05/04	Almeirão	unidade	R\$ 4,67	R\$ 8,33	R\$ 3,66	79%
05/04	Cebolinha	maço	R\$ 2,17	R\$ 4,82	R\$ 2,66	123%
05/04	Chicória	unidade	R\$ 5,33	R\$ 6,78	R\$ 1,45	27%
05/04	Couve	unidade	R\$ 4,67	R\$ 7,08	R\$ 2,41	52%
05/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 6,50	R\$ 0,16	3%
05/04	Salsinha	maço	R\$ 2,67	R\$ 2,85	R\$ 0,18	7%
05/04	Tomate	quilo	R\$ 8,00	R\$ 10,66	R\$ 2,66	33%
Data	Produto	Unidade	Média Orgânico [A]	Média Orgânico [B]	Diferença [B-A]	Diferença % [(B-A)/A]x100
12/04	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 6,66	R\$ 1,32	25%
12/04	Almeirão	unidade	R\$ 4,67	R\$ 8,33	R\$ 3,66	79%
12/04	Cebolinha	maço	R\$ 2,17	R\$ 4,82	R\$ 2,66	123%
12/04	Chicória	unidade	R\$ 5,33	R\$ 6,78	R\$ 1,45	27%
12/04	Couve	unidade	R\$ 4,67	R\$ 7,08	R\$ 2,41	52%
12/04	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 6,50	R\$ 0,16	3%
12/04	Salsinha	maço	R\$ 2,75	R\$ 3,25	R\$ 0,50	18%
12/04	Tomate	quilo	R\$ 8,00	R\$ 10,66	R\$ 2,66	33%
Data	Produto	Unidade	Média Orgânico [A]	Média Orgânico [B]	Diferença [B-A]	Diferença % [(B-A)/A]x100
03/05	Alface Crespa	unidade	R\$ 5,33	R\$ 5,00	R\$ 0,33	50%
03/05	Almeirão	unidade	R\$ 5,33	R\$ 3,67	R\$ 1,67	22%
03/05	Cebolinha	maço	R\$ 2,67	R\$ 2,83	-R\$ 0,17	80%
03/05	Chicória	unidade	R\$ 6,00	R\$ 5,00	R\$ 1,00	11%
03/05	Couve	unidade	R\$ 5,00	R\$ 4,00	R\$ 1,00	40%
03/05	Rúcula	unidade	R\$ 6,33	R\$ 7,00	-R\$ 0,67	11%
03/05	Salsinha	maço	R\$ 2,50	R\$ 2,17	R\$ 0,33	30%
03/05	Tomate	quilo	R\$ 9,00	R\$ 9,00	R\$ 0,00	16%

**Fonte:** Elaboração da autora.

**Nota:** Os termos [A] e [B] representam, respectivamente, os valores das médias dos preços de produtos da agricultura orgânica e produtos da agricultura convencional, expressos na moeda doméstica Real (R\$).

Produtos como salsa e tomate apresentaram maiores variações médias de preço nos supermercados em comparação com a Feira do Produtor. Isso indica que o canal de comercialização influencia a importância e o comportamento dos preços desses itens.

Por exemplo, no dia 5 de abril, a alface crespa estava 10% mais cara nos supermercados. Em 12 de abril, essa diferença subiu para 25%. Já em maio, a diferença de preço para alguns produtos chegou a 50%. A cebolinha, por sua vez, apresentou uma variação de preço ainda mais considerável, chegando a custar até 123% a mais nos supermercados em dois dos três dias de pesquisa.

A disponibilidade limitada de produtos orgânicos e a crescente demanda podem influenciar os preços. Produtos orgânicos certificados podem ter preços mais altos devido aos custos de certificação e garantia de qualidade. A localização geográfica das feiras e supermercados pode influenciar os preços devido a custos de transporte e diferenças nos mercados locais.

As feiras livres desempenham um papel crucial nos Circuitos Curtos de Comercialização (CC) de produtos orgânicos, oferecendo uma alternativa valiosa aos modelos de comercialização tradicionais. Dentro dos CC, as feiras livres destacam-se como um espaço de encontro direto entre produtores e consumidores, promovendo a venda direta de produtos frescos e orgânicos (Darolt et al., 2015). Os supermercados e outros tipos de varejistas podem fazer parte tanto de circuitos longos quanto de curtos de comercialização, dependendo de sua estrutura e das relações que estabeleçam com produtores e fornecedores.

A análise dos dados revelou uma dinâmica complexa nos diferenciais de preços entre diferentes estabelecimentos, com variações ao longo do período de coleta. Os resultados indicam que o custo de um produto pode variar expressivamente, dependendo do local de compra, seja na Feira do Produtor ou no supermercado, e também do método de produção utilizado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo representa um esforço para compreender a comparação de preços de produtos orgânicos e convencionais na cidade de Maringá. A análise revelou variações significativas: os produtos orgânicos apresentam um custo menor na Feira do Produtor, ao passo que nos supermercados seus preços são consideravelmente mais altos em relação aos convencionais. Tal discrepância pode ser explicada pela cadeia de distribuição mais curta na Feira do Produtor, o que resulta na redução de custos intermediários. Em contrapartida, os supermercados operam com uma cadeia mais longa, o que acarreta custos adicionais de transporte, armazenamento e margens de lucro.

O mercado de orgânicos tem crescido significativamente, refletindo uma maior conscientização dos consumidores em relação à saúde, ao meio ambiente e à sustentabilidade. Globalmente, a demanda por produtos orgânicos expande-se continuamente, impulsionada por elementos como o aumento da renda, a disseminação de informações sobre seus benefícios e a adoção de estilos de vida mais saudáveis.

A compra de produtos orgânicos e convencionais em feiras livres é uma alternativa que beneficia tanto o consumidor quanto o produtor. Essa prática promove o acesso a alimentos frescos e de alta qualidade por um preço justo, além de fortalecer a economia local. Entre as vantagens para o consumidor, destacam-se: produtos colhidos recentemente, muitas vezes vendidos diretamente pelo produtor; preços mais competitivos se comparados aos de supermercados; e a oportunidade de encontrar itens orgânicos, livres de agrotóxicos.

A diferença de preço entre orgânicos e convencionais não é constante, variando conforme o produto, a época do ano e o local de venda. Em feiras livres, os preços podem ser mais flexíveis e negociáveis, enquanto em supermercados, geralmente são fixos. A sazonalidade dos produtos influencia os preços em ambos os locais, mas o impacto pode ser diferente.

Observou-se que o diferencial de preço entre os produtos e os pontos de venda oscila consideravelmente. Por exemplo, o preço dos produtos orgânicos

demonstra uma variação significativa entre a Feira do Produtor e os supermercados. Além disso, fatores econômicos como a inflação e os custos de produção também podem influenciar os preços.

Com base nos dados de pesquisa, observa-se uma variação de preços entre produtos convencionais e orgânicos. De maneira geral, os produtos orgânicos apresentam um preço superior aos convencionais. Adicionalmente, a pesquisa aponta que o preço dos produtos orgânicos comercializados em mercados é superior ao praticado na Feira do Produtor.

Os resultados deste estudo fornecem conhecimentos valiosos sobre a dinâmica dos diferenciais de preços entre produtos orgânicos e convencionais. Essas descobertas podem servir como base para pesquisas futuras que aprofundem a análise dos fatores que influenciam a precificação dos produtos orgânicos, bem como outros aspectos relacionados a esse mercado, tais como a percepção dos consumidores sobre preços e qualidade dos produtos orgânicos.

## REFERÊNCIAS

ARANTES, R. R.; RECINE, E. Preço de hortaliças orgânicas segundo canal de comercialização. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 25, n. 1, p.13-22, 2018. Disponível em:

<<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8650637/17971>> Acesso em: 27 out. 2025

ATANASOAI, G. Price on the organic food market. **Annals of the University of Petroșani. Economics**, v. 12, n. 4, p. 5-16, 2012. Disponível em:

<<https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/annals-2012-part4.pdf#page=5>> Acesso em: 27 out. 2025.

DE AZEVEDO, E.; PELICIONI, M. C. F. Promoção da Saúde, Sustentabilidade e Agroecologia: uma discussão intersectorial. **Saúde e Sociedade**, v. 20, p. 715-729, 2011. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/sausoc/a/yhS4qHnHjDfx6nmMpBBYPjk/?lang=pt>> Acesso em: 27 out. 2025.

BORGUINI, R. G. Tomate (*Lycopersicum esculentum* Mill) orgânico: o conteúdo nutricional e a opinião do consumidor. Piracicaba, SP. ESALQ: 120p, 2002.

Disponível em: <<https://ciorganico.agr.br/wp-content/uploads/2013/09/tomate-pesquisa.pdf>> Acesso em: 27 out. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2003.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/110.831.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm)> Acesso em: 27 out. 2025.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO.

Cadeia produtiva de produtos orgânicos. Brasília, DF: Mapa, 2007 PDF. Disponível em: <[https://repositorio-](https://repositorio-dspace.agricultura.gov.br/bitstream/1/228/3/Cadeia%20produtiva%20de%20produtos%20org%C3%A2nicos.pdf)

[dspace.agricultura.gov.br/bitstream/1/228/3/Cadeia%20produtiva%20de%20produtos%20org%C3%A2nicos.pdf](https://repositorio-dspace.agricultura.gov.br/bitstream/1/228/3/Cadeia%20produtiva%20de%20produtos%20org%C3%A2nicos.pdf)> Acesso em: 27 out. 2025.

CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia, [S. I.]**, v. 18, n. 3, p. 69–101, 2001. DOI: 10.35977/0104-1096.cct2001.v18.8851. Disponível em:

<<https://apct.sede.embrapa.br/cct/article/view/8851>>. Acesso em: 27 out. 2025.

CI - CENTRO DE INTELIGÊNCIA EM ORGÂNICOS. Com 3,9 mil agricultores certificados, Paraná lidera produção orgânica do Brasil. Rio de Janeiro, 3 jan. 2024.

Disponível em: <<https://ciorganicos.com.br/biblioteca/com-39-mil-agricultores-certificados-parana-lidera-producao-organica-do-brasil/>> Acesso em: 22 out. 2025.

CI - CENTRO DE INTELIGÊNCIA EM ORGÂNICOS. Orgânicos estão 30% mais caros que alimentos convencionais nas feiras do Paraná; confira preços. Rio de Janeiro, 16 fev. 2022. Disponível em: <<https://ciorganicos.com.br/noticia/organicos->

estao-30-mais-caros-que-alimentos-convencionais-nas-feiras-do-parana-confira-precos/> Acesso em: 27 out. 2025.

CODEPLAN. COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL. Mercado de produtos orgânicos e mecanismo de controle no Distrito Federal. Brasília, DF: Codeplan, 2015. 35 p. Disponível em: <<https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Mercado-Produtos-Org%C3%A2nicos-Mecanismo-de-Controle.pdf>> Acesso em: 27 out. 2025.

CURVELO, I. C. G.; WATANABE, E. A.; ALFINITO, S. Purchase intention of organic food under the influence of attributes, consumer trust and perceived value. **Revista de Gestão**, v. 26. p. 198-211, 2019.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; ALENCAR, M. de C. F.; ABREU, L. S. de. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. In: BRANDENBURG, A.; BILLAUD, J. P.; LAMINE, C. **Redes de Agroecologias: Experiências no Brasil e na França**. Curitiba, PR, Queirós Edições, p. 111-133, 2015.

DAROLT, M. R. Cadeias curtas de comercialização de alimentos orgânicos. In: SPINOSA, W.; ROCHA, T. S.; YAMASHITA, G. B.; IDA, E. I. **Cadeia produtiva de alimentos e produtos orgânicos [livro eletrônico]**. Universidade Estadual de Londrina – UEL, Londrina, PR, p. 13-28, 2018. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/Agroecologia-e-organicos-Livro-Cadeia-Produtiva-de-Alimentos-e-Produtos-Organicos.pdf>> Acesso em: 27 out. 2025.

DE TONI, D.; EBERLE, L.; LARENTIS, F.; MILAN, G. S. Antecedents of perceived value and repurchase intention of organic food. **Journal of Food Products Marketing**, 24(4), 456-475, 2018.

EMBRAPA – EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. Estratégias para a agricultura familiar: visão de futuro rumo à inovação. Brasília, DF: Embrapa, 2020. 75 p. (Texto para Discussão. ISSN 2176-586X; n. 49). Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1123907/1/Texto-Discussao-49-ed-01-2020.pdf>> Acesso em: 27 out. 2025.

FARIAS, F.; EBERLE, L.; MILAN, G. S.; TONI, T.; ECKERT, A. Determinants of organic food repurchase intention from the perspective of Brazilian consumers. **Journal of Food Products Marketing**, v. 25, n. 9, p.1-23, 2019.

FARIAS, L. F.; SOARES, J. P. G.; SOUSA, R. L. de. O mercado de orgânicos e os preços praticados nos principais canais de comercialização na cidade de Goiânia, GO. Iheringia, **Série Botânica, [S. I.]**, v. 77, 2022. DOI: 10.21826/2446-82312022v77e2022009. Disponível em: <<https://isb.emnuvens.com.br/iheringia/article/view/1261>> Acesso em: 27 out. 2025.

FERREIRA, A.; COELHO, A. Determinantes da aquisição de alimentos orgânicos e convencionais nos domicílios brasileiros. **Revista de Política Agrícola**. v. 29. p. 8-29, n. 8, 2020.

FRANCISCO, W. de C. Agricultura Orgânica. In: Mundo Educação. São Paulo: UOL, 2025. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/agricultura-organica.htm>> Acesso em: 27 out. 2025.

GOUVEIA, K. Consumo de orgânicos cresce 16% em 2023, aponta pesquisa. BHB FOOD, 24 maio 2024. Disponível em: <<https://bhbfood.com/noticias/consumo-de-organicos-cresce-16-em-2023-aponta-pesquisa>> Acesso em: 27 out. 2025.

GUERTIN, C.; ROCCHI, M.; PELLETIER, L. G.; ÉMOND, C.; LALANDE, G. O papel da motivação e da regulação da alimentação na saúde física e psicológica de pacientes com doenças cardiovasculares. **Journal of Health Psychology**, v. 20, n. 5, p. 543-555, 2016.

HAUMANN, B. F. U.S. organic sales set new records. In: WILLER, H.; LERNOUD, J. (Eds.). **The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2018**. Frick: FiBL; Bonn: IFOAM – Organics Internacional, 2018.

IDR-PARANÁ. Paraná dispara no número de agricultores orgânicos certificados. Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná - Iapar-Emater (IDR-Paraná), Curitiba, 2025. Disponível em: <<https://www.idrparana.pr.gov.br/Noticia/Parana-dispara-no-numero-de-agricultores-organicos-certificados>> Acesso em: 22 out. 2025.

LIMA, K. S.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo. Brasília: IPEA, 2020a. Disponível em: <<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/240733/1/td-2538.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2025.

LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil. Brasília: IPEA, 2020b. Disponível em: <<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/240733/1/td-2538.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2025.

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

KLONSKY, K; GREENE, C. Widespread adoption of organic agriculture in the US: Are market-driven policies enough? **American Agricultural Economics Association Annual Meeting**, Providence, 2005.

MAPA - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA. Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>>. Acesso em: 13 ago. 2025.

MOOZ, E. D.; SILVA, M. V. Cenário mundial e nacional da produção de alimentos orgânicos. **Nutrire**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 99-112, 2014.

NAGLE, T.; HOLDEN, R. K. **Estratégias e táticas de preços: um guia para crescer com lucratividade**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

ORGANIS (Associação de Promoção dos Orgânicos). Setor de orgânicos cresce 30% e aponta nova tendência. In: ORGANIS, 2021. Disponível em: <<https://organis.org.br/imprensa/setor-de-organicos-cresce-30-e-aponta-nova-tendencia/>> Acesso em: 27 out. 2025.

ORGANIS (Associação de Promoção dos Orgânicos). O que é produto orgânico? Mar. 2020. 52 p. (Pensando Orgânico, v. 1). Disponível em: <<https://organis.org.br/o-que-e-produto-organico.pdf>> Acesso em: 19 mar. 2025.

ORGANIS (Associação de Promoção dos Orgânicos). Pesquisa Consumo de Produtos Orgânicos no Brasil 2017. [S. I.]: Organis, 2017. Disponível em: <<https://organis.org.br/pesquisa-consumo-de-produtos-organicos-no-brasil-2017/>> Acesso em: 27 out. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A ALIMENTAÇÃO E A AGRICULTURA (FAO). Os sistemas agroalimentares devem estar no centro da recuperação da pandemia. [S.I.]: FAO no Brasil, 16 abr. 2021. Disponível em: <<https://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1395201/>>. Acesso em: 12 jan. 2023.

RIVA, L. W. Orgânicos: Produção Sustentável Economicamente Viável. In: SPINOSA, W.; ROCHA, T. de S.; YAMASHITA, G. B.; colaboradores: IDA, E. I.; GUERGOLETTO, K. B.; DE ARAÚJO, R. N. **Cadeia produtiva de alimentos e produtos orgânicos [livro eletrônico]** – Londrina: uel, 2018. 1 livro digital:il. Disponível em: <<http://www.uel.br/cca/dcta/pages/arquivos/Livro%20Org%C3%A2nicos.pdf>>. Acesso em: 29.07.2025.

SAMBUICHI, R. H. R. et al. (orgs.). A política nacional de agroecologia e produção orgânica no Brasil: uma trajetória de luta pelo desenvolvimento rural sustentável. Brasília: Ipea, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8038/1/A%20pol%C3%ADtica%20nacional%20de%20agroecologia%20e%20produ%C3%A7%C3%A3o%20org%C3%A2nica%20no%20Brasil.PDF>>. Acesso em: 27 out. 2025.

SAMPAIO, D. D. O; GOSLING, M.; FAGUNDES, A. F. A.; SOUSA, C. V. Consumo de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. **Revista Administração Em Diálogo - RAD**, v. 15, n. 1, 2014.

SANTOS, E. P. Produção orgânica: estratégia de marketing verde em supermercados. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Engenharia Agrícola) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Engenharia Agrícola. 140 p. – Campinas, São Paulo, 2014.

SARDA, L.; SINGH, J. Personal values and the purchase of mass media entertainment services in rural India. **Applied Marketing Analytics**, v. 5, n. 4, p. 371-386, 2020.

SCALCO, A. R.; PIGATTO, G. A. P. S.; SOUZA, R. Commercialization channels of organic products in Brazil: analysis at the first level of the production chain. **Gestão & Produção**, v. 24, n. 4, p. 777-789, 2017.

SCHMEISKE, D. O.; DE OLIVEIRA, M., T. C., Disponibilidade e variação de preços de alimentos orgânicos in natura em Caraguatatuba-SP e São José dos Campos-SP. *Health Sci Inst. São Paulo*, 37(1):60-5, 2019.

SCHMITT, C. J. et al. La experiencia brasileña de construcción de políticas públicas en favor de la Agroecología. In: SABOURIN, E. et al. (Org.). **Políticas públicas a favor de la agroecología en América Latina y el Caribe**. Porto Alegre: Evangraf/Criação Humana, 2017.

SINGERMAN, A.; LENCE, S. H.; KIMBLE-EVANS, A. How related are the prices of organic and conventional corn and soybean?. **Agribusiness**, v. 30, n. 3, p. 309-330, 2014. Disponível em: < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/agr.21364>> Acesso em: 27 out. 2025.

SOUZA, A. P. de O.; ALCÂNTARA, R. L. C. Alimentos orgânicos: estratégias para o desenvolvimento do mercado. **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, p. 332-347, 2003.

SUSZEK, A. C. A importância da comunicação no processo de adoção do consumidor de produtos orgânicos. Dissertação - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2006.

TACCONI, M. F. F. S. Estratégia de marketing ambiental no varejo de alimentos: um estudo sobre as variáveis utilizadas pelo consumidor na decisão de compra de produtos orgânicos. **Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte**, Natal, RN, Brasil, 2004.

TIVELLI, S. W. Orgânicos são caros. Por quê. **Revista Pesquisa Tecnologia**, v. 9, n. 1, p. 1-5, 2012.

VASQUEZ, S. F.; BARROS, J. D. de S.; DA SILVA, M. de F. P. Agricultura Orgânica: caracterização do seu consumidor em Cajazeiras – PB. **Revista Verde**, Mossoró – RN, v.1, n.3, p.152-158, 2008.

WILLER, H.; LERNOUD, J.; HUBER, B.; SAHOTA, A. The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends 2019 at BIOFACH 2019, 2019.