

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ANA BEATRIZ DE CASTRO LOPES

**COMPARAÇÃO ENTRE AS VARIAÇÕES DE PREÇOS ENTRE ALIMENTOS
CONVENCIONAIS E ORGÂNICOS COMERCIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
VOLTA REDONDA-RJ**

VOLTA REDONDA

2018

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**COMPARAÇÃO ENTRE AS VARIAÇÕES DE PREÇOS ENTRE ALIMENTOS
CONVENCIONAIS E ORGÂNICOS COMERCIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE
VOLTA REDONDA-RJ**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de nutrição do
UniFOA como requisito à obtenção do
título de Bacharel em Nutrição.

Acadêmica: Ana Beatriz de Castro Lopes

Orientador: Prof^o. Ms. Marcelo Augusto Mendes da Silva

VOLTA REDONDA

2018

FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária: Alice Tacão Wagner - CRB 7/RJ 4316

L864v Lopes, Ana Beatriz de Castro

Comparação entre as variações de preços entre alimentos convencionais e orgânicos comercializados no município de Volta Redonda-RJ
Ana Beatriz de Castro Lopes. – Volta Redonda: UniFOA, 2018.

25 p. Il.

Orientador(a): Marcelo Augusto Mendes da Silva

Monografia (TCC) – UniFOA / Curso de Nutrição, 2018.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado:

COMPARAÇÃO ENTRE AS VARIAÇÕES DE PREÇOS ENTRE ALIMENTOS CONVENCIONAIS E ORGÂNICOS COMERCIALIZADOS NO MUNICÍPIO DE VOLTA REDONDA-RJ

Elaborado por Ana Beatriz de Castro, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Nutrição.

Aprovada em 17 de outubro de 2018

Banca Avaliadora:

.....

Professora Orientador

Marcelo Augusto Mendes da Silva, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

.....

Professor Avaliador

Ana Paula Caetano de Menezes Soares, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

.....

Professora Avaliadora

Paula Balbi de Melo, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

Dedico este trabalho à minha mãe Nathalya Mendes Carvalho de Castro, que em todo esse tempo do curso foi minha auxiliadora e incentivadora. Trabalhando muito para que pudesse chegar até aqui. E ao meu falecido cachorro Billy que compartilhou os momentos de desespero durante minha jornada.

Gratidão e amor eterno à eles.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha mãe, por todo o incentivo durante a minha caminhada, que batalho para que pudesse realizar este sonho.

Ao meu orientador Marcelo Augusto Mendes da Silva, que me ajudou de todas as formas diante das dificuldades encontradas ao decorrer deste trabalho, com paciência e boa vontade.

Agradeço à todos os professores do curso, que contribuíram com seus conhecimentos para minha formação acadêmica.

A todos os meus amigos, que me apoiaram e me incentivaram e assim, de alguma forma, contribuíram para a minha formação e para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos produtores das feiras orgânicas pela atenção e boa vontade.

E não menos importante, ao meu namorado Bruno Badaue cujo apoio foi de extrema importância para o desenvolvimento deste trabalho e para o caminhar da faculdade.

“Nossos sonhos podem ser verdade,
se abirmos mão da nossa vaidade”.

(Nessa cidade-Diego Ferrero)

RESUMO

A tendência "orgânica" é apenas uma das tendências atuais no mercado de alimentos, juntamente com a crescente demanda por alimentos prontos para consumo. No ambiente atual observa-se uma série de mudanças no perfil dos consumidores, que buscam interesse em produtos orgânicos. Este trabalho teve como objetivo comparar as variações de preços entre alimentos convencionais e alimentos orgânicos comercializados no município de Volta Redonda-RJ. A pesquisa foi feita em cinco locais diferentes, dois supermercados de alimentos convencionais, um supermercado com alimentos orgânicos e duas feiras de alimentos orgânicos. Verificou-se os preços dos locais e foi feita uma tabela para estabelecer o percentual de variação. Os resultados mostraram que as médias dos valores dos Alimentos Convencionais foram de R\$ 2,42, de R\$ 4,03 para o Supermercado Orgânico e de R\$ 3,42 para os alimentos das Feiras Orgânicas. Tais valores representaram (em média) um aumento de 80,9% no preço do alimento orgânico comprado em um supermercado em relação ao convencional. Entretanto, esta variação diminuiu para 41,3% quando o alimento orgânico é comprado em feiras livres. Conclui-se que o preço médio mais elevado dos alimentos orgânicos em relação aos alimentos convencionais pode ser um grande obstáculo para a escolha do consumidor por este tipo de alimento, o que torna necessário a implementação de políticas que auxiliem, capacitem e estimulem o pequeno agricultor a produzir este tipo de produto com custos mais baixos.

Palavras Chaves: Alimentos orgânicos; supermercado; feiras livres; preço.

ABSTRACT

The 'organic' tendency is just new of the current tendencies in the Market of foods, together with to crescent it disputes for ready foods for consumption. In the current atmosphere a series of changes is observed in the consumers' profile, that look for interest in organic products. This work had as objective compares the variations of prices between conventional foods and organic foods marketed in the municipal district of Volta Redonda-RJ. The research was made at five diferent places, two supermarkets of conventional food, a supermarket with organic foods and two fairs of organic foods. It was verified the prices of the places and it was made a table to establish the percentile of variation. The results showed that the averages of the values of the Conventional Foods were of R\$ 2,42, of R\$ 4,03 for the Organic Supermarket and of R\$ 3,42 for the foods of the Organic Fairs. Such values represented (on average) an increase of 80,9% in the price of the organic food bought in a supermarket in relation to the conventional. However, this variation decreases to 41, 3% when the organic food is bought in free markets. It is ended that the higher medium price of the organic foods in relation to the conventional foods can be a great obstacle for the consumer's choice for this food type, what turns necessary the implementation of politics that you/they aid, qualify and stimulate the small farmer to produce this product type with lower costs.

Key words: organic foods; supermarket; free markets; price.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. MÉTODOS.....	15
3. RESULTADOS.....	16
4. DISCUSSÃO.....	19
5. CONCLUSÃO.....	21
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Variação percentual média dos preços dos alimentos orgânicos observados em supermercados e Feiras Livres em relação aos alimentos convencionais vendidos em supermercados do município de Volta Redonda - RJ.....	17
---	----

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1. Variação percentual média dos preços dos alimentos orgânicos vendidos nos supermercados em relação aos alimentos orgânicos vendidos nas feiras livres.....	18
---	----

LISTA DE SIGLAS

Bndes	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
Rede	Espaço Agroecológico
Kg	Quilograma
Un	Unidade

1.INTRODUÇÃO

Os alimentos orgânicos são aqueles provenientes de um processo orgânico de fabricação, os quais são livres de fertilizantes, pesticidas sintéticos, fármacos veterinários, sementes e espécies geneticamente modificadas, conservantes, aditivos e irradiação (SOUSA, et al 2012).

Segundo a LEI Nº 10.831 (2003), considera-se sistema orgânico de produção agropecuária 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.

O objetivo do sistema orgânico de produção é 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 (LEI Nº 10.831, 2003).

A Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura - FAO define agricultura familiar como todas as atividades agrícolas de base familiar e também como uma forma de classificar a produção agrícola, florestal, pesqueira, pastoril e aquícola que é gerida e operada por uma família e que depende principalmente de mão de obra familiar, incluindo mulheres, como homens (ONU, 2017).

Segundo Pina (2016), que há de um menor teor de nitratos e um maior teor de vitamina C para produtos orgânicos, em legumes e folhosas. Por não serem pulverizadas por agrotóxicos, as plantas orgânicas tendem a produzir de 10 a 50% mais desses compostos comparadas ao modo convencional. Como destaque de benefício ao fazer uso de orgânicos é o descarte da possibilidade de intoxicação causada por agrotóxico.

A tendência "orgânica" é apenas uma das tendências atuais no mercado de alimentos, juntamente com a crescente demanda por alimentos prontos para consumo, uma maior variedade os alimentos no mercado local e os alimentos percebidos como naturais ou muito pouco processados. Há também um interesse crescente por alimentos funcionais, ou seja, efeitos benéficos sobre a saúde, além

de seu valor nutricional. Finalmente, uma questão de grande importância no setor de alimentos é o uso de organismos geneticamente modificados (OGMs). Essas tendências interagem de diferentes maneiras com o fenômeno dos alimentos "orgânicos" e da agricultura orgânica. (FAO, 2018).

No ambiente atual observa-se uma série de mudanças no perfil dos consumidores que têm motivado o crescimento constante da agricultura orgânica na última década. Um dos setores que têm crescido rapidamente na indústria alimentícia é o setor da agricultura orgânica certificada (De MOURA, NOGUEIRA e GOUVÊA, 2012)

Com o aumento de interesse em produtos orgânicos temos algumas dificuldades perante a sociedade em adquirir devido ao valor ser superior aos produtos convencionais, os motivos que levam estes produtos serem mais caros são que o custo de produção tende a ser maior pois exigem mais mão-de-obra por unidade de produção. Como o manejo pós-colheita de quantidades relativamente pequenas, aumentando o custo devido a separação compulsória dos produtos orgânicos dos produtos comuns, durante o processamento e o transporte. Sendo a cadeia de comercialização e distribuição um pouco ineficiente, o custo passa a ser maior pois os volumes são pequenos (FAO, 2018).

Portanto, este estudo teve por comparar os preços de alimentos orgânicos e convencionais vendidos em feiras livres e em supermercados do município de Volta Redonda – RJ.

2.MÉTODOS

O estudo em questão é de caráter exploratório utilizando uma abordagem quantitativa no qual visa comparar os preços de alimentos convencionais aos orgânicos, especificamente no município de Volta Redonda-RJ Um município urbanizado que segundo dados do IBGE 2017, em 2016, o salário médio mensal era de 2.4 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 29.5%.

A coleta de dados de preços foi feita em cinco locais distintos, sendo dois deles supermercados para preços de alimentos convencionais no dia 13 de setembro de 2018, um supermercado para alimentos orgânicos no dia 23 de agosto de 2018 e duas feiras orgânicas diferentes, uma no dia 28 de agosto e a outra no dia 07 de setembro de 2018.

Foram selecionados para a realização deste estudo o preço de 16 hortaliças que estavam disponíveis nos cinco locais no dia da coleta. Sendo separados por unidade de medida a UN (unidade), KG (quilograma) e Rama.

Todos esses valores foram inseridos em uma planilha do Software Excel que viabilizou os cálculos. Fez-se então, a média dos preços dos alimentos convencionais vendidos nos supermercados, dos alimentos orgânicos vendidos na feira e já o supermercado não foi feito média por estar utilizando somente um para a comparação.

Estabelecendo estas médias, foi feita a comparação em percentual, comparando a média de preço dos supermercados convencionais com a média de supermercado orgânico. E também calculada a variação dos supermercados convencionais com a média de feiras orgânicas.

3.RESULTADOS

Os resultados mostraram que as médias dos valores dos Alimentos Convencionais foram de R\$ 2,42, de R\$ 4,03 para o Supermercado Orgânico e de R\$ 3,42 para os alimentos das Feiras Orgânicas. Tais valores representaram (em média) um aumento de 80,9% no preço do alimento orgânico comprado em um supermercado em relação ao convencional. Entretanto, esta variação diminuiu para 41,3% quando o alimento orgânico é comprado em feiras livres. Estes valores podem ser observados mais detalhadamente no Quadro 1.

Como pôde ser observado, 15 dos 16 alimentos orgânicos analisados (93,7%) apresentaram um aumento no preço médio em relação aos alimentos convencionais vendidos em supermercado, sendo que a beterraba orgânica vendida em supermercado foi o alimento com a maior taxa de variação (+582%). Um outro dado relevante apresentado, foi que apenas o brócolis americano vendido em feira livre apresentou uma variação negativa (-7,2%).

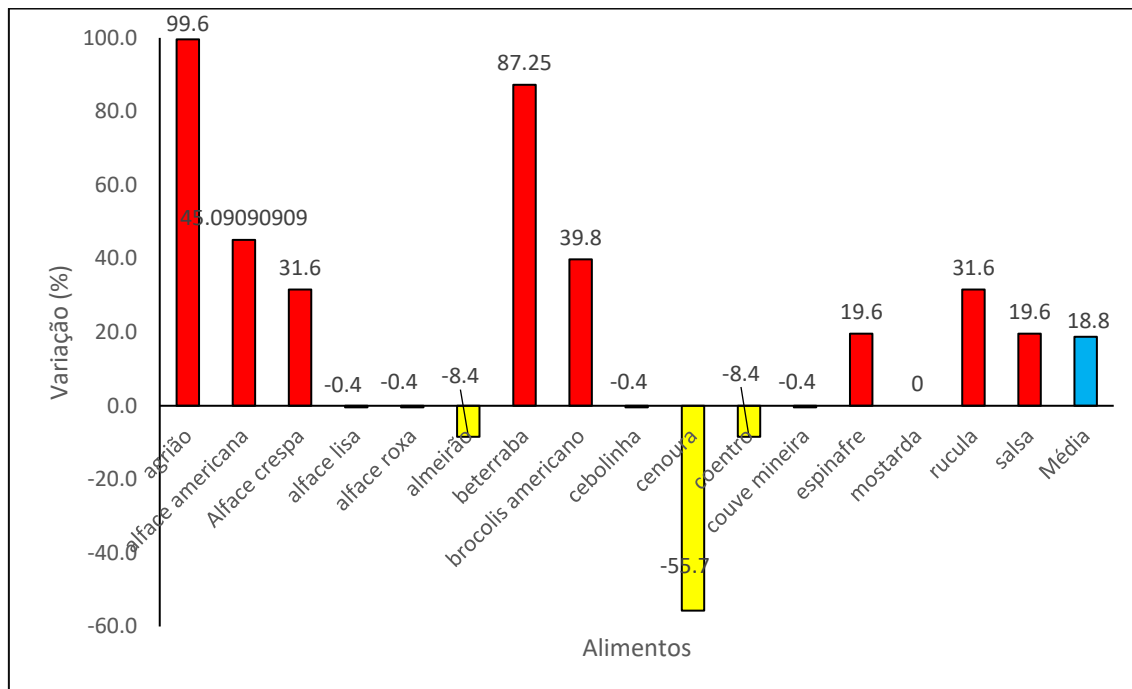
Observa-se na Gráfico 1 um outro comparativo que averiguou a variação percentual média dos alimentos orgânicos vendidos nos supermercados em relação aos alimentos orgânicos vendidos nas feiras livres. Constatou-se que, em média, os alimentos orgânicos vendidos em supermercados foram 18,8% mais caros do que os vendidos em feiras livres.

Quadro 1: Variação percentual média dos preços dos alimentos orgânicos observados em supermercados e Feiras Livres em relação aos alimentos convencionais vendidos em supermercados do município de Volta Redonda – RJ

Alimentos	Alimentos convencionais (Supermercado)	Alimentos orgânicos (supermercado)		Alimentos orgânicos (Feira livre)	
	(R\$)	(R\$)	Variação (%)	(R\$)	Variação (%)
Agrião (UN)	1,99	4,99	150,8	2,5	25,6
Alface americana (UN)	1,99	3,99	100,5	2,75	38,2
Alface crespa (UN)	1,99	3,29	65,3	2,5	25,6
Alface lisa (UN)	1,99	2,49	25,1	2,5	25,6
Alface roxa (UN)	1,99	2,49	25,1	2,5	25,6
Almeirão (UN)	1,99	2,29	15,1	2,5	25,6
Beterraba (Kg)	3,39	14,9	582,4	8	136,0
Brócolis americano (UN)	5,39	6,99	80,4	5	-7,2
Cebolinha (Rama)	1,99	2,49	25,1	2,5	25,6
Cenoura (Kg)	3,08	3,99	45,7	9	192,2
Coentro (Rama)	1,99	2,29	15,1	2,5	25,6
Couve mineira (Rama)	1,99	2,49	25,1	2,5	25,6
Espinafre (Rama)	1,99	2,99	50,3	2,5	25,6
Mostarda (UN)	1,99	2,5	25,6	2,5	25,6
Rúcula (Rama)	1,99	3,29	65,3	2,5	25,6
Salsa (Rama)	1,99	2,99	50,3	2,5	25,6
Média	2,42	4,03	80,9	3,42	41,3

Fonte: Autores, 2018.

Gráfico 1: Variação percentual média dos preços dos alimentos orgânicos vendidos nos supermercados em relação aos alimentos orgânicos vendidos nas feiras livres.



Fonte: Autores, 2018.

Os alimentos que tiveram as maiores variações positivas de preços foram o agrião (+99,6%) e a beterraba (+87,3%). Por outro lado, a cenoura e o coentro, apresentaram as maiores variações negativas sendo que o preço médio da cenoura orgânica comprada em supermercado foi de -55,7% enquanto que o do coentro foi de -8,4%. Em média, os alimentos orgânicos vendidos em supermercados foram 18,8% mais caros do que os vendidos em feiras livres.

4.DISCUSSÃO

Segundo o BNDES (2002), a maior participação de orgânicos no mercado de alimentos, em 1997, aconteceu na Dinamarca, e foi de somente 2,5%. Na Suíça e na Áustria, as vendas alcançaram 2% e, nos mercados de maior geração de receita – Estados Unidos (US\$ 4,2 bilhões) e Alemanha (US\$ 1,8 bilhão) –, significaram 1,2% do mercado de alimentos. Logo, as expectativas de crescimento das vendas são grandes. De acordo com a Agra Europe, empresa inglesa especializada em informações para a indústria alimentícia, o consumo de alimentos orgânicos tem crescido, nos últimos 10 anos, as taxas próximas de 25% ao ano na Europa, nos Estados Unidos e no Japão, estimando que alcance 15% do consumo total de alimentos em 2005.

Ainda no BNDES (2002), afirma que, “Os preços pagos aos produtores pelos produtos orgânicos têm sido bastante atraentes, o que poderia compensar o uso mais intenso de mão-de-obra, uma produtividade provavelmente menor no início da produção e os custos de certificação, fatores muitas vezes mencionados pelos produtores.”

As vendas de produtos orgânicos no Brasil alcançaram R\$ 350 milhões em 2010. O valor é 40% superior ao registrado em 2009, conforme os números divulgados pelo Projeto Organics Brasil, organização não-governamental (ONG) que reúne empresas exportadoras de produtos e insumos orgânicos (BRASIL, 2011).

O setor vem se estruturando mas ainda representa um “nicho”, analisa Ming Liu, coordenador executivo do Organics Brasil, que mobiliza as empresas exportadoras. Em sua avaliação, o crescimento do mercado, impulsionado pelos consumidores que buscam alimentos sem agrotóxicos ou mais sustentáveis, vem sendo limitado por esse processo, que exige organização da cadeia produtiva e do sistema de certificação (IDEM, 2011).

Entre os alimentos que devem ampliar o faturamento dos orgânicos em 2016 estão produtos lácteos e de origem animal, com maior valor agregado. Porém, mesmo o consumo global ainda é pequeno diante do faturamento geral do setor de alimentos, pontua. “O importante é saber que há um mercado e que este mercado vem crescendo, e a sua estruturação será determinada pela demanda, produção e disponibilidade dos produtos.” (ORGANICSNET, 2016).

As projeções para 2016 reafirmam tendência de crescimento maior no Brasil. O mercado de orgânicos teria movimentado o equivalente a R\$ 350 bilhões no mundo e R\$ 2,5 bilhões no país (0,71%) – perto de US\$ 80 bilhões e US\$ 600 milhões, respectivamente. Se a previsão do Organics Brasil de crescimento entre 30% e 35% se concretizar, o faturamento brasileiro deve ultrapassar a marca de R\$ 3 bilhões no ano – um terço referente às exportações (ORGANICSNET, 2016).

Em um estudo realizado em Campinas (SP), estudo que fez uma análise comparativa entre feiras orgânicas e convencionais, diz que, dentre as fraquezas mencionaram a falta de apoio do poder público e falta de infraestrutura. Por fim, a maioria dos feirantes encaram como ameaça as grandes redes de supermercados. Em termos de preços, os orgânicos foram em média 7,3% mais caros que os convencionais (UENO, FAGUNDES e HABIB, 2015).

Ao se comparar os preços dos produtos orgânicos com os similares convencionais, verificou-se que a diferença média de preços entre eles ficou entre 150% e 240%, com alguns produtos se destacando, como o caso do tomate, que ultrapassou 300% quando comparado ao tomate que utiliza defensivos químicos (MARTINS, CAMARGO FILHO e BUENO, 2006).

Os Resultados demonstram que grande parte dos alimentos orgânicos podem ser adquiridos por preços mais baixos, similares ou ligeiramente mais caros que alimentos convencionais quando comprados em feiras agroecológicas da Rede Espaço Agronegócio ao considerar a variação do preço dos alimentos convencionais com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC). Esta pesquisa mostra que a compra de alimentos convencionais nos supermercados saem sempre muito mais caro do que nas feiras de qualquer tipo e que as diferenças entre as feiras convencionais e agroecológicas ocorrem com menor amplitude (SÁ, et al 2018).

Pode-se supor que há grande complexidade nesse setor, traduzida pela existência de assimetria de informações sobre preço predominante dos produtos orgânicos no mercado. Isso leva a crer que as diferenças de custo de produção mereçam atenção da pesquisa, visando determinar exatamente o ponto em que a margem de comercialização está mais concentrada e se é possível equilibrá-la, de modo a reduzir o custo final dos produtos hortifrutícolas comercializados, segundo SANTIAGO e GENTIL, (2014) *apud* (MARTINS et al., 2006). As diferenças entre os preços das hortaliças orgânicas e convencionais variaram de R\$ 0,00 a R\$ 14, 00,

ou seja, de 0% a 233,33% no estudo comparativo da comercialização de hortaliças orgânicas e convencionais em Manaus, Amazonas. (SANTIAGO; GENTIL, 2014).

Os consumidores da feira de orgânicos consideraram as hortaliças orgânicas mais saborosas, embora menores e mais caras em relação às convencionais. O selo de qualidade, a declaração para a venda e a relação direta com o produtor se mostraram adequados para o reconhecimento e confiabilidade da qualidade orgânica das hortaliças pelos consumidores (SANTIAGO e GENTIL, 2014).

Os dados foram obtidos com aplicação de questionários a 194 pessoas residentes no DF, sendo que 53,6% consomem produtos orgânicos e convencionais, ao passo que 46,4% não consomem alimentos orgânicos. Considerando a amostra dos respondentes que não consomem orgânicos, observa-se que 55,6% destes destacaram que não consomem em função do custo de aquisição, mas consumiria se os preços fossem menores (LUZ e JUNQUEIRA, 2018).

O comparativo mostra claramente a diferença significativa de preços entre produtos convencionais e produtos orgânicos, sendo que os últimos apresentaram preço superior em todos os itens encontrados e analisados. A diferença média de preços ficou em 195,96%. Por intermédio da pesquisa análise comparativa de preços de produtos orgânicos e convencionais em um supermercado da cidade de São Gabriel, RS. pode-se concluir que os produtos orgânicos possuem um preço mais elevado do que os produtos convencionais. Conseqüentemente, isto faz com que muitos consumidores não tenham um poder de compra para adquirir e consumir tais produtos (ZIEMANN, ALVES, PEREIRA, SENNA e SILVEIRA, 2013).

Embora haja um crescimento no mercado de alimentos orgânicos, os preços ainda sim se encontram acima dos convencionais. Com a menor taxa de variação de 41,3%.

5.CONCLUSÃO

Tendo em vista o estudo realizado, o mercado de alimentos orgânicos tem apresentado um crescimento considerável ao longo dos anos. Contudo, na maioria das vezes, o preço do alimento orgânico ainda se mostrou mais elevado.

O estudo mostra a variação de apenas alguns alimentos disponíveis no município, tendo o fator estação para a produção de determinados alimentos.

Foi constatado que apenas um alimento orgânico possui o preço menor que do convencional, o brócolis, sendo ele comercializado nas feiras orgânicas.

O preço médio mais elevado dos alimentos orgânicos em relação aos alimentos convencionais pode ser decisivo na escolha do consumidor por este tipo de produto. Sendo assim, tornam-se necessário, políticas públicas que estimulem, capacitem e deem condições ao pequeno agricultor de produzir este tipo de alimento, para que se torne um produto competitivo e seja acessível à toda população.

O nutricionista em seu papel de promover saúde, oferecer informações, mostrando benefícios, acessibilidade. Encorajando-os a sempre se alimentar da melhor forma.

6.REFERENCIAS

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Lei Nº 10.831 de 23 de Dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.** Brasília, DOU, 2003. Acesso em: 28 de agosto de 2018.

BRASIL. **Consumo de orgânicos leva mercado interno a crescer 40% em 2010.** (Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/02/03/consumo-de-organicos-leva-mercado-interno-a-crescer-40-em-2010>);, 2011. Acesso em: 26 de setembro de 2018.

FAO. **Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura.** Disponível em: < <http://www.fao.org/docrep/meeting/X4983F.htm>>. Acesso em: 22 de agosto de 2018.

LUZ, Adriana; JUNQUEIRA, Ana Maria Resende. **Consumidores e percepção de valor de alimentos orgânicos na região do Distrito Federal.** Cadernos de agroecologia, Distrito Federal, v.13, n.1, Jul 2018. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

MARTINS, A. M.; CAMARGO FILHO, W. P.; BUENO, C. R. F. **Preços de frutas e hortaliças da agricultura orgânica no mercado varejista da cidade de São Paulo.** Inf. Econômicas, v. 36, n. 9, p. 42-52, setembro 2006. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

ONU. **Agricultura familiar promove desenvolvimento rural sustentável e a agenda 2030.** 2017. Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/artigo-agricultura-familiar-promove-desenvolvimento-rural-sustentavel-e-a-agenda-2030/>>. Acesso em: 28 de agosto de 2018.

ORGANICSNET. **Dica de leitura.** Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2016/01/mercado-de-organicos-cresce-o-dobro-no-brasil/>>. Acesso em 25 de setembro de 2018.

ORMOND, José Geraldo Pacheco et al. **Agricultura orgânica: quando o passado é futuro**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 15, p. 3-34, mar. 2002. Disponível em:< <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/2479>>. Acesso em: 27 de agosto de 2018.

PINA, M. A. R. **Comparação entre alimentos orgânicos e convencionais: segurança alimentar, valores nutricionais, benefícios e malefícios**. Universidade Católica de Brasília, 2016. Acesso em: 27 de agosto de 2018.

SÁ. Gleyciane, FANTUZZI. Davi, VERAS. Ana Letícia, PINTO. Júlio Cesar , MOTTA, Vivian Delfino. **Análise comparativa de preço de alimentos convencionais e agroecológicos em Recife e Olinda/PE , 2018**. Trabalho apresentado ao 6º Congresso Latino-Americano, 10º Congresso Brasileiro, 5º Seminário do DF e Entorno, Brasília-DF, 2017. Acesso em: 29 de setembro de 2018. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

SANTIAGO, Ocineia Márcia A; GENTIL, Daniel Felipe de O.; **Estudo comparativo da comercialização de hortaliças orgânicas e convencionais em Manaus, Amazonas**. Revista Brasileira de Agroecologia, [S.L], v.9, n.3, p.124-139, ago. 2014. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

SOUSA, A. A, AZEVEDO, E., LIMA, E. E, SILVA A.P.F. **Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias**. Rev Panam Salud Publica.;31(6):513–7. 2012. Acesso em: 25 de setembro de 2018.

UENO, Vanessa Ayumi ; FAGUNDES, Giovanna Garcia; HABIB, Mohamed. **Análise comparativa entre feiras orgânicas e convencionais, no município de Campinas (SP), 2015**. Trabalho apresentado em 9º Congresso Brasileiro de Agroecologia, Campinas-SP, 2015. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

ZIEMANN, Djulia Regina; ALVES, Ricardo Ribeiro; PEREIRA, Alexandre de Oliveira; SENNA, Ana Julia Teixeira; SILVEIRA, Bruna Denardin. **Análise comparativa dos preços de produtos orgânicos e convencionais em um supermercado da cidade de São Gabriel, RS. 2013.** Trabalho apresentado ao 4º Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental, São Gabriel-RS, 2013. Acesso em: 29 de setembro de 2018.