

PREÇOS DE FRUTAS E HORTALIÇAS DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO MERCADO VAREJISTA DA CIDADE DE SÃO PAULO¹

Vagner Azarias Martins²
Waldemar Pires Camargo Filho³
Carlos Roberto Ferreira Bueno⁴

1- INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

Conforme a lei federal 10.831/2003, sistema orgânico de produção agropecuária é *“todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso de recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de OGMs⁵ e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente”*.

Esse sistema de produção é importante para o País, pois visa a sustentabilidade econômica e ecológica, agregada aos benefícios sociais, podendo contribuir para o abastecimento e incrementar a pauta de exportações. Sua atividade é crescente em todas as regiões do mundo. Em 2004, a área cultivada organicamente no mundo atingiu 26,46 milhões de hectares, em cerca de 558 mil estabelecimentos agrícolas.

No período 2000 a 2003, o mercado mundial de produtos orgânicos apresentou crescimento de aproximadamente 55%, ultrapassando os US\$24 milhões. O Brasil já é o quinto país em extensão de área de produção de orgânicos (DUL-

LEY, 2005). Esse autor afirma que *“as estimativas sobre as dimensões e características do mercado mundial de produtos agrícolas de origem orgânica ainda são precárias. Na maioria dos países as estruturas oficiais, que levantam dados estatísticos, não incluem ou incluem marginalmente questões sobre o sistema orgânico de produção”*.

O município de São Paulo, o maior mercado brasileiro, possui grande diversidade de produtos alimentícios e a comercialização de frutas e hortaliças orgânicas está ganhando importância como mais uma opção para atender ao consumidor nas redes de supermercados, feiras-livres, sacolões e entrega em domicílio (residência e restaurantes). O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) ressalta a escassez de informações sobre esse setor, sendo que *“a falta de informações confiáveis do setor prejudica a estratégia de investimentos e o acompanhamento do desempenho, embora existam números que apontem crescimento constante nos últimos anos nas atividades ligadas à agricultura orgânica”* (BIOFACH, 2003).

Os dados disponíveis indicam que a procura por frutas e hortaliças orgânicas é crescente. Um dos principais entraves à expansão do segmento no mercado tem sido o preço, que é maior em relação àqueles produtos de cultivo convencional.

Com base na lei 10.831, o Sistema Agroindustrial Orgânico (SAGO) esteve em fase de regulamentação até o final de 2005, quando os atores desse sistema deveriam contribuir para o seu aperfeiçoamento através de cinco instruções normativas. A lei entrou em consulta pública por 60 dias a partir de janeiro de 2006.

Autoridades de diversos estados brasileiros e países do MERCOSUL têm procurado dar apoio ao desenvolvimento e organização do SAGO no setor produtivo, enquanto outros procuram melhorar as condições de exportação e comercialização. Seminário sobre produtos orgânicos

¹Cadastrado no SIGA NRP1701 e Registrado no CCTC, IE-19/2006.

²Estatístico, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

³Engenheiro Agrônomo, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

⁴Médico Veterinário, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

⁵Organismos Geneticamente Modificados.

cos realizado pelo Centro de Logística de Exportação⁶ (CELEX) realçou a necessidade de integração dos governos dos países exportadores e importadores conforme regulamentação da Organização Mundial do Comércio (OMC).

No seminário sobre produtos orgânicos, as duas maiores redes supermercadistas do País mostraram preocupação com o segmento. Uma delas mantém marca própria de produtos orgânicos ou convencionais para venda no mercado interno e no exterior. As duas contratam firmas distribuidoras para abastecimento de suas lojas com produtos orgânicos e se preocupam em melhorar o atendimento ao consumidor, tanto na distribuição como na indicação do que é produto orgânico certificado. Considerando essa estratégia em que a melhoria no atendimento ao consumidor é um objetivo, o papel das certificadoras é fundamental na regulação da cadeia produtiva orgânica. Nesse item, concordam que é preciso melhorar e ampliar a difusão das informações sobre produtos orgânicos, sobre sua distribuição e certificação, inclusive com maior número de produtos.

Este artigo tem por objetivo analisar informações de preços de frutas e de hortaliças orgânicas comercializadas em supermercados; das empresas distribuidoras e das instituições certificadoras, que são responsáveis pelo selo de produto orgânico. Pretende-se, ainda, avaliar a diferença de preços em relação aos produtos convencionais.

2 - METODOLOGIA

2.1 - Material

O Instituto de Economia Agrícola (IEA) realiza, sistematicamente na cidade de São Paulo, levantamento de preços em nível varejista (SANTIAGO, 1990) dos principais produtos alimentícios apontados pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE, 1981/82).

Foram selecionadas a partir da POF/FIPE frutas e hortaliças apontadas como as mais adquiridas pelas famílias paulistanas.

A fonte do levantamento realizado pelo IEA no mercado varejista se baseia em cadastro

com 346 unidades de comercialização que representam os equipamentos pesquisados; são distribuídos em: supermercados, feiras-livres, empórios, quitandas e açougues. Os supermercados que compõem esse cadastro são em número de 114 e foram utilizados para compor a amostra desse estudo.

Para realização da pesquisa foi utilizado um questionário (Anexo 1), foi preenchido junto aos supermercados sorteados na amostra.

2.2 - Método

A partir do total de supermercados que compõem a amostra do levantamento de preços no varejo do IEA, foi feita pesquisa prévia para se verificar em quais lojas havia comercialização de produtos orgânicos. Após essa fase, foram selecionados 33 equipamentos que comercializavam produtos orgânicos e, a partir da amostra selecionada, foi possível compor os preços médios do mercado varejista de produtos orgânicos para o município de São Paulo que, comparados aos produtos de cultivo convencional, mostram diferenças de preços entre os dois sistemas de produção.

Neste artigo, foram analisadas informações de preços de frutas e hortaliças orgânicas, das distribuidoras e das certificadoras atuantes no mercado de produtos orgânicos. Os dados coletados durante o mês de outubro de 2004 nos supermercados, conforme o Anexo 1, foram consistidos através da análise descritiva, utilizada conforme metodologia estatística, e comparados aos resultados do levantamento sistemático do varejo do IEA (Tabela 4).

3 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

A subamostra de supermercados pesquisados que comercializavam frutas e hortaliças orgânicas ficou assim distribuída: 59% dos informantes foram do grupo “Pão de Açúcar” - sendo 34% da bandeira Pão de Açúcar e 25% da bandeira Extra; 13% foram de lojas da “Rede Carrefour” e os 28% restantes foram pesquisados em diversas lojas como “Wal-Mart”, “Big”, “Pastorinho”, etc. (Tabela 1).

Foram encontrados 44 produtos orgânicos entre frutas e hortaliças *in natura*. A participação percentual dos itens foi de 23% para as frutas, enquanto as hortaliças contam com 30 produ-

⁶Seminário “Orgânicos e Comércio Exterior”, promovido pelo CELEX em 25/10/2005.

TABELA 1 - Certificadoras e Distribuidoras de Frutas e Hortaliças Orgânicas no Mercado Varejista, Cidade de São Paulo, Outubro de 2004

Produtos	Certificadora	Distribuidora
Frutas		
Abacaxi	-	Fazenda Tatuí
Banana nanica	IBD	Horta & Arte
Banana prata	IBD	Horta & Arte
Limão	CMO e IBD	Horta & Arte
Maçã	AAO	-
Manga	AAO	Fazenda Santo Onofre
Melancia	IBD	Fazenda Tatuí
Melão	AAO	Elouma
Tangerina murcate	IBD	Horta & Arte
Tangerina cravo	IBD	Horta & Arte
Hortaliças		
Verduras (folhas e flores)		
Agrião	IBD	Horta&Arte
Alface americana	IBD	Horta&Arte
Alface crespa	IBD	Horta&Arte
Alface lisa	IBD	Horta&Arte
Almeirão	IBD	Horta&Arte
Berinjela	OIA Brasil	Cultivar
Brocólis	AAO-OIA Brasil-IBD-CMO	Cultivar-Horta&Arte-Korin
Cebolinha	IBD	Horta&Arte
Couve	IBD	Horta&Arte
Couve-flor	AAO	Cultivar- Fazenda Santo Onofre
Escarola	IBD	Horta&Arte
Espinafre	IBD	Horta&Arte
Repolho	AAO	Horta&Arte-Fazenda Santo Onofre
Rúcula	OIA Brasil	Cultivar
Salsa	OIA Brasil	Cultivar
Legumes-frutos		
Abóbora seca	Agropecuária	Cultivar
Abobrinha brasileira	IBD	Horta&Arte
Abobrinha italiana	IBD	Horta&Arte
Cenoura	IBD	Horta&Arte
Chuchu	IBD	Horta&Arte
Ervilha torta	Ecocert Brasil-IBD-OIA Brasil	APPDI-Horta&Arte-Cultivar
Milho verde	IBD-OIA-AAO	Cultivar-Horta&Arte-Fazenda Santo Onofre
Pepino	OIA Brasil-IBD-Agropecuaria	Cultivar
Pimentão verde	AAO	Fazenda Santo Onofre
Quiabo	AAO-OIA Brasil	Korin-Cultivar
Tomate	IBD	Horta&Arte
Vagem	IBD	Horta&Arte
Raízes/bulbos/tubérculos		
Alho	AAO	Fazenda Santo Onofre
Batata	OIA Brasil-IBD-Agropecuaria	Cultivar
Batata-doce	IBD	Horta&Arte
Beterraba	IBD	Horta&Arte
Cebola	IBD	Horta&Arte
Mandioca	AAO-OIA Brasil	Cultivar
Mandioquinha	IBD	Horta&Arte

Fonte: Dados da pesquisa.

tos, distribuídos em três grupos: 32% com quatorze espécies para flores e folhas; 27% para os legumes-frutos e 18% para raízes/bulbos/tubérculos.

3.1 - Certificadoras e Distribuidoras

A certificação tem por finalidade identificar a procedência e o processamento dos alimentos orgânicos. Garante ao produtor diferenciar o seu produto com maior valorização e ao consumidor estabelecer uma relação de confiança, baseada na garantia da melhor qualidade do produto consumido.

São atribuições do agente certificador inspecionar e orientar a produção e o processamento de produtos orgânicos conforme os pressupostos da produção orgânica. Para o consumidor, a garantia da certificação é de que os produtos que são comercializados com o selo certificador de produto orgânico têm procedência isenta de contaminações químicas e que a sua produção respeita o meio ambiente e o trabalhador rural.

A alteração no sistema de produção requer a conversão da propriedade para o sistema orgânico que ocorre em dois a três anos, sob acompanhamento dos técnicos da certificadora em todas as etapas e, posteriormente, na manutenção do selo de certificação.

As certificadoras responsáveis pelos selos orgânicos de frutas e hortaliças no mercado varejista do município de São Paulo tiveram os seguintes resultados na frequência: 54% para o IBD⁷, 21% AAOCERT⁸, 19% OIA Brasil⁹, 4% para a certificadora Motiki Okada, 2% para a certificadora Ecocert e outras pouco conhecidas.

A associação IBD, a de maior frequência, é uma organização nacional sem fins lucrativos que atua na inspeção e certificação da produção orgânica, do processamento, de produtos extrativistas, orgânicos e biodinâmicos. Há vinte anos pesquisa e desenvolve atividades relacionadas à agricultura orgânica, sua filosofia é o compromisso com a terra e o homem, assegurando equilíbrio com o meio ambiente, boas condições de trabalho e produtos confiáveis e saudáveis. A partir de 1990, passou a certificar proje-

tos nessa área em todo o Brasil e países da América do Sul. Possui o aval da International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), além de ser o único órgão certificador cujo selo é reconhecido na Europa, Estados Unidos e Japão.

Paralelo ao rigor da certificação, que tem o papel de regulador do processo, a distribuição representa apenas mais uma etapa da cadeia de orgânicos.

Essa distribuição de produtos com o selo das certificadoras é realizada de forma livre, ou seja, diversas maneiras de levar ao consumidor os produtos são encontradas no mercado. Existem produtores que incorporam os custos da distribuição para agregar mais valor ao seu produto, normalmente são produtores que atendem mercados locais de menor escala com diversificados pontos de comercialização; outros pulverizados e sem condições de arcar com os custos da distribuição entregam sob contrato sua produção para empresas especializadas na distribuição de produtos hortifrutícolas e ficam somente com a preocupação de manter sua produção. Pode-se supor que há uma grande complexidade nesse setor pelo fato de que existe uma assimetria de informações sobre o preço dos produtos orgânicos predominante no mercado.

Em relação às empresas distribuidoras desta pesquisa, aquelas que tiveram maior frequência foram: Horta & Arte - que é a responsável por mais da metade da distribuição dos produtos orgânicos pesquisados (53%) - Cultivar com 24%, Fazenda Santo Onofre com 12% e outras com baixa frequência como Korin, APPOI¹⁰, Eluma e Fazenda Tatuí.

A empresa Horta & Arte, pioneira no mercado, é uma associação de pequenos produtores que empregam diretamente na atividade de distribuição 120 pessoas. Tem como fornecedores 135 agricultores, que representam aproximadamente 800 pessoas sendo, no total, 930 pessoas que estão envolvidas na produção e comercialização, somente com essa distribuidora (<www.hortaearte.com.br>).

Empresas distribuidoras normalmente têm como foco grandes redes de supermercados, que utilizam os produtos orgânicos como um recurso de diferenciação em seu *mix* de produtos, para valorizar sua imagem frente ao consumidor.

⁷Associação de Certificação do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Rural.

⁸Certificadora da Associação de Agricultura Orgânica.

⁹Organização Internacional Agropecuária, no Brasil.

¹⁰Associação dos Pequenos Produtores Orgânicos de Ibiúna.

O acesso a essa comercialização é condicionado ao atendimento das inúmeras exigências do grande varejo, porém, com a possibilidade de obter resultados razoáveis nesse canal de distribuição (SOUZA e ALCÂNTARA, 2006) várias empresas foram criadas para atender esse segmento.

O papel desses dois agentes de comercialização é fundamental para a sedimentação da atividade na disputa por espaço no mercado e pela credibilidade perante o crescente número de consumidores desses produtos, seja em nível nacional ou mundial.

3.2 - Análise dos Preços de Frutas

As espécies e variedades de frutas orgânicas e os preços, levantados no mercado varejista do município de São Paulo, são apresentados na tabela 2. A baixa quantidade de informações neste grupo mostra a exiguidade de oferta desses produtos no sistema orgânico de produção no período da pesquisa, o que pode representar, de certa forma, que a produção de frutas orgânicas ainda não desperta o interesse dos produtores por fatores ainda a serem esclarecidos. Conforme Gomes (1984), os coeficientes de variação podem ser considerados baixos se inferiores a 10%, médios se estiverem entre 10% e 20%, altos quando superiores a 20% e inferiores a 30% e muito altos quando superiores a 30%. Foram calculados os coeficientes apenas para banana prata, banana nanica e limão, porque as outras frutas tiveram apenas uma informação cada, o que inviabiliza o cálculo de variação.

3.3 - Análise dos Preços de Hortaliças

As hortaliças em cultivo orgânico foram os produtos que mais tiveram espécies e número de informações, permitindo uma análise mais ampla. A tabela 3 mostra os preços médios e demais resultados descritivos de cada espécie.

As hortaliças foram divididas em grupos em função do grau de dificuldade de cultivo e de seu tempo de durabilidade na prateleira dos equipamentos varejistas.

As verduras aparecem em número de quinze e aquelas que tiveram maior quantidade de informações foram: alface (em especial a crespa) com 22 informações; a alface lisa, a alface america-

na, o espinafre e a escarola tiveram dezesseis informações cada. O coeficiente médio de variação de preços nesse grupo foi alto com 41%.

No grupo legumes-frutos, com onze espécies, o tomate apresenta o maior número de informações (26) e o menor coeficiente de variação (19%). O preço médio do tomate orgânico foi de R\$9,14/kg. Depois dele, as abobrinhas, o pimentão, o pepino e a vagem foram as olerícolas com um número de informações relativamente alto. Nesse grupo, o pepino foi o produto com o coeficiente de variação mais alto (62%), ficando bem acima da média que foi de 39%.

O grupo de raízes/bulbos/tubérculos foi composto por oito produtos, em média com dez informações cada, sendo que a cenoura e a beterraba foram os produtos mais freqüentes. O coeficiente médio de variação de preços foi o menor entre as hortaliças, com 31%, embora a batata tenha apresentado um coeficiente bastante alto (52%).

3.4 - Comparativo de Preços de Produtos Orgânicos e Convencionais

A tabela 4, que apresenta a diferença de preços entre produtos orgânicos e convencionais por grupo, mostra que as frutas orgânicas, na média, tiveram preços mais altos (151%) que as convencionais. Dentre as frutas, a banana nanica apresentou a maior diferença com 259% e o melão a menor com 11%. É importante ressaltar que no grupo das frutas houve pouca informação de preço, o que pode levar alguma à distorção na análise comparativa.

As verduras mostraram diferença de preço, na média, de 156% e entre as hortaliças foi o grupo que apresentou a menor variação.

Os legumes-frutos apontaram diferença de preço médio de 199% entre os preços orgânicos e convencionais. O tomate, que foi o produto mais freqüente entre todos os pesquisados, apresentou a segunda maior variação de preços em relação ao cultivo convencional com 304%.

As raízes/bulbos/tubérculos tiveram a menor variação na comparação dos preços médios orgânicos, porém, mostram a maior variação de preços comparados com os convencionais (237%). Nesse grupo, a mandioca de mesa se destaca como o produto que mais variou (394%).

Cabe comentar que para as hortaliças o diferencial de preços por grupo é ascendente

TABELA 2 - Análise Descritiva dos Preços de Frutas no Mercado Varejista da Cidade de São Paulo, Outubro de 2004

Produto	Unidade	N. de informações	Preço (R\$)			Coeficiente de variação
			Mínimo	Máximo	Médio	
Frutas						
Abacaxi	kg	1	1,99	1,99	1,99	-
Banana nanica	kg	3	1,77	4,31	2,69	52,32
Banana prata	kg	5	2,47	5,80	4,18	30,16
Limão	kg	2	6,58	7,14	6,86	5,77
Maçã	kg	1	7,96	7,96	7,96	-
Manga	kg	1	3,46	3,46	3,46	-
Melancia	kg	1	0,85	0,85	0,85	-
Melão	kg	1	2,95	2,95	2,95	-
Tangerina murcote	kg	1	2,99	2,99	2,99	-
Tangerina cravo	kg	1	3,59	3,59	3,59	-

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 3 - Análise Descritiva dos Preços de Hortaliças no Mercado Varejista da Cidade de São Paulo, Outubro de 2004

Produto	Unidade	N. de informações	Preço (R\$)			Coeficiente de variação
			Mínimo	Máximo	Médio	
Hortaliças						
Verduras (folhas e flores)						
Agrião	Maço	14	1,89	6,00	3,43	36,54
Alface americana	Pé	16	1,15	5,79	3,01	52,29
Alface crespa	Pé	22	0,65	4,99	2,31	54,97
Alface lisa	Pé	16	0,65	4,99	2,44	57,46
Almeirão	Maço	15	1,69	4,53	2,73	27,20
Berinjela	kg	7	3,98	13,08	7,99	41,84
Brocólis	Unidade	11	3,13	9,98	4,92	36,89
Cebolinha	Maço	5	1,76	2,99	2,44	22,19
Couve	Maço	13	1,03	3,78	2,13	31,57
Couve-flor	Unidade	11	2,10	11,00	4,31	57,37
Escarola	Maço	16	1,20	4,35	2,12	45,52
Espinafre	Maço	16	1,49	5,37	2,95	31,59
Repolho	Unidade	13	1,89	7,93	3,42	55,57
Rúcula	Maço	3	2,25	3,89	2,90	30,15
Salsa	Maço	8	0,90	2,17	1,69	32,07
Média	-	12	-	-	-	40,88
Legumes-frutos						
Abóbora seca	kg	1	2,00	2,00	2,00	-
Abobrinha brasileira	kg	8	2,85	6,65	4,66	39,18
Abobrinha italiana	kg	16	3,85	13,72	6,23	42,05
Chuchu	kg	16	2,11	7,72	4,17	37,00
Ervilha torta	kg	2	7,97	13,33	10,65	35,63
Milho verde	kg	7	2,81	11,33	6,99	45,60
Pepino	kg	11	1,88	10,63	4,94	62,38
Pimentão verde	kg	12	2,65	15,97	7,77	44,88
Quiabo	kg	2	8,33	13,30	10,82	32,47
Tomate	kg	26	4,50	12,68	9,14	19,45
Vagem	kg	11	5,98	22,29	11,66	33,88
Média	-	10	-	-	-	39,25
Raízes/bulbos/tubérculos						
Alho	kg	1	10,66	10,66	10,66	-
Batata	kg	8	3,39	12,58	5,71	51,63
Batata-doce	kg	6	1,89	4,55	3,96	26,28
Beterraba	kg	15	2,32	9,89	5,16	32,08
Cebola	kg	11	4,72	8,78	7,63	15,83
Cenoura	kg	20	2,32	12,95	5,30	41,70
Mandioca	kg	1	5,78	5,78	5,78	-
Mandioquinha	kg	15	3,98	12,25	10,43	20,46
Média	-	10	-	-	-	31,33

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 4 - Comparativo de Preços entre os Produtos Orgânicos e Convencionais no Mercado Varejista, da Cidade de São Paulo, Outubro de 2004

Produto	Unidade	Preços dos produtos (R\$)		Diferença percentual
		Convencionais	Orgânicos	
Frutas				
Abacaxi	kg	1,37	1,99	45,26
Banana nanica	kg	0,75	2,69	258,67
Banana prata	kg	1,26	4,18	231,75
Limão taiti	kg	2,50	6,86	174,40
Maçã nacional	kg	2,78	7,96	186,33
Manga	kg	2,48	3,46	39,52
Melão amarelo	kg	2,66	2,95	10,90
Tangerina	kg	0,92	3,29	257,61
Média	-	-	-	150,55
Hortaliças				
Verduras (folhas e flores)				
Agrião	Maço	1,16	3,43	195,50
Alface	Pé	0,69	2,59	275,36
Almeirão	Maço	1,11	2,73	145,59
Couve	Maço	1,03	2,13	107,02
Couve-flor	Unidade	2,36	4,31	82,55
Escarola	Maço	0,79	2,12	168,43
Espinafre	Maço	1,29	2,95	128,59
Repolho verde	Unidade	1,56	3,42	119,01
Salsa e cebolinha	Maço	0,72	2,06	186,11
Média	-	-	-	156,46
Legumes (frutos)				
Abóbora	kg	1,28	2,00	56,25
Abobrinha brasileira	kg	2,14	4,66	117,87
Abobrinha italiana	kg	1,87	6,23	233,05
Berinjela	kg	2,40	7,99	232,80
Chuchu	kg	1,34	4,17	211,55
Ervilha torta	kg	7,01	10,65	51,93
Milho verde	kg	2,10	6,99	232,64
Pepino	kg	1,38	4,94	258,25
Pimentão verde	kg	2,52	7,77	208,44
Quiabo	kg	3,31	10,82	226,79
Tomate de mesa	kg	2,26	9,14	304,49
Vagem	kg	3,27	11,66	256,62
Média	-	-	-	199,22
Raízes e tubérculos				
Alho	kg	9,47	10,66	12,57
Batata	kg	1,49	5,71	283,56
Batata-doce	kg	1,39	3,96	184,63
Beterraba	kg	1,65	5,16	212,52
Cebola	kg	1,98	7,63	285,35
Cenoura	kg	1,58	5,30	235,68
Mandioca de mesa	kg	1,17	5,78	394,02
Mandioquinha	kg	2,68	10,43	289,32
Média	-	-	-	237,20

Fonte: Dados da esquisa.

das verduras para raízes/bulbos/tubérculos. Isso é reflexo das dificuldades de cultivo; na mesma direção, as folhas e flores são mais facilmente adaptáveis à exploração orgânica; já para os legumes-frutos, a exigência de manejo, solos adequados e clima dificultam e encarecem a produção. Para raízes/bulbos/tubérculos, o diferencial de preços é relativamente maior entre grupos porque, além das dificuldades encontradas na produção orgânica de legumes e frutos, o preço desse tipo de hortaliça costuma ser baixo no sistema convencional devido ao grande uso de tecnologia, que utiliza insumos químicos.

De maneira geral, a variação de preços entre os produtos orgânicos foi acima de 30 pontos percentuais, indicando um coeficiente alto, o que leva a supor que há diferenças em relação às margens de cada empresa distribuidora ou ainda que os custos com certificação são muito variáveis, conforme a certificadora.

Uma das justificativas para o preço final dos orgânicos ser mais elevado é o fato de que nesse sistema de cultivo o custo de produção é maior que o convencional, já que não utiliza insumos químicos, podendo apresentar maior problema com pragas e doenças e a quantidade produzida é pequena, não tendo, portanto, economia de escala¹¹.

O sistema convencional de produção de hortaliças é beneficiado com custos de produção menor porque historicamente toda a pesquisa tem sido direcionada para esse tipo de cultivo, inclusive com o melhoramento de variedades adaptadas ao uso de insumos químicos.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, baseado na amostra de equipamento varejista do município de São Paulo, as lojas que comercializam frutas e hortaliças orgânicas pertencem, na maioria, às grandes redes de supermercados: “Pão de Açúcar”, “Carrefour”, “Big” e “Wal-Mart”.

Os produtos comercializados, conforme apontados na pesquisa, são 44% entre frutas e hortaliças *in natura*, 23% frutas, 32% folhas e flores, 27% legumes-frutos e 18% raízes/bulbos/tubérculos.

São comercializados em gôndolas es-

pecíficas, com destaque para produtos orgânicos, com a intenção de chamar a atenção do consumidor. No entanto, essas gôndolas ficam ao lado do produto convencional e nem sempre a separação é perceptível.

Apesar do destaque que os produtos orgânicos recebem na comercialização nos grandes supermercados, poder-se-ia divulgar mais o processo de certificação, já que é esse o ponto que mais dá segurança ao consumidor, que na maioria das vezes desconhece os passos desse processo.

As certificadoras versam sobre os pressupostos da lei n. 10.831/2003 (BRASIL, 2003) e o Sistema Agroindustrial Orgânico (SAGO), ainda em fase de conclusão, está em consulta pública desde janeiro de 2006. O número de certificadoras é grande e cada uma delas oferece um processo particular de certificação onde o objetivo exposto na lei é conseguido de forma ímpar em cada uma delas. Merecem destaque as certificadoras que têm o reconhecimento de empresas internacionais como, por exemplo, a IBD que é avalizada pelo IFOAM da França.

Verificou-se que os selos orgânicos mais frequentes são concedidos pelas Certificadoras IBD (54%), seguidos de AAOACERT, Mokiti Okada e OIA-Brasil. Outras empresas cuja participação não é significativa provavelmente representam pequenos grupos, específicos e locais.

Novamente quando se observa o ponto de gargalo de qualquer comercialização de produtos agrícolas, principalmente no caso dos *in natura*, que é a distribuição, verifica-se que no caso dos produtos orgânicos não é diferente e as dificuldades do produtor em arcar com os custos de comercializar sua produção muitas vezes é substituído pela associação a empresas especializadas, formadas a partir da associação de produtores com o objetivo de agregar valor aos produtos e poder ter acesso a grandes redes de varejo.

As empresas distribuidoras são responsáveis pela logística do setor, pois são o elo entre o consumidor e a produção, que pode ser própria ou de terceiros ou ainda reunir as duas origens, com a finalidade de comercializar junto às grandes redes supermercadistas.

A participação mais significativa dentre as distribuidoras é da Horta & Arte, com 53%, seguida da Fazenda Santo Onofre, depois a Cultivar, a Korin e outras de menor expressão.

Por fim, ao se comparar os preços dos produtos orgânicos com os similares convencio-

¹¹Economia de escala ocorre quando se consegue ampliar a produção com aumento menos que proporcional dos custos.

nais, 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. Pode-se supor que há uma grande complexidade nesse setor pelo fato de que existe uma assimetria de informações sobre preço dos produtos orgânicos predominante no mercado. Isso leva a crer que as diferenças de custo de produção merecem ser pesquisadas para que se determine

exatamente onde é que a margem de comercialização está mais concentrada e se é possível equilibrá-la, de modo a reduzir o custo final do produto, ampliando sua participação no total de hortifrúticas comercializadas.

Todos esses pontos reforçam a idéia de que há necessidade de novos estudos de mercado sobre produtos orgânicos, de modo a avaliar o papel de cada elemento da cadeia de produção no resultado final disponibilizado para o consumidor final.

LITERATURA CITADA

BIOFACH AMÉRICA LATINA. SIMPÓSIO PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO ORGÂNICA, 2., 2003, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://planetaorganico.com.br/bfal2004dia09.htm>>. Acesso em: 5 out. 2004.

BRASIL. Lei federal n. 10.831 de 2003. Ministério do Meio Ambiente, dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em: <http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/L10.831.htm>. Acesso em: 19 out. 2004.

DULLEY, R. D. Produtos agrícolas orgânicos: Brasil sobe para a quinta posição em extensão de área. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=3291>>. Acesso em: 8 set. 2005.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS - FIPE. Pesquisa de Orçamentos Familiares. São Paulo, 1981/82.

GOMES, F. P. A estatística moderna na pesquisa agropecuária. Piracicaba: ASSOCIACAO BRASILEIRA PARA PESQUISA DA POTASSA E DO FOSFATO, 1984.

HORTA&ARTE: conheça a horta&arte. Disponível em: <www.hortaearte.com.br>. Acesso em: jul. 2006.

SANTIAGO, M. M. D. Estatísticas de preços agrícolas no estado de São Paulo. São Paulo: IEA, 1990.

SOUZA, A. P. O.; ALCÂNTARA, R. L. C. Produtos orgânicos: um estudo exploratório sobre as possibilidades do Brasil no mercado internacional. Disponível em: <www.planetaorganico.com.br>. Acesso em: maio 2006.

PREÇOS DE FRUTAS E HORTALIÇAS DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO MERCADO VAREJISTA DA CIDADE DE SÃO PAULO

RESUMO: O mercado varejista de frutas, legumes e verduras orgânicos da cidade de São Paulo apresenta como principais redes varejistas o grupo "Pão de Açúcar" e a rede "Carrefour". As principais certificadoras de hortaliças e frutas são o IBD, a AAOCERT, Mokiti Okada e OIA. As principais distribuidoras que abastecem as lojas varejistas são: Horta & Arte, Fazenda Santo Onofre, Korin e Cultivar. Os resultados indicaram que há grande complexidade neste setor pelo fato de que existe assimetria de informações sobre preços dos produtos orgânicos e também sobre as diversas certificadoras presentes no mercado, as quais utilizam diferentes níveis de exigências. Há ainda inúmeras empresas que realizam a distribuição destes produtos sob diversas formas, desde a venda direta até a constituição de associações de produtores que dessa forma adquirem maior poder de negociação junto às grandes redes de varejo.

Palavras-chave: produtos orgânicos, preços, mercado varejista.

**RETAIL PRICES OF ORGANICALLY-GROWN FRUITS AND VEGETABLES
IN THE STATE OF SÃO PAULO, BR**

ABSTRACT: *The leading retail chains in the organic fruits and vegetables market of the city of São Paulo are the 'Pão de Açúcar' and 'Carrefour' groups. The main certifiers of vegetables are Organic Agriculture Association - AAOCERT, Biodynamic Institute Certification Association - IBD, Mokiti Okada Certifier and the International Agricultural Organization - OIA". The main distributors re-selling organic produces to the retail outlets are 'Horta e Arte', 'Fazenda Santo Onofre', 'Korin' and 'Cultivar'. The results of this research indicated that this sector is very complex because of both the asymmetric information on the price of organic products and the different kinds of requirements from the various certifiers existing in the market. Also, there are a large number of companies that distribute these produces in different forms, such as direct selling or sale by producer's associations, so as to have greater negotiation power to deal with large retail chains.*

Key-words: *organic produces, prices, retail market.*

Recebido em 24/03/06. Liberado para publicação em 11/08/06.

**PREÇOS DE FRUTAS E HORTALIÇAS DA AGRICULTURA ORGÂNICA
NO MERCADO VAREJISTA DA CIDADE DE SÃO PAULO**

Anexo 1



SECRETARIA DE AGRICULTURA E ABASTECIMENTO
AGÊNCIA PAULISTA DE TECNOLOGIA DOS AGRONEGÓCIOS
INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA
CENTRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE INFORMAÇÕES ESTATÍSTICAS DOS AGRONEGÓCIOS

Levantamento de Preços no Mercado Varejista de São Paulo

--

PROJETO PILOTO - PRODUTOS ORGÂNICOS

DATA ____/____/____

ENUMERADOR: _____

EQUIPAMENTO _____

FRUTAS				
Produto	Preço/R\$	Unid.	Certif.	Distr.
Abacate				
Abacaxi				
Acerola				
Banana nanica				
Banana prata				
Caqui				
Figo				
Goiaba				
Jabuticaba				
Laranja				
Laranja pêra				
Limão				
Maça				
Mamão comum				
Mamão papaya				
Manga				
Maracujá				
Melancia				
Melão				
Morango				
Pêra				
Pêssego				
Pitanga				
Tangerina cravo				
Tangerina murcote				
Tangerina poncã				
Uva comum				
Uva fina				

Códigos Para Preenchimento

Certificadoras

1 - AAO 2 - IBD 3 - Mokiti Okada 4 - ANC 5 - OIA

6 - (outras citar) _____

Distribuidoras

A - Horta & Arte B - Santo Onofre C - Cultivar

D - Korin E - Associação de Produtores

F - (outras) citar _____

Observações _____

HORTALIÇAS				
Produto	Preço/R\$	Unid.	Certif.	Distr.
Abóbora seca				
Abobrinha brasileira				
Abobrinha italiana				
Agrião				
Alface americana				
Alface crespa				
Alface lisa				
Alho				
Almeirão				
Batata				
Batata-doce				
Berinjela				
Beterraba				
Brocólis				
Cará				
Cebola				
Cenoura				
Chuchu				
Couve				
Couve-flor				
Ervilha torta				
Escarola				
Espinafre				
Feijão				
Inhame				
Mandioca				
Mandioquinha				
Milho verde				
Pepino				
Pimentão verde				
Quiabo				
Repolho				
Rúcula				
Salsa				
Cebolinha				
Tomate				
Vagem				