



Quer pagar quanto?

Os alimentos orgânicos, felizmente, vieram para ficar. Mas seus preços variam bastante: são bem mais caros em supermercados e mais baratos em feiras especializadas. É o que revela pesquisa do Idec

“Quer pagar quanto?”, gritava à exaustão um insistente garoto-propaganda de uma rede de magazines. Parafraçando o famoso slogan, poderíamos dizer que quem quiser comprar orgânicos também pode escolher quanto quer pagar por eles. Pesquisa do Idec levantou os preços de sete alimentos orgânicos (repolho verde, berinjela, pimentão verde, chuchu, tomate, cebola e alface americana) em quatro capitais do país e concluiu que a diferença de preço de um mesmo produto pode chegar a 463%, dependendo do canal de venda (grandes supermercados, feiras de orgânicos e entregas em domicílio). É o caso de Curitiba, onde a média de preço de um pé de alface americana é de estrondosos R\$ 3,94 em supermercados e de R\$ 0,70 em feiras de orgânicos.

Em 100% dos casos, os preços mais baixos foram os praticados por feirantes. Os supermercados, no outro extremo, apresentaram valores mais salgados em 68% dos casos. E as entregas em domicílio tiveram ofertas menos vantajosas em 32% dos casos. Veja o resultado completo no quadro Onde É Mais Barato.

Se considerada a lógica de mercado aplicada à maioria das atividades econômicas, os grandes distribuidores tendem a oferecer preços mais baixos que os dos pequenos comerciantes. Claro, quem tem mais capital de giro e mais pontos de venda também tem mais poder de barganha na hora de negociar com o produtor. Mas isso não se aplica ao setor de orgânicos: no caso das feiras, o comerciante é quase sempre o próprio produtor. Assim, sem intermediários, é maior a

probabilidade de o preço final ser mais baixo.

Araci Kamiyama, engenheira agrônoma da equipe de agricultura sustentável da Secretaria de Meio Ambiente de São Paulo, comenta que a logística também inflaciona os preços em supermercados. “As grandes redes gastam mais com distribuição e também demandam itens que encarecem os produtos, como embalagens. Além disso, elas entendem que a demanda por orgânicos se concentra, sobretudo, em um público de maior poder aquisitivo e, por isso, cobram preços mais elevados”, justifica. Prova disso é a política de marketing do Grupo Pão de Açúcar, uma das maiores redes de supermercados do país. As lojas Pão de Açúcar, assumidamente dirigidas a um público mais abastado, têm 600 itens orgânicos em seu portfólio. Já as lojas Compre Bem, que pertencem ao mesmo grupo e cujo público-alvo é a “classe média popular”, têm apenas 40 itens orgânicos à disposição dos clientes.

CRESCIMENTO CHINÊS

Os números que envolvem a produção e o mercado de orgânicos no Brasil e no mundo impressionam. Embora possam ser questionados, existe praticamente um consenso de que o setor vem crescendo em ritmo acelerado nos últimos anos. O

mercado mundial movimentado hoje cerca de US\$ 50 bilhões, e segundo Fábio Ramos, diretor da consultoria especializada em orgânicos Agrosuisse, o setor cresceu 235% entre 1999 e 2008.

No Brasil, o avanço dos orgânicos também vem ocorrendo a passos largos. Fábio estima que a média anual de crescimento é de 30%. O Grupo Pão de Açúcar afirma estar incrementando suas vendas em taxas de 40% ao ano – em 2009, o faturamento com esse tipo de produto foi de R\$ 58 milhões.

Em relação à área de produção, o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) fala em 1,5 milhão de hectares. Se comparado aos cerca de 300 milhões de hectares de toda a atividade agropecuária brasileira, o número ainda é tímido, mas está bem acima dos 800 mil estimados em 2007.

Não confunda

O sistema hidropônico nada tem a ver com o orgânico. O primeiro, ao contrário do que se pensa, utiliza adubos químicos e produtos como inseticidas e fungicidas. A principal diferença em relação ao sistema convencional é que a planta não tem contato com o solo, pois “cresce” na água.

Quando se pensa em orgânicos, a primeira ideia que vem à mente são alimentos saudáveis, já que não é permitido o uso de fertilizantes sintéticos solúveis, agrotóxicos e transgênicos em sua produção. Além disso, aplicam-se princípios que contemplam o emprego responsável dos recursos naturais. De acordo com pesquisa da Latin Panel de 2007, 54% das pessoas que preferem orgânicos são motivadas por preocupação com a saúde.

O conceito de orgânico, no entanto, pressupõe sustentabilidade não apenas ambiental, mas também social e econômica. “O movimento agroecológico coloca em debate o atual modelo de desenvolvimento agrícola. O foco é a agricultura familiar, ou seja, um modelo de organização de mercado que não explore a mão de obra e não concentre

capital”, afirma Dênis Monteiro, secretário executivo da Articulação Nacional de Agroecologia.

Tudo isso para dizer que crescimento rápido não significa, necessariamente, crescimento bom. Como o setor de orgânicos se tornou bastante lucrativo, corre o risco de se tornar um “negócio” como qualquer outro, em que a velha lei de mercado dita as regras. Araci Kamiyama lembra, por exemplo, que há alguns anos o mercado de orgânicos, embora ainda incipiente, baseava-se principalmente na relação direta entre produtor e consumidor. E que, hoje, 80% do mercado está nas mãos das grandes redes de varejo. Já Fábio Ramos cita números diferentes: “Há cerca de cinco anos o percentual era de 70%, e hoje é de 50%”.

Independentemente de qual seja o número exa-

to, a evidência é que gradativamente o pequeno produtor de orgânico se torna refém das grandes empresas. “Se ele vende em feiras, a margem de lucro é bem maior, mas quantitativamente vende pouco. Assim, muitas vezes ele prefere vender em maior quantidade [para as grandes redes], mesmo sabendo que vai ter menos lucro”, diz Araci. A consequência disso é a mudança no perfil da lavoura orgânica: em vez de se ter uma plantação bastante diversificada – um dos princípios do sistema orgânico –, o agricultor passa a focar em poucos tipos de alimento, com o intuito de obter um volume de produção maior e, assim, poder atender à demanda dos supermercados.

Para Roberto Mattar, coordenador de agroecologia do MAPA, a saída para o pequeno agricultor é a união, pois só assim vai sobreviver e ter poder de barganha com as grandes empresas. Mas o consumidor também tem papel importante nesse processo. “Frequentar feiras de orgânicos é uma maneira de incentivar o pequeno produtor e de contar com preços mais acessíveis”, acredita Adriana Charoux, pesquisadora do Idec e autora do estudo dos preços de orgânicos.

É comum o argumento de que a produção orgânica não daria conta de garantir a oferta de alimentos em larga escala e a preços acessíveis. “Isso não passa de preconceito”, declara Araci, que cita um estudo da Food and Agriculture Organization – FAO (organismo das Nações Unidas para a agricultura e a alimentação), segundo o qual “a produção de orgânicos incrementa a disponibilidade de alimentos e o acesso a eles nos locais onde a pobreza e a fome são mais graves (...). O desafio não é nem agrônomico, nem econômico: é político-social”. Mas para que isso se concretize é inegável a importância de incentivos governamentais, como a Lei Federal nº 11.947/2009, regulamentada pela Resolução nº 38/2009, que prevê que no mínimo 30% dos recursos destinados à compra de alimentos por escolas públicas deverão ser utilizados na aquisição de gêneros alimentícios oriundos da agricultura familiar. Essa legislação

também prioriza os alimentos orgânicos. “Isso significa a democratização de acesso a um alimento mais saudável e um estímulo à conversão do sistema convencional ao sistema orgânico”, comemora Ana Flávia Badue, educadora ambiental e diretora do Instituto Kairós.

ELA VEM CHEGANDO



Selo do governo identificará os produtos orgânicos a partir do ano que vem

Para controlar a produção de orgânicos no país, o governo federal, por meio do MAPA, criou o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (Sisorg). Assim, um selo oficial permitirá ao consumidor identificar os alimentos que são de fato orgânicos (aqueles compostos por no máximo 5% de ingredientes não orgânicos. Os produtos que tiverem menos de 70% de ingredientes orgânicos não receberão o selo).

Os agricultores têm até 31 de dezembro deste ano para se adaptar às regras previstas pela “lei de orgânicos” (Lei nº 10.831/2003) e sua posterior regulamentação (decretos nº 6.323/2007 e nº 7.048/2009). Estão previstas duas modalidades de controle. Uma já é bastante conhecida: as empresas certificadoras (que agora deverão ser credenciadas pelo MAPA) verificam se determinado produtor segue à risca as regras da agricultura orgânica.

A novidade é a certificação por “sistemas participativos de garantia da qualidade orgânica” – produtores, técnicos, transportadores, armazenadores, consumidores e organizações sociais poderão se unir e criar “pessoa jurídica” que, credenciada pelo MAPA, poderá exercer a função de empresa certificadora. “É um sistema bastante inclusivo, pois tende a ser mais barato que a certificação convencional”, observa Roberto Mattar, do MAPA.

Há ainda uma terceira forma de garantir a procedência prevista pela “lei de orgânicos”: a relação direta entre produtores e consumidores. O produtor de orgânicos que aderir a essa modalidade receberá periodicamente órgãos fiscalizadores do governo, mas os produtos não receberão o selo oficial. A garantia de que eles são realmente orgânicos ocorrerá pelo vínculo entre os produtores e uma “organização de controle social” (que pode ser associação, cooperativa ou consórcio de agricultores).

Onde é mais barato

	Repolho verde (cabeça)	Berinjela (kg)	Pimentão verde (kg)	Chuchu (kg)	Tomate (kg)	Cebola (kg)	Alface americana (pé)
SÃO PAULO (SP)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)
Supermercado	3,62	9,18	12,30	7,13	12,81	11,24	3,88
Entrega em domicílio	2,74	8,31	15,76	NE	12,70	9,67	2,78
Feira orgânica	1,83	5,00	9,45	6,30	5,95	6,00	2,17
Variação menor/maior	97,45%	83,60%	66,77%	13,26%	115,29%	87,33%	79,07%
RECIFE (PE)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)
Supermercado	2,28	2,99	5,68	3,36	10,78	4,97	2,23
Entrega em domicílio	4,20	3,40	6,75	NE	NE	NE	NE
Feira orgânica	2,00	2,00	5,00	1,50	3,00	2,00	1,00
Variação menor/maior	110%	70%	35%	124%	259,33%	148,50%	123%
CURITIBA (PR)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)
Supermercado	3,22	7,01	6,15	NE	11,97	9,56	3,94
Entrega em domicílio	2,00	8,00	5,00	NE	5,00	4,00	1,30
Feira orgânica	1,50	3,00	3,00	NE	3,50	4,00	0,70
Variação menor/maior	114,66%	166,66%	105%	NE	242%	139%	462,85%
FORTALEZA (CE)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)	Preços (R\$)
Supermercado	NE	4,46	5,90	6,48	4,98	NE	NE
Entrega em domicílio	2,59	2,59	4,15	2,10	6,99	4,49	2,29
Feira orgânica	2,16	2,16	3,68	1,62	3,68	2,16	3,68
Variação menor/maior	19,90%	106,48%	60,32%	300%	89,94%	107,87%	60,69%

Verde: menores preços Vermelho: maiores preços NE: alimento não encontrado

“Frequentar feiras orgânicas é uma maneira de incentivar o pequeno produtor e de contar com preços mais acessíveis”

Adriana Charoux, pesquisadora do Idec

Questão de saúde

A comunidade acadêmica não entrou em consenso sobre qual alimento é mais nutritivo – o convencional ou o orgânico –, já que o conceito de “mais nutritivo” é relativo. Elaine de Azevedo, nutricionista especializada em alimentos orgânicos e pós-doutoranda na Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (USP), explica que “valor nutricional” pode ser interpretado de duas maneiras. A primeira diz respeito aos macronutrientes – substâncias capazes de gerar energia (carboidratos, proteínas e lipídios) – e a segunda, aos micronutrientes (vitaminas, minerais e fitoquímicos).

Sob a ótica dos macronutrientes, praticamente não há diferença entre alimentos orgânicos e convencionais. Explica-se: o grande diferencial da agricultura orgânica é o manejo da terra. No entanto, como a síntese de carboidratos e lipídios quase não é influenciada pela qualidade do solo, os teores dessas substâncias tendem a ser os mesmos nos dois tipos de alimentos.

A exceção seria a proteína, cujo teor, acredite, tende a ser maior em alimentos não orgânicos. A explicação é: a agricultura convencional utiliza fertilizantes que contêm nitrogênio, que é a base das proteínas. “Mas são alimentos desequilibrados e com mais nitratos livres, que no organismo se transformam em nitrito, substância cancerígena”, pondera Elaine.

No campo dos micronutrientes, os orgânicos se sobressaem. A agência britânica de alimentos Food Standards Agency (FSA) publicou no ano passado uma pesquisa que aponta que, em alguns alimentos pesquisados, os orgânicos têm 12,7% a mais de proteína; 53,6% a mais de betacaroteno; 8,3% de cobre; 7,1% de magnésio; 6% de fósforo; 2,5% de potássio; 8,7% de sódio; 10,5% de enxofre; e 11,3% de zinco.

Quanto aos fitoquímicos, os teores também são maiores: na média, 13,2% a mais de compostos fenólicos (antioxidantes que combatem o envelhecimento de células) e 38,4% de flavonoides (que têm ação anticancerígena, entre outras). Os números são da Agência Francesa de Segurança Sanitária de Alimentos. A explicação é simples: como na cultura orgânica não se usam agrotóxicos, o sistema natural de defesa das plantas é ativado, gerando esse tipo de substância.

Em relação aos alimentos de origem animal, Elaine afirma que a qualidade da gordura dos orgânicos é, em geral, superior à dos convencionais. ■

Saiba mais

Para saber onde comprar orgânicos em sua cidade, acesse os portais <www.prefiraorganicos.com.br>, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, e <planetaorganico.com.br>

Como foi feita a pesquisa

No início de 2010 foram levantados os preços de 18 frutas, verduras e legumes orgânicos encontrados em supermercados, feiras livres especializadas nesse tipo de alimento e serviços de entrega em domicílio de sete capitais do país: Belém (PA), Campo Grande (MS), Curitiba (PR), Fortaleza (CE), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP).

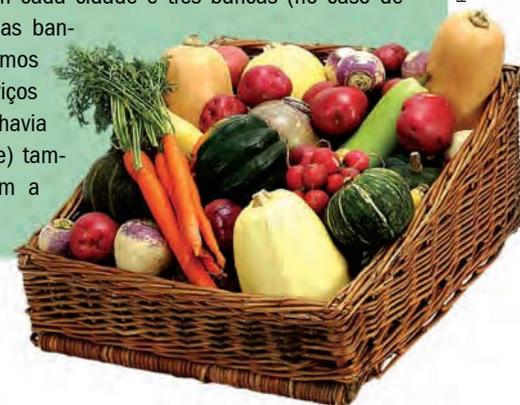
O levantamento foi realizado em parceria com entidades associadas ao Fórum Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC) – Instituto para o Consumo Educativo Sustentável (Icones – Belém), Associação Brasileira da Cidadania e do Consumidor (Abcon – Campo Grande), Associação dos Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná (Acopa – Curitiba), Associação Brasileira de Economistas Domésticos (Abed – Fortaleza), Associação de Defesa da Cidadania e do Consumidor (Adecon – Recife), Associação Brasileira do Consumidor (Abracon – Rio de Janeiro) – e uma organização que desenvolve estudos na área de consumo e agroecologia, o Centro Ecológico Bicho do Mato (Recife).

No entanto, como nem sempre os 18 itens selecionados foram

encontrados em todas as cidades ou estavam disponíveis nos três canais de venda, a pesquisa foi limitada a sete alimentos – repolho verde, berinjela, pimentão verde, chuchu, tomate, cebola e alface americana. Belém e Rio de Janeiro foram excluídas do estudo, pois nelas não foram encontrados os sete alimentos. Campo Grande não consta dos resultados finais, pois os orgânicos são vendidos somente em supermercados.

Em cada localidade foram selecionados os supermercados com maior faturamento. As feiras e serviços de entrega foram escolhidos por meio de consulta ao portal <planetaorganico.com.br>.

Para calcular a média de preços dos alimentos foram visitados três supermercados em cada cidade e três bancas (no caso de feiras que tinham várias bancas vendendo os mesmos produtos). Para os serviços de entrega (quando havia mais de um na cidade) também se trabalhou com a média de preço.



PHOTOS.COM