

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**  
**DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE ENGENHARIA DE BIOPROCESSOS E**  
**BIOTECNOLOGIA**  
**TECNOLOGIA EM ALIMENTOS**

**KAMILA PAZINATO DE SOUZA**

**PANORAMA DA COMERCIALIZAÇÃO DE**  
**ALIMENTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CURITIBA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PONTA GROSSA**

**2018**

**KAMILA PAZINATO DE SOUZA**

**PANORAMA DA COMERCIALIZAÇÃO DE  
ALIMENTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CURITIBA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Alimentos, do Departamento acadêmico de Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Juliana Vitória Messias Bittencourt.

**PONTA GROSSA**

**2018**



Ministério da Educação  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Ponta Grossa  
Departamento de Tecnologia em Alimentos  
Tecnologia em Alimentos



---

## TERMO DE APROVAÇÃO

### PANORAMA DA COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CURITIBA

Por

Kamila Pazinato de Souza

Este TCC foi apresentado em 29 de junho de 2018, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Alimentos. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

---

Juliana Vitoria M. Bittencourt  
Profa Orientadora

---

Sabrina Ávila Rodrigues  
Membro titular

---

Mariely Cristine dos Santos  
Membro titular

Dedico este trabalho à minha família, pelos momentos de ausência, paciência e incentivo para poder realizá-lo.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus por ter me dado paciência, saúde e energia para poder realizar esse trabalho, e conseguir completar mais essa etapa da minha vida.

Certamente estes parágrafos não irão atender a todas as pessoas que fizeram parte dessa importante fase de minha vida. Portanto, desde já peço desculpas àquelas que não estão presentes entre essas palavras, mas elas podem estar certas que fazem parte do meu pensamento e de minha gratidão.

Agradeço a minha orientadora Prof. Dr. Juliana Vitoria, pela sabedoria e confiança com que me guiou nesta trajetória.

Ao Departamento do curso de Tecnologia em Alimentos, pela cooperação e compreensão.

Gostaria de deixar registrado também, o meu reconhecimento à minha família, pois acredito que sem o apoio deles seria muito difícil vencer esse desafio.

A toda equipe do Mercado Municipal de Curitiba, estando sempre dispostos a ajudar com o maior número de informações possíveis para a realização desta pesquisa.

Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram para a realização desta pesquisa.

## RESUMO

SOUZA, Kamila Pazinato de. **Panorama de comercialização de alimentos orgânicos na cidade de Curitiba**. 2018. 38 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Alimentos) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2018.

A procura de uma alimentação mais saudável e livre de agrotóxicos faz com que as pessoas busquem mais os alimentos orgânicos. O presente trabalho tem como objetivo de realizar um estudo comparativo do panorama de comercialização de alimentos orgânicos na cidade de Curitiba, como local de pesquisa o Mercado Municipal de Curitiba e duas redes de supermercados. Buscando conhecer melhor como está a oferta e preço de alimentos orgânicos, então o trabalho apresenta o surgimento da agricultura orgânica, a legislação, certificação para melhor identificação nesses pontos de venda. Pode observar a diversidade dos produtos orgânicos e a comparação dos preços dos alimentos orgânicos com os convencionais no Mercado Municipal e nos dois supermercados. Ainda precisamos eliminar certos tipos de barreiras em relação ao custo, comparados com os alimentos convencionais e identificar as alternativas para que possa ocorrer a redução de preços dos alimentos orgânicos para os consumidores finais.

**Palavras-chave:** Orgânicos. Alimentos orgânicos. Alimentos *in natura*. Comparação de preços.

## ABSTRACT

SOUZA, Kamila Pazinato de. **Panorama of commercialization of organic foods in the city of Curitiba.** 2018. 38 pages. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Alimentos) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2018.

The search for healthier and pesticide-free food makes people look for organic foods more. The objective of this work is to analyze the commercial organic food market in the city of Curitiba, as a research site, the Curitiba Municipal Market and two supermarket chains. Seeking to know better how is the supply and price of organic food, then the work presents the emergence of organic agriculture, legislation, certification for better identification at these points of sale. You can observe the diversity of the organic products and the comparison of the prices of organic foods with the conventional ones in the Municipal Market and in the two supermarkets. We still need to eliminate certain types of cost barriers compared to conventional foods and identify alternatives for the reduction of organic food prices for final consumers.

**Keywords:** Organic. Organic food. Food in natura. Price comparison.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES, GRÁFICOS E QUADROS

Figura 1 - Selo de produto orgânico brasileiro.....	18
Fotografia 1 - Disposição dos alimentos orgânicos no Mercado Municipal de Curitiba – PR .....	26
Fotografia 2 - Disposição dos alimentos convencionais no supermercado A.....	26
Fotografia 3 - Disposição dos alimentos orgânicos no supermercado B.....	27
Gráfico 1 - Diferença % Preço Médio (em reais) dos alimentos convencionais do Mercado Municipal em Curitiba – PR x Supermercados A e B .....	29
Gráfico 2 - Diferença % Preço Médio (em reais) dos alimentos orgânicos do Mercado Municipal em Curitiba – PR x Supermercados A e B .....	32
Quadro 1 - Evolução de Conceitos da Agricultura Orgânica .....	14
Quadro 2 - Lista de alimentos orgânicos disponíveis no Mercado Municipal de Curitiba – PR .....	24



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparativo de preços (em reais) dos alimentos convencionais das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR com os supermercados A e B .....	28
Tabela 2 - Diferença % do preço médio (em reais) dos alimentos convencionais das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR comparados com os supermercados A e B .....	29
Tabela 3 - Comparativo de preços (em reais) dos alimentos orgânicos das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR com os supermercados A e B .....	30
Tabela 4 - Diferença % do preço médio (em reais) dos alimentos orgânicos das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR comparados com os supermercados A e B .....	31

## **LISTA DE SIGLAS**

AOC	Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
SISORG	Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>14</b>
2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGRICULTURA ORGÂNICA.....	14
2.2 DEMANDA POR ALIMENTOS ORGÂNICOS NO BRASIL .....	19
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>22</b>
3.1 LEVANTAMENTO E DIVERSIDADE DE PRODUTOS .....	22
3.2 ANÁLISE DE PREÇOS .....	22
3.3 ALTERNATIVAS PARA MINIMIZAÇÃO DOS PREÇOS .....	23
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>24</b>
4.1 DIVERSIDADE E DISPOSIÇÃO DE PRODUTOS .....	24
4.2 COMPARAÇÃO DE PREÇOS DOS PRODUTOS ORGÂNICOS COM OS CONVENCIONAIS NO MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA.....	28
4.3 ALTERNATIVAS PARA A REDUÇÃO DE PREÇOS DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS .....	32
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>36</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os alimentos orgânicos são considerados mais saudáveis e com menor impacto ao meio ambiente, porque são produzidos de maneira mais natural que dispensa o uso de pesticidas, fertilizantes, antibióticos veterinários, conservantes, aditivos, entre outros. Diante disso, as pessoas preocupadas com sua saúde e qualidade de vida, assim como com o meio ambiente e a sustentabilidade do planeta, têm buscado o consumo destes alimentos.

Além dos aspectos ambientais e de saúde, os orgânicos têm grande importância social e econômica, já que a produção destes alimentos é realizada por produtores agroecológicos, os quais, em geral são pequenos produtores familiares que se organizam em redes, associações, cooperativas e comunidades, que se apoiam mutuamente para a troca de saberes e para a distribuição ou comercialização de sua produção (MELÃO, 2010).

Assim, diante do aumento da disponibilidade de informações sobre alimentação e saúde que hoje existe principalmente na internet e redes sociais, a consciência por uma alimentação saudável tem gerado uma busca maior por alimentos orgânicos.

Apesar dessas preocupações, diversas pesquisas mostraram que a percepção geral entre os consumidores é de que os alimentos orgânicos possuem preços altos ou não são tão fáceis de serem encontrados nos principais pontos de vendas, como supermercados (BARBOSA, et al., 2011; GUIMARÃES, et al., 2013; ORGANIS, 2017; SILVA; CÂMARA; DALMAS, 2005), o que pode levar a serem consumidos apenas por pessoas com renda maior ou que residem em grandes cidades.

Com base nesse contexto, pretende-se contribuir para as pesquisas na área de Tecnologia dos Alimentos ao identificar se há realmente grande diferença de preços entre os alimentos orgânicos e os produtos convencionais e se as pessoas conseguem diferenciá-los apenas pela maneira como são expostos nas prateleiras de bancas de hortifrúti do Mercado Municipal de Curitiba – PR.

Assim, o objetivo geral da pesquisa foi realizar um estudo comparativo do panorama de comercialização de alimentos orgânicos na cidade de Curitiba – PR.

Para que a análise fosse realizada, estabeleceu – se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar quais os alimentos orgânicos estão entre os mais vendidos no Mercado Municipal de Curitiba – PR e duas redes de supermercados;
- Comparar os preços destes alimentos orgânicos com alimentos convencionais (não orgânicos) em diferentes pontos de venda (entre diferentes bancas do Mercado Municipal de Curitiba e dois supermercados);
- Descrever alternativas para diminuir o custo dos alimentos orgânicos.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGRICULTURA ORGÂNICA

Para compreender melhor o que é a agricultura orgânica e seus fundamentos, primeiramente é necessário abordar as transformações pelas quais passou o setor agrícola, assim como a própria história da evolução econômica e social humana de uma forma geral. Historicamente, até os dias atuais já ocorreram três grandes avanços tecnológicos que resultaram em grandes transformações econômicas, culturais e sociais ao redor do mundo: a Primeira, Segunda e Terceira Revoluções Industriais. Essas fases da história também influenciaram na agricultura.

De acordo com Mazzoleni e Nogueira (2006), para entender a agricultura orgânica é necessário compreender a evolução dos conceitos relacionados com as grandes transformações tecnológicas, conforme demonstradas no quadro a seguir:

**Quadro 1 - Evolução de Conceitos da Agricultura Orgânica**

NA ECONOMIA EM GERAL		NO SETOR AGRÍCOLA	
1750 1760 1770	<b>Primeira Revolução Industrial</b> Máquinas a vapor, Siderurgia, concentração da produção nas fábricas com auxílio das máquinas. Necessidade de mão de obra para a produção.	1750 1760 1770	<b>Primeira Revolução Agrícola</b> União entre agricultura e pecuária, Sistemas de rotação, Dependência da matéria orgânica, Fim da escassez crônica de alimentos, Liberação de mão de obra.
1860 1870 1930	<b>Segunda Revolução Industrial</b> Motor a combustão interna, Combustíveis a base de petróleo, Energia elétrica, Aço  Grandes crises sociais	1840 1850 1860 1890 1920 1930 1940	<b>Segunda Revolução Agrícola</b> Fertilizante químico, Separação da agricultura/pecuária, Melhoramento genético, Surgimento da monocultura e da Agricultura Comercial. Tratores de combustão interna Agricultura biodinâmica (Alemanha e Áustria) Agricultura natural (Japão), Agricultura organo-biológica (Suíça e Áustria), Agricultura orgânica (Grã Bretanha) Uso do DDT como inseticida

1950	<b>Grandes Inovações Tecnológicas</b> Crescentes desastres ambientais		
1960	Limites do desenvolvimento	1960	<b>Revolução Verde</b> Primavera silenciosa Pacotes tecnológicos, Crédito subsidiado, Estruturas: ensino, pesquisa, extensão. USDA – relatório sobre agricultura orgânica Engenharia genética, Biopesticidas, Países da União Europeia incentivam a agricultura orgânica, Grande salto na área cultivada.
1970	Conferencia de Estocolmo	1970	
1980	Nosso futuro Comum e surge o termo “desenvolvimento sustentável”	1980	
1990	ECO-92 e Agenda 21 Global	1990	

Fonte: Adaptado de Mazzoleni e Nogueira (2006, p. 267)

De acordo com o Quadro 1, durante a Primeira Revolução Industrial houve uma grande migração de mão-de-obra para as fábricas, enquanto sob o aspecto do setor agrícola, havia uma grande dependência de matéria orgânica para fertilização constante da terra. A Segunda Revolução Agrícola apresenta como inovação os fertilizantes químicos, e, paralelamente às inovações da Revolução Industrial, diversas inovações são somadas ao setor agrícola. Nessa fase cresceu bastante o poder do homem sobre a natureza e aumentou o interesse sobre a produtividade, gerando as monoculturas, a especialização agrícola e, em função deste tipo de produção agrícola, surgem os agroquímicos como os inseticidas e implementos agrícolas (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006).

Em função do crescimento desses agentes, em outra vertente surgem formas alternativas de produção agrícola em iniciativas espalhadas pelo mundo, simultâneas e independentes entre si, que são: Agricultura biodinâmica na Alemanha e Áustria, a Agricultura natural no Japão, a Agricultura organo-biológica na Suíça e Áustria, e a Agricultura orgânica nos Estados Unidos e Grã Bretanha (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006).

Essas visões de uma agricultura que respeitasse o meio ambiente estavam inseridas em um mundo apenas preocupado com o ‘crescimento’ econômico, entendido os aspectos econômicos e sociais. Ao invés de desenvolver conhecimentos e inovações para produção agrícola sem agressões ecológicas, o mundo científico e empresarial caminhou, ou melhor, correu para o outro lado. Neste universo, as prioridades gerais eram o aprofundamento das características da Segunda Revolução Agrícola, buscando através da tecnologia o controle sobre a natureza. O resultado desses esforços culminou com a Revolução Verde (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006, p. 268).

Segundo Silva e Silva (2016), a Revolução Verde se iniciou após a 2ª Guerra Mundial, tendo como objetivo utilizar as tecnologias desenvolvidas até então, com aplicação intensiva de adubos químicos e o aumento das monoculturas, sendo que os efeitos nocivos dessas práticas começaram a ser questionadas nos anos 1970, o que impulsionou o desenvolvimento da agricultura orgânica. Dentre os principais questionamentos dessa fase, estão as condições sobre conciliar o desenvolvimento econômico e tecnológico com o equilíbrio ecológico do planeta.

O debate sobre a sustentabilidade dos recursos passou a ser mais forte a partir da noção de que os recursos naturais são escassos e que o planeta já não suportaria o desenvolvimento econômico e o aumento da produção nos mesmos moldes que vinham ocorrendo desde o início da Revolução Industrial. A degradação permanente e desenfreada do meio ambiente e do seu ecossistema formaram as bases para que fosse refletida em uma educação ambiental, de forma a conscientizar as gerações atuais e futuras sobre questões de natureza primordial para a manutenção da vida no planeta (MARTIRANI et al., 2006).

Esse pensamento contribuiu para a construção de uma nova lógica de civilização e para superar os desafios da transformação necessária do modelo de desenvolvimento dominante até hoje, que pode estar próximo de um colapso ambiental. Portanto, é necessário estabelecer uma nova relação entre homem-natureza-sociedade. Assim, a chegada de um sentimento coletivo de preocupação com as questões ambientais e para a construção de uma sociedade sustentável, participativa e justa recebeu maior visibilidade com a conferência mundial ECO-92, conforme Martirani et al. (2006, p. 2):

Na ocasião da ECO-92 representantes de 1300 organizações não-governamentais (ONGs) de 108 países, inscritos no Fórum Internacional de ONGs e Movimentos Sociais, realizado no Rio de Janeiro em junho de 1992, redigiram 36 planos de ação, aprovados em plenária e denominados tratados, entre os quais o “TRATADO SOBRE CONSUMO E ESTILO DE VIDA”, que faz severas críticas ao modelo de civilização dominante e à “ordem econômica mundial caracterizada pela produção e consumo sempre crescentes, o que esgota e contamina nossos recursos naturais, além de criar e perpetuar desigualdades gritantes entre as nações, bem como dentro delas”.

O conceito de desenvolvimento sustentável está ligado com a necessidade de uma nova ordem econômica internacional e foi apresentado pela primeira vez na Conferência de Estocolmo em 1972 e sistematizado em 1987 pelo Relatório



Brundtland, “Nosso Futuro Comum”, preparado pelo Departamento de Meio Ambiente e Desenvolvimento, em uma Comissão Mundial da Organização das Nações Unidas (ONU). De acordo com este relatório, o desenvolvimento sustentável não é um estado permanente de harmonia, mas um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a direção do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais são pensadas de acordo com as necessidades atuais e futuras (JACOBI, 2003).

As ideias de patrimônio ambiental e redução das desigualdades sociais são altamente valorizadas ao longo do Relatório, tornando-se os princípios norteadores das análises e propostas. Esta abordagem do desenvolvimento sustentável discute as desigualdades econômicas e sociais entre diferentes países como uma das causas da degradação ambiental e propõe políticas para abordar esses problemas (JACOBI, 2003).

A partir dessa noção de desenvolvimento sustentável cresce - se o interesse pela agricultura orgânica, onde inicialmente, a questão da justiça social não era necessariamente abordada, mas possuía como principais bases o “redesenho da produção agrícola, com a valorização das interações ecológicas e com a diminuição do uso de insumos químicos” (SILVA; SILVA, 2016, p. 1032). Para Mazzoleni e Nogueira (2006, p. 269), termo agricultura orgânica “abrange todas as demais definições que atentem para o problema de desenvolver a agricultura de forma economicamente viável, social justa e ambiental correta”.

Sob o ponto de vista da legislação brasileira, o termo agricultura orgânica foi introduzido pela Instrução Normativa Nº 7, de 17 de maio de 1999 (BRASIL, 1999) e o sistema de produção de orgânicos no Brasil foi regulamentado pela Lei Federal número 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Nessa Lei Federal, um sistema orgânico de produção agropecuária é todo aquele que em que são adotadas 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 ecológica e econômica, 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 (BRASIL, 2003).

Uma das influências para a criação desta lei foi da própria sociedade em termos mundiais no Brasil, já existiam pessoas interessadas na produção e consumo de orgânicos desde os anos 1970, acompanhando as tendências mundiais, mas grande parte se tratando de iniciativas isoladas (ALVES, SANTOS, AZEVEDO, 2012). Depois dos anos 1990, devido maiores informações das pessoas sobre os malefícios do uso abusivo de agrotóxicos, fertilizantes e sementes modificadas, aumentou o interesse em consumir alimentos livres de agentes químicos, em virtude dos graves danos à saúde causados por ele (BARBOSA et al., 2011). Desde então, há pessoas cada vez mais interessadas em consumir alimentos mais saudáveis bem como preocupados com a sustentabilidade do planeta. Assim, essas pessoas têm preferência por produtos *in natura* e orgânicos e procuram diminuir o consumo de produtos processados.

De acordo com Dias et al. (2015) “A comercialização da agricultura orgânica certificada (AO) se espalhou para mais de 130 países em todo o mundo e a demanda por produtos orgânicos é impulsionada pela crença de que são mais saudáveis, saborosos e ecológicos do que produtos convencionais (PCs)”.

No Brasil, para que produtos comercializados possam receber a classificação de orgânicos, os produtores devem estar regularizados e devem obter a certificação pelo Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica – OAC, credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA.

A partir de 2010, passou a ser exigido o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – SISORG, apresentado na Figura 1, conforme a Instrução Normativa Nº 50 de 05 de novembro de 2009.

Figura 1 - Selo de produto orgânico brasileiro



Fonte: SISORG

O selo não é obrigatório apenas para os orgânicos que são comercializados diretamente pelos agricultores familiares da agricultura orgânica. Mas, nesse caso, os agricultores devem estar organizados em grupo e tem que ser cadastrados junto ao MAPA para realizar a venda direta sem a certificação, ou seja, a venda só pode ser realizada nas feiras ou direto aos consumidores, ou ainda para as compras governamentais como a merenda escolar. Os produtos certificados podem ser comercializados em feiras, supermercados, lojas, restaurantes, hotéis, pela internet, entre outros.

## 2.2 DEMANDA POR ALIMENTOS ORGÂNICOS NO BRASIL

O Brasil é um país multiétnico que se formou a partir da mistura inicial entre três culturas: dos grupos indígenas nativos, dos colonizadores portugueses e dos negros da África que foram escravizados. Mas também recebeu forte influência dos imigrantes europeus e asiáticos que vieram morar no país.

Durante a segunda onda de imigração europeia, o Brasil recebeu importantes fluxos de imigrantes europeus e orientais: portugueses, espanhóis, italianos, alemães, japoneses, eslavos, árabes e outros em menor quantidade, como os chineses, durante o século XIX e princípios do século XX. Atualmente, ainda estão chegando novos imigrantes como os haitianos ou sírios. A cultura brasileira foi, fortemente influenciada pelos imigrantes de em diversos aspectos, como por exemplo na comida, possibilitando a existência de diferentes sabores e temperos devido a culinária das diferentes regiões do mundo que foi integrada aos frutos e legumes originais de cada região do Brasil (SONATI; VILARTA; SILVA, 2009).

Segundo a CNSAN (2017), além das já citadas influências (colonização portuguesa, imigrantes europeus e cultura asiática, indígena e africana), a caracterização da cultura alimentar brasileira deve considerar outros três aspectos:

- Dimensão continental do país, não só em seus aspectos físicos, mas na própria diversidade das condições históricas de apropriação e colonização de seu território;
- Forte presença de famílias italianas, alemãs, espanholas, polonesas, japonesas, árabes entre outras. Além da influência inicial de portugueses,

negros e índios, a forte presença das famílias desses países, que se instalaram em regiões específicas do país, introduzindo seus hábitos alimentares. Por exemplo, os imigrantes italianos trouxeram a pizza, os alemães a cerveja e as salsichas condimentadas, os japoneses influenciaram os brasileiros a comer vegetais, saladas e peixes (também patrimônio cultural indígena), entre outros.

- Fatores ambientais e sua influência nas condições de vida como clima, tipo de solo, disposição geográfica, fauna e flora de cada região e a própria capacidade de diferentes grupos sociais de terem acesso à alimentação.

Essas informações são importantes para conhecer um pouco sobre o perfil alimentar do cidadão brasileiro e identificar como a procura por alimentos orgânicos *in natura* pode ser diferenciada de acordo com cada região.

Além disso, nos últimos 60 anos, a comida passou por um processo de grande mudança em quase todo o mundo, com uma tendência crescente para a padronização dos hábitos alimentares. No Brasil, esse processo também ocorreu em parte, motivado pelas mesmas causas que prevaleceram na maioria dos outros países: urbanização, expansão dos sistemas de comunicação e transporte. Assim, enquanto a urbanização desencadeou a necessidade de reduzir o tempo de preparação de alimentos e seu consumo, gerando maior procura por alimentos prontos ou fáceis de preparar; houve encurtamento das distâncias entre os diferentes mercados, proporcionando a facilidade para conhecer alimentos de regiões distantes e ampliação nas opções de escolha. Isso acelerou a troca de hábitos alimentares entre as diferentes regiões do país, assim como o contato e até a adoção de culturas alimentares de outras partes do mundo (SONATI; VILARTA; SILVA, 2009).

Conforme pesquisa realizada pela Proteste – Associação de Consumidores em 2015, que teve como objetivo avaliar os hábitos alimentares dos brasileiros, houve aumento no consumo de hortaliças e redução no consumo de carne, bem como uma maior disposição das pessoas em pagar mais por alimentos orgânicos e socialmente sustentáveis. Entre os participantes da pesquisa que constou de uma amostra de 760 respondentes, 48% disseram que consumiram menos proteína animal no ano anterior à pesquisa e, desse grupo, 89% a substituíram por proteína vegetal, como a soja, sendo que 37% compraram menos carne vermelha. Mais da metade dos respondentes (51%) disse que reduziu a compra de doces e sobremesas, 32% consumiram menos bebidas adoçadas como refrigerantes. Em contrapartida, mais

frutas foram colocadas no carrinho (38%), mais vegetais (32%) e mais peixes (33%). A maioria dos respondentes (94%) afirmou que estaria disposta a consumir mais produtos orgânicos se a oferta fosse maior e 40% disseram que pagariam até 5% a mais por alimentos orgânicos que garantiriam o bem-estar animal (BRASIL, 2015).

Ainda de acordo com este estudo, as mulheres são mais flexíveis em comer alimentos saudáveis e também, são as principais responsáveis pelo abastecimento da casa em 62% dos lares brasileiros. Ao serem questionados sobre suas preocupações com a segurança alimentar, os entrevistados destacaram que os principais aspectos que os preocupavam era o excesso de pesticidas na agricultura e hormônios na carne. Assim, os resultados desse estudo revelaram um novo tipo de preocupação pelos brasileiros, relacionado aos cuidados com a saúde vinculados à alimentação.

Diante desses dados, percebe-se que os consumidores têm ficado cada vez mais exigentes e não se limitam apenas às propriedades organolépticas dos alimentos, mas também aos níveis de colesterol, gordura, calorias, açúcar, sódio, vitaminas, além dos valores agregados como embalagens e até mesmo a maneira como foram produzidos antes de realizar suas escolhas. Dessa forma, ocorre o aumento da procura por alimentos que agredem menos a saúde, como é o caso dos orgânicos (SOUSA et al., 2012).

De acordo com uma pesquisa mais recente, realizada pelo Conselho Brasileiro de Produção Orgânica e Sustentável (ORGANIS, 2017) aproximadamente 15% da população brasileira havia comprado orgânicos pelo menos nos dois meses que antecederam a realização da pesquisa, mas o principal fator limitante para a decisão de compra dos orgânicos foi o preço, visto que 62% dos entrevistados mencionaram que a falta de preços acessíveis era um dos principais impedimentos para consumirem mais produtos orgânicos. Outros fatores mencionados foram a falta de locais próximos de suas residências com 32% dos respondentes e a falta de conhecimento sobre produtos orgânicos foi mencionada por 11% dos entrevistados.

### 3 METODOLOGIA

A estratégia de investigação para esta pesquisa foi um estudo de caso que teve como técnicas de coleta de dados a pesquisa bibliográfica e documental, além de entrevistas e observação. Conforme Gil (2002, p. 141) “nos estudos de caso os dados podem ser obtidos mediante análise de documentos, entrevistas, depoimentos pessoais, observação espontânea, observação participante e análise de artefatos físicos”.

#### 3.1 LEVANTAMENTO E DIVERSIDADE DE PRODUTOS

Para obter a variedade de alimentos orgânicos no Mercado Municipal de Curitiba, foram escolhidas três bancas que comercializam orgânicos *in natura*, e três bancas que comercializam alimentos convencionais (não orgânicos). Após essa definição, foi levantada as variedades comercializadas em cada uma das bancas, para comparação de oferta de orgânicos e oferta de convencionais. A organização dos alimentos seguiu a classificação indicada no “Guia Alimentar Para A População Brasileira: Promovendo a Alimentação Saudável”, publicado pelo Ministério da Saúde (BRASIL, 2014).

#### 3.2 ANÁLISE DE PREÇOS

A análise de preços foi realizada com base em comparação de preços observados dos alimentos de maior procura. Dessa forma, foram selecionados 18 alimentos, entre todos que compõem o maior volume de vendas, de acordo com os feirantes pré-selecionados. Além da busca de preços realizadas no Mercado Municipal, foram pesquisados os preços em dois supermercados da cidade. Para a análise comparativa de preços, foi elaborada uma relação de porcentagem para definir a diferença de preços entre as bancas orgânicas, convencionais e os supermercados.

### 3.3 ALTERNATIVAS PARA MINIMIZAÇÃO DOS PREÇOS

A partir da realização da análise de preços dos alimentos com maior volume de venda, foram levantadas, na bibliografia, alternativas para a minimização dos preços dos alimentos orgânicos para os feirantes, o que possivelmente facilitaria o acesso a população considerada de baixa renda.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa de campo para o trabalho foi realizada em três datas distintas. A primeira visita ao Mercado Municipal de Curitiba ocorreu em 08/04/2018 no período da manhã. A visita ao supermercado A foi realizada em 08/06/2018 no período da tarde, e no dia 10/06/2018 foi realizada uma nova visita ao Mercado Municipal de Curitiba e ao supermercado B.

### 4.1 DIVERSIDADE E DISPOSIÇÃO DE PRODUTOS

Em todos os locais visitados foi encontrada uma boa diversidade de alimentos, tanto de orgânicos quanto de convencionais.

**Quadro 2 - Lista de alimentos orgânicos disponíveis no Mercado Municipal de Curitiba – PR**

<b>BANCA C</b>	<b>BANCA D</b>	<b>BANCA F</b>
Abacaxi	n/a	n/a
Abóbora	Abóbora	Abóbora
Abobrinha	Abobrinha	Abobrinha
Alface lisa e crespa	Alface lisa e crespa	Alface lisa e crespa
n/a	n/a	Alface roxa
Alho	Alho	Alho
Ameixa	n/a	n/a
Banana caturra e prata	Banana caturra	Banana caturra
Batata doce e inglesa	Batata doce	Batata doce e inglesa
Brócolis	Brócolis	Brócolis
Cebola	Cebola	Cebola
n/a	n/a	Cebola roxa
Cebolinha	Cebolinha	Cebolinha
Cenoura	Cenoura	Cenoura
Couve manteiga	Couve manteiga	Couve manteiga



n/a	Couve flor	n/a
Laranja pera e lima	Laranja	Laranja
Maçã Fuji	Maçã Fuji	Maçã Fuji
Pera importada	n/a	n/a
n/a	Pimentão amarelo	n/a
n/a	Pitaya	n/a
Repolho	n/a	n/a
Salsinha	Salsinha	Salsinha
Tomate italiano	Tomate italiano	Tomate italiano

**Fonte: Autoria própria, 2018**

O Quadro 2 apresenta a lista de alimentos orgânicos disponível nas bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR. Nota-se que os consumidores que procuram um alimento orgânico, procuram um alimento de qualidade e diversidade. Guimarães et al. (2013) fizeram um estudo de análise estatística das opiniões e valores sobre produtos orgânicos com uma amostra aleatória probabilística de 400 consumidores de Campo Grande – MS, como resultado desse estudo que teve como objetivo “entender como os consumidores veem os produtos orgânicos”, foi identificado que os principais atributos que determinam na “compra de alimentos orgânicos estão relacionados a sabor, saúde, meio ambiente, preço, marca e aparência” (GUIMARÃES et al., 2013, p. 59).

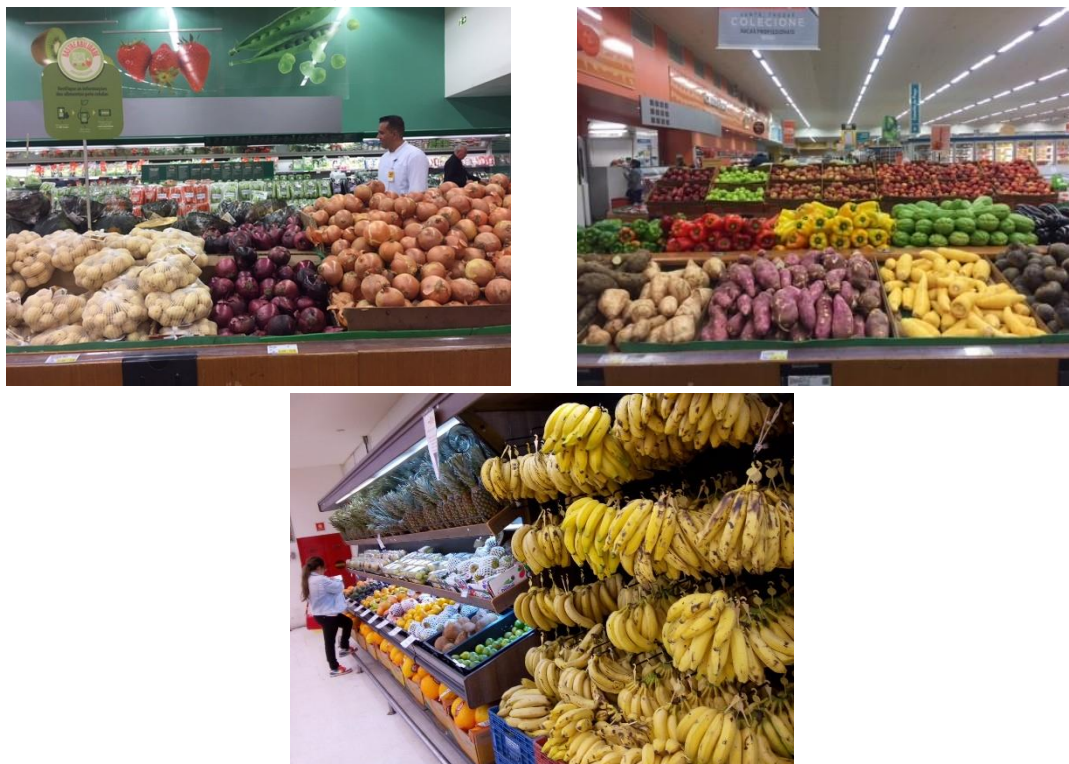
Em termos de tipo de comercialização dos alimentos, observou-se que nas bancas do Mercado Municipal a apresentação dos alimentos era principalmente a granel, tanto os orgânicos quanto os convencionais, com a possibilidade de comprar uma quantidade de acordo com a necessidade do cliente, com o preço cobrado por peso, sem embalagens fracionadas, e ainda algumas verduras que eram vendidas em molhos ou maços. Já nos supermercados, os orgânicos estavam em pacotes com uma quantidade padrão, dependendo da marca que estava sendo comercializada, conforme as imagens mostradas a seguir.

**Fotografia 1 - Disposição dos alimentos orgânicos no Mercado Municipal de Curitiba – PR**



Fonte: Aatoria própria, 2018

**Fotografia 2 - Disposição dos alimentos convencionais no supermercado A**



Fonte: Aatoria própria, 2018

**Fotografia 3 - Disposição dos alimentos orgânicos no supermercado B**



**Fonte: Autoria própria, 2018**

Foi percebido que todos os produtos expostos nos supermercados nas gôndolas de orgânicos tinham o selo federal do SISORG.

A forma de exposição dos alimentos convencionais não possui muita diferença, seja no Mercado Municipal ou nos supermercados, ou seja, os alimentos estão dispostos de forma simples, empilhada e podem ser comprados a granel, em geral com o preço por peso.

A exposição dos alimentos orgânicos no supermercado B está em uma área refrigerada dos hortifrútis, conforme mostra a Fotografia 3, com facilidade de identificação por parte dos clientes, as embalagens de cada marca em quantidades padronizadas.

Este resultado é diferente do que Silva, Câmara e Dalmas (2005) concluíram sobre a exposição dos orgânicos nos três supermercados pesquisados na cidade de Londrina – PR. O que se pode concluir, visto que a pesquisa desses autores foi realizada há mais de 10 anos e, como na época ainda não era obrigatório o selo da certificação para a venda de orgânicos em supermercados, é que o mercado evoluiu e os supermercados atualmente estão buscando vender esses alimentos para seus clientes, devido à procura que aumentou, como mostrado na pesquisa de Organis (2017). Provavelmente, a entrega para os supermercados tem sido mais regular e os consumidores também já sabem que podem encontrar esses alimentos no supermercado, o que motiva os supermercados a terem um espaço específico para a sua exposição.

## 4.2 COMPARAÇÃO DE PREÇOS DOS PRODUTOS ORGÂNICOS COM OS CONVENCIONAIS NO MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA

A Tabela 1 apresenta a comparação de preços com os alimentos convencionais encontrados em três bancas do Mercado Municipal de Curitiba e seu preço médio, seguido dos preços dos supermercados A e B.

**Tabela 1 - Comparativo de preços (em reais) dos alimentos convencionais das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR com os supermercados A e B**

	BANCA G	BANCA H	BANCA I	PREÇO MÉDIO	SUPERMERCADO A	SUPERMERCADO B
Abóbora	5,00 / kg	5,00 / kg	5,00 / kg	5,00	1,35 / kg	6,56 / kg
Alface	1,50 / pé	2,00 / pé	1,50 / pé	1,66	2,87 / pé	1,59 / pé
Alho	40,00 / kg	35,00 / kg	40,00 / kg	38,33	50,00 / kg	12,00 / kg
Banana caturra	4,00 / kg	4,00 / kg	4,00 / kg	4,00	1,99 / kg	2,70 / kg
Batata	3,50 / kg	3,50 / kg	3,50 / kg	3,50	3,98 / kg	1,98 / kg
Cebola	6,00 / kg	5,00 / kg	6,00 / kg	5,67	3,98 / kg	4,29 / kg
Cenoura	2,50 / kg	2,50 / kg	2,50 / kg	2,50	2,89 / kg	2,98 / kg
Couve manteiga	3,00 / maço	2,50 / maço	3,00 / maço	2,83	3,15 / maço	2,98 / maço
Limão	7,00 / kg	8,00 / kg	7,00 / kg	7,33	3,95 / kg	4,98 / kg
Maçã Fuji	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00	4,70 / kg	6,98 / kg
Salsinha e cebolinha	2,00 / maço	2,00 / maço	2,00 / maço	2,00	3,25 / maço	1,67 / maço
Tomate italiano	7,00 / kg	7,00 / kg	7,00 / kg	7,00	7,12 / kg	6,98 / kg
Tomate pomodoro	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00	7,12 / kg	6,98 / kg

**Fonte: Autoria própria, 2018**

Nas bancas do Mercado Municipal pode-se observar que os preços são mais padronizados, diferentemente como apresentado nos supermercados para alguns dos produtos.

Em relação à variação do preço médio das bancas com os preços encontrados nos mercados convencionais, observou-se uma diferença significativa.

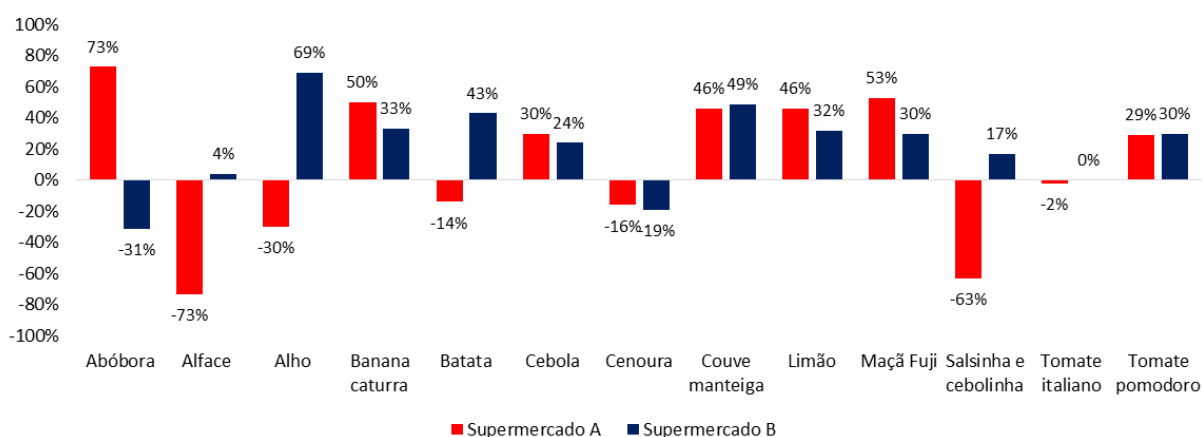
**Tabela 2 - Diferença % do preço médio (em reais) dos alimentos convencionais das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR comparados com os supermercados A e B**

PRODUTOS	PREÇO MÉDIO	SUPERMERCADO A	SUPERMERCADO B	DIFERENÇA % PREÇO MEDIO x SUPERMERCADO A	DIFERENÇA % PREÇO MEDIO x SUPERMERCADO B
<b>Abóbora</b>	<b>5,00</b>	<b>1,35</b>	<b>6,56</b>	<b>73%</b>	<b>-31%</b>
Alface	1,66	2,87	1,59	-73%	4%
Alho	38,33	50,00	12,00	-30%	69%
Banana caturra	4,00	1,99	2,70	50%	33%
Batata	3,50	3,98	1,98	-14%	43%
Cebola	5,67	3,98	4,29	30%	24%
Cenoura	2,50	2,89	2,98	-16%	-19%
Couve manteiga	5,83	3,15	2,98	46%	49%
Limão	7,33	3,95	4,98	46%	32%
Maçã Fuji	10,00	4,70	6,98	53%	30%
<b>Salsinha e cebolinha</b>	<b>2,00</b>	<b>3,25</b>	<b>1,67</b>	<b>-63%</b>	<b>17%</b>
Tomate italiano	7,00	7,12	6,98	-2%	0%
Tomate pomodoro	10,00	7,12	6,98	29%	30%

Fonte: Autoria própria, 2018

A Tabela 2 apresenta um comparativo de preços dos alimentos convencionais no Mercado Municipal de Curitiba – PR com os supermercados A e B. Podemos notar que a variação de preços das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR com os alimentos convencionais comercializados nos supermercados possui elevada disparidade em alguns casos e inclusive havendo casos de alimentos que estão mais baratos no Mercado Municipal de Curitiba – PR, como por exemplo, a cenoura e a alface.

**Gráfico 1 - Diferença % Preço Médio (em reais) dos alimentos convencionais do Mercado Municipal em Curitiba – PR x Supermercados A e B**



Fonte: Autoria própria, 2018

Silva, Câmara, Dalmas (2005) analisaram os determinantes do consumo dos produtos orgânicos na cidade de Londrina-PR. Os autores desenvolveram um questionário e entrevistaram 91 consumidores em três supermercados: Carrefour, Super Muffato e Fatão. Foram coletadas as opiniões dos consumidores sobre os fatores que estimularam a compra e as barreiras para a aquisição dos produtos nos referidos mercados, assim como também foram analisadas as estratégias de posicionamento dos produtos nas gôndolas dos mercados. Como resultados, os autores identificaram que “o fator econômico é o grande complicador, pois os consumidores alegaram que o preço alto dos produtos orgânicos dificulta o consumo” (SILVA; CÂMARA; DALMAS, 2005, p, 103). Também verificaram a necessidade de que houvesse uma melhor disposição destes produtos nas lojas, já que a localização, normalmente fica concentrada em uma única seção e que houvesse maior regularidade dos produtos orgânicos nos estabelecimentos, indicando falhas na entrega e distribuição dos mesmos.

**Tabela 3 - Comparativo de preços (em reais) dos alimentos orgânicos das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR com os supermercados A e B**

PRODUTOS	BANCA C	BANCA D	BANCA F	PREÇO MÉDIO	SUPERMERCADO A	SUPERMERCADO B
Abobrinha	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00	8,09 / kg	n/a
Alface crespa	2,00 / maço	3,50 / maço	2,00 / maço	2,50	3,00 / maço	4,20 / maço
Alface lisa	2,00 / maço	2,00 / maço	2,00 / maço	2,00	3,00 / maço	n/a
Alho	35,00 / kg	40,00 / kg	35,00 / kg	36,67	116,13 / kg	n/a
Banana caturra	5,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	8,33	3,47 / kg	n/a
Batata doce	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00	3,39 / kg	n/a
Batata inglesa	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00 / kg	10,00	7,70 / kg	6,00 / kg
Brócolis	5,50 / pé	6,00 / pé	5,50 / pé	5,67	6,64 / pé	15,76 / kg
Cebola	4,50 / kg	5,50 kg	5,00 / kg	5,00	n/a	n/a
Cebolinha	3,50 / maço	3,50 / maço	3,50 / maço	3,50	4,20 / maço	2,29 / maço
Cenoura	6,00 / kg	6,00 / kg	6,00 / kg	6,00	4,75 / kg	5,62 / kg
Couve manteiga	3,00 / maço	3,00 / maço	3,00 / maço	3,00	3,27 / maço	16,43 / kg
Maçã Fuji	25,00 / kg	23,00 / kg	25,00 / kg	24,33	9,89 / kg	n/a

**Fonte: Aatoria própria, 2018**

**Tabela 4 - Diferença % do preço médio (em reais) dos alimentos orgânicos das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR comparados com os supermercados A e B**

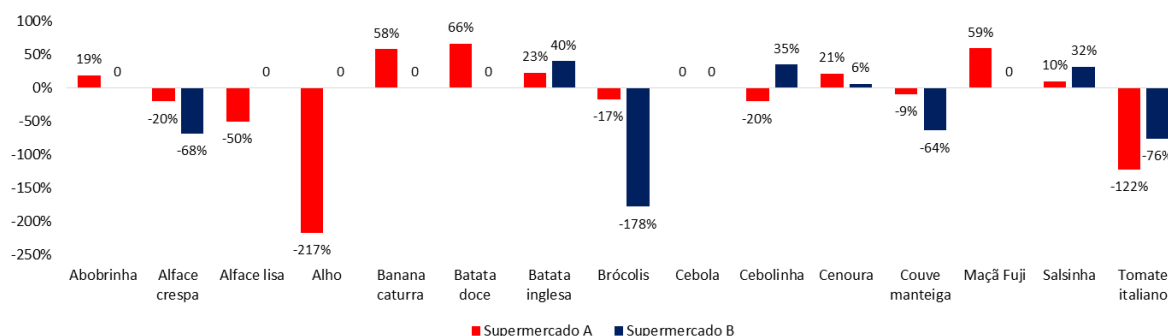
PRODUTOS	PREÇO MÉDIO	SUPERMERCADO A	SUPERMERCADO B	DIFERENÇA % PREÇO MÉDIO x SUPERMERCADO A	DIFERENÇA % PREÇO MÉDIO x SUPERMERCADO B
Abobrinha	10,00	8,09 / kg	n/a	19%	n/a
Alface crespa	2,50	3,00 / maço	4,20 / maço	-20%	-68%
Alface lisa	2,00	3,00 / maço	n/a	-50%	n/a
<b>Alho</b>	<b>36,67</b>	<b>116,13 / kg</b>	<b>n/a</b>	<b>-217%</b>	<b>n/a</b>
Banana caturra	8,33	3,47 / kg	n/a	58%	n/a
<b>Batata doce</b>	<b>10,00</b>	<b>3,39 / kg</b>	<b>n/a</b>	<b>66%</b>	<b>n/a</b>
Batata inglesa	10,00	7,70 / kg	6,00 / kg	23%	40%
Brócolis	5,67	6,64 / kg	15,76 / kg	-17%	-178%
Cebola	5,00	n/a	n/a	n/a	n/a
Cebolinha	3,50	4,20 / maço	2,29 / maço	-20%	35%
Cenoura	6,00	4,75 / kg	5,62 / kg	21%	6%
Couve manteiga	<b>3,00</b>	3,27 / maço	4,93 / maço	-9%	-64%
Maçã Fuji	24,33	9,89 / kg	n/a	59%	n/a
Salsinha	3,33	3,00 / maço	2,28 / maço	10%	32%
Tomate italiano	11,33	25,13 / kg	19,95 / kg	-122%	-76%

**Fonte: Autoria própria, 2018**

De acordo com a Tabela 4, os produtos encontrados com o valor mais elevado nas bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR foram por exemplo a batata doce e inglesa, cenoura, maçã Fuji, salsinha, abobrinha e banana caturra. E em contrapartida, os produtos com o preço menor foram o alho, couve manteiga, brócolis, tomate italiano, alface lisa e crespa. Podemos atribuir esse fato por serem produtos mais procurados e com menor durabilidade em relação aos demais.

A pesquisa mostra que nem sempre os alimentos orgânicos são mais caros que os convencionais, bem como nem sempre os preços praticados nos supermercados são maiores do que em locais populares como o Mercado Municipal de Curitiba - PR.

**Gráfico 2 - Diferença % Preço Médio (em reais) dos alimentos orgânicos do Mercado Municipal em Curitiba – PR x Supermercados A e B**



**Fonte: Autoria própria, 2018**

As pesquisas apresentadas tratam de temas similares ao deste trabalho, pois Barbosa et al. (2011) pesquisaram sobre fatores como preços dos alimentos orgânicos e fizeram uma comparação com os convencionais; Guimarães et al. (2013) identificaram alguns dos atributos que fazem os consumidores optar pela compra de orgânicos, enquanto que Silva, Câmara e Dalmas (2005) acrescentaram em sua pesquisa uma análise sobre a forma de exposição dos orgânicos nos supermercados. Assim, acredita-se que as perguntas dos questionários aplicados pelos autores podem ser exploradas com maior profundidade para contribuir na elaboração das entrevistas e para a observação dos estabelecimentos que serão analisados na pesquisa de campo.

#### 4.3 ALTERNATIVAS PARA A REDUÇÃO DE CUSTOS DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS

De acordo com Rodrigues et al. (2009), os padrões nutricionais variam por causa de mudanças econômicas, sociais, demográficas e relacionadas à saúde, sendo que, nos últimos anos ocorreram algumas mudanças socioculturais no Brasil como, perda da identidade cultural e aumento dos gastos com alimentação fora de casa, devido à urbanização, aumento do poder aquisitivo e da distância entre a casa e o trabalho.

Os autores também observaram uma diminuição no consumo de alimentos típicos de cada região (frutas e vegetais) e aumento no consumo de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, gordura e sal, principalmente industrializados.



Os alimentos estão divididos em quatro categorias principais, segundo o mesmo Guia Alimentar (BRASIL, 2014, p. 25-26):

- (1) Alimentos *in natura* ou minimamente processados. Alimentos *in natura* são aqueles obtidos diretamente de plantas ou de animais (como folhas e frutos ou ovos e leite) e adquiridos para consumo sem que tenham sofrido qualquer alteração após deixarem a natureza. Alimentos minimamente processados são alimentos *in natura* que, antes de sua aquisição, foram submetidos a alterações mínimas. Exemplo: grãos secos, polidos e empacotados ou moídos na forma de farinhas, raízes e tubérculos lavados, cortes de carne resfriados ou congelados e leite pasteurizado.
- (2) Produtos extraídos de alimentos *in natura* ou diretamente da natureza e usados pelas pessoas para temperar e cozinhar alimentos e criar preparações culinárias. Exemplo: óleos, gorduras, açúcar e sal.
- (3) Produtos fabricados essencialmente com a adição de sal ou açúcar a um alimento *in natura* ou minimamente processado. Exemplo: legumes em conserva, frutas em calda, queijos e pães.
- (4) Produtos cuja fabricação envolve diversas etapas e técnicas de processamento e vários ingredientes, muitos deles de uso exclusivamente industrial. Exemplo: refrigerantes, molhos prontos, biscoitos recheados, salgadinhos e macarrão instantâneo.

De acordo com as sugestões para uma boa alimentação indicadas no “Guia Alimentar Para a População Brasileira: Promovendo a Alimentação Saudável”, publicado pelo Ministério da Saúde (BRASIL, 2014, p. 25), a escolha de alimentos para que se tenha uma “alimentação nutricionalmente balanceada, saborosa e culturalmente apropriada” e que também seja sustentável deve ser composta principalmente de alimentos *in natura* ou minimamente processados.

Assim, diante da pesquisa realizada, verificou-se que os alimentos orgânicos mais encontrados tanto nos supermercados, como no Mercado Municipal eram as frutas, legumes e verduras mais consumidas pela população, como batata, cenoura, alface, banana. Todos esses alimentos apresentam diversos nutrientes que fazem bem à saúde, então a procura pelo seu consumo vai ao encontro das pesquisas de Barbosa et al. (2011), que identificou serem mais saudáveis como motivações para o consumo de orgânicos.

Uma das formas de se baratear o preço dos orgânicos é incentivar a produção em centros urbanos ou próximos de centros urbanos para que os custos de entrega e comercialização não sejam tão elevados. Algumas cooperativas de agricultores familiares orgânicos tem um sistema de entrega semanal de uma cesta de produtos que vai para a casa dos consumidores que possuem uma espécie de assinatura com a associação ou cooperativa de agricultores. Isso ajuda tanto na previsão de demanda como na programação de entregas e também influencia para baixar o preço dos produtos (GOMES, 2017).

As feiras livres costumam ser os locais em que o consumidor encontra os preços mais baixos porque, em geral, são os próprios produtores orgânicos que vendem os seus produtos aos consumidores finais. Então, outra forma de tornar os preços dos orgânicos mais baixos é fomentar a realização de feiras em diversos bairros da cidade (MELÃO, 2010; RODRIGUES, 2017).

A questão de baixa oferta de orgânicos para os mercados pode ter duas motivações principais: Primeiro, os mercados fazem compras em grandes quantidades, e nem sempre os agricultores familiares conseguem suprir essa demanda, por isso, em geral são as associações e cooperativas de produtores da agroecologia que conseguem fornecer quantidade suficiente aos supermercados. Segundo, a inexistência de mão de obra suficiente e falta de pessoal capacitado para a gestão dos negócios da agricultura familiar orgânica, principalmente para a comercialização, conforme identificado na pesquisa de Rodrigues (2017), com sete agricultores familiares do município de Ponta Grossa – PR:

Devido ao baixo volume de mão de obra dos núcleos familiares, esses dedicam muito tempo aos processos de produção e pouco tempo, ou nenhum, para planejar e gerenciar os processos de comercialização; (...) e, dentre os canais de comercialização existentes, a comercialização direta ao consumidor final é a que gera maior e mais rápido retorno financeiro, além de contribuir para a divulgação dos produtos através da comunicação boca a boca (RODRIGUES, 2017).

Uma das alternativas também seria a redução das embalagens, como foi visto nos supermercados que estão empacotados os alimentos orgânicos em embalagens de isopor e algumas camadas de filme plástico. Além de ir contra os princípios da agricultura orgânica, pode gerar problemas ambientais, como a poluição de rios, mares e solos conforme Landim, Bernardo e Melo (2014).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi observado, verificou-se que há facilidade para distinguir os alimentos orgânicos dos convencionais nos pontos de venda, pois há informações claras sobre qual o tipo de produto é vendido em qual o espaço do supermercado ou do Mercado Público Municipal de Curitiba – PR. Além da própria separação das prateleiras ou gôndolas entre orgânicos e convencionais nos supermercados, os orgânicos geralmente são embalados em frações e sempre apresentam o selo SISORG, obrigatório para a comercialização de orgânicos em locais que não sejam as feiras livres de venda direto dos produtores aos consumidores finais.

Percebeu-se diferença significativa entre os orgânicos em relação aos preços praticados no Mercado Municipal de Curitiba – PR e nos supermercados A e B. Em alguns casos, os preços de orgânicos no Mercado Municipal de Curitiba - PR eram menores do que os dos supermercados, como por exemplo o alho com menor preço por quilo, enquanto a batata doce apresentou maior preço por quilo.

Para os alimentos convencionais, também houve diferença significativa entre os preços praticados no Mercado Municipal de Curitiba – PR e nos supermercados A e B. Em alguns casos, os preços no Mercado Municipal de Curitiba – PR eram menores do que os dos supermercados, como por exemplo, a cebolinha e salsinha apresentaram menor preço por quilo, enquanto a abóbora apresentou maior preço por quilo.

Comparando os preços médios das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR e dos supermercados, apenas entre a faixa de 35 a 40% os produtos das bancas do Mercado Municipal de Curitiba – PR apresentaram preço mais acessível. Então, ainda percebe-se que há oportunidades de melhorias nos preços praticados no Mercado Municipal de Curitiba – PR, conforme sugestões mencionadas no Item 4.3 do trabalho.

A percepção de que para ter uma boa alimentação precisa ter um alto poder aquisitivo não é totalmente verdadeira, pois está mais fácil e mais barato comprar alguns alimentos orgânicos *in natura*. Portanto, é necessária uma pesquisa de preço por parte do consumidor para verificar onde compensa comprar os produtos de maneira saudável e econômica.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. C. O; SANTOS, A. L. S.; AZEVEDO, R. M. M. C. **Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória**. Revista Brasileira de Agroecologia, v. 7, n. 2, p. 19-27, set. 2012. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/rbagroecologia/article/view/10085>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

BARBOSA, S. de C. et al. **Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos**. Pesquisa Agropecuária Tropical, Goiânia, v. 41, n. 4, p. 602-609, dez. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-40632011000400006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-40632011000400006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 10 mar. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa Nº 7**. Brasília: Diário Oficial da União, Seção 1. págs 11, 19/05/1999.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Lei Nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Publicado no Diário Oficial da União de 24/12/2003, Seção 1, Página 8. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Instrução Normativa nº 50, de 5 de novembro de 2009. **Instituir o selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica**. Brasília: Diário Oficial da União, 2009.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. SECRETARIA DE ATENÇÃO À SAÚDE. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed., 1. reimpr. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: <[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf)>. Acesso em: 22 mar. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. **Pesquisa revela hábitos alimentares dos brasileiros**. Notícias. Publicado: 08/04/2015 16h22, Última modificação: 11/09/2017 09h51 Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/consea/comunicacao/noticias/2015/abril/pesquisa-revela-habitos-alimentares-dos-brasileiros>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

CNSAN. Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional 2017. **Cultura Alimentar**. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/consea/comunicacao/noticias/2017>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

DIAS, V. V. et al. **O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais.** Ambiente & Sociedade, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 161-182, mar. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-753X2015000100010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2015000100010&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 10 mar. 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, M. **Interação entre produtores e consumidores cria sistema de compartilhamento: Famílias asseguram sustento a partir da venda de cotas periódicas.** Correio Brasiliense. Economia. 18/12/2017. Disponível em: <[https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/economia/2017/12/18/internas\\_economia,648345/agricultura-compartilhada.shtml](https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/economia/2017/12/18/internas_economia,648345/agricultura-compartilhada.shtml)>. Acesso em: 19 maio 2018.

GUIMARÃES, I. L. R.; DEFANTE, L. R.; SAUER, L.; LIMA FILHO, D. O. **Produtos orgânicos: como os consumidores os veem?** Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v. 4, n. 1, p. 50-61, 2013. Disponível em: <<http://sustenere.co/journals/index.php/rbadm/article/view/ESS2179-684X.2013.001.0004/259>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

JACOBI, P. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade.** Cadernos de Pesquisa, São Paulo, n. 118, p. 189-206, mar. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-15742003000100008&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742003000100008&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 27 abr. 2018.

LANDIM, Ana Paula Miguel; BERNARDO, Cristiany Oliveira; MARTINS, Inayara Beatriz Araujo. **Sustentabilidade quanto às embalagens de alimentos no Brasil.** 2014. 11 f. Tese (Doutorado) - Curso de Tecnologia em Alimentos, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/po/2016nahead/0104-1428-po-0104-14281897.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

MARTIRANI, L. A.; ANDRADE, T. O.; VELASCO, G. D. N.; LIMA, S. T. S. **Sociedade de consumo e ambiente: valores sociais, necessidades psicológicas e nova educação.** In: Encontro da Anppas, 3., 2006, Brasília, Anais... Brasília: 2006. Disponível em: <[www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro3/.../TA42-06032006-184215.DOC](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro3/.../TA42-06032006-184215.DOC)>. Acesso em: 19 maio 2018.

MAZZOLENI, E. M.; NOGUEIRA, J. M. **Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor.** Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília, v. 44, n. 2, p. 263-293, Jun. 2006. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20032006000200006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032006000200006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 19 maio 2018.

MELÃO, I. B. **Desenvolvimento rural sustentável a partir da Agroecologia e da agricultura orgânica: o caso do Paraná**. Nota Técnica Ipardes, n. 8. Curitiba, 2010. Disponível em: <[http://www.ipardes.pr.gov.br/biblioteca/docs/NT\\_08\\_desenv\\_rural.pdf](http://www.ipardes.pr.gov.br/biblioteca/docs/NT_08_desenv_rural.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2018.

ORGANIS. Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável. **Consumo de produtos orgânicos no Brasil. Primeira pesquisa nacional sobre o consumo de orgânicos**. Julho de 2017. Disponível em: <<http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2018/01/Pesquisa-Consumo-de-Produtos-Org%C3%A2nicos-no-Brasil-Relat%C3%B3rio-Final.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

RODRIGUES, B. A.. **Planejamento estratégico para comercialização de produtos da agricultura familiar**. 2017. 93 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Diretoria de Pesquisa e Pós Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2017.

RODRIGUES, R. R.; CARLOS, C. C.; MENDONÇA, P. S. M.; CORREA, S. R. A. **Atitudes e fatores que influenciam o consumo de produtos orgânicos no varejo**. Revista Brasileira de Marketing, v. 8, n. 1, p. 164-186, 2009. Disponível em: <<http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/viewArticle/2131>>. Acesso em: 19 maio 2018.

SILVA, A. T. da; SILVA, S. T. da. **Panorama da agricultura orgânica no Brasil**. Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, v. 23, p. 1031-1040, dez. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8635629>>. Acesso em: 19 maio 2018.

SILVA, D. M.; CÂMARA, M. R. G. da; DALMAS, J. C. **Produtos orgânicos: barreiras para a disseminação do consumo de produtos orgânicos no varejo de supermercados em Londrina-PR**. Semina: Ciências Sociais e Humanas, Londrina, v. 26, p. 95-104, set. 2005. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/3800>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

SONATI, J. G.; VILARTA, R.; SILVA, C. C. **Influências culinárias e diversidade cultural da identidade brasileira: imigração, regionalização e suas comidas**. In:

MENDES, R. T.; VILARTA, R.; GUTIERREZ, G. L. (Orgs.) Qualidade de Vida e Cultura Alimentar. Curitiba: Ipes Editora, 2009. p. 137-147.

SOUSA, A. A. de; AZEVEDO, E. de; AZEVEDO, E. de; LIMA, E. E. de; SILVA, A. P. F. da. **Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias.** Revista Panamericana de Salud Publica, v. 31, n. 6, p. 513-517, 2012. Disponível em: <<https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v31n6/v31n6a10.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2018.