

O preço dos produtos orgânicos em diferentes canais de comercialização

The price of organic products in different marketing channels

Resumo

Eduardo Rocha
Eduardorochoa1907@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, Paraná, Brasil

Miguel Angelo Perondi
miquelangeloperondi@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, Paraná, Brasil

Esta pesquisa questiona o mito de que o alimento orgânico é mais caro que o convencional, quando além de se observar a diferença do preço desse produto ofertado num mesmo canal de comercialização, também se possa capturar o efeito da mudança estrutural quando o consumidor de alimentos orgânicos passa a adquiri-lo diretamente do produtor nas feiras ao invés dos supermercados. Para tanto, esse trabalho demandou revisar o conceito de canal de comercialização, da produção orgânica e sobre como realizar uma pesquisa de preço em canais de comercialização tão diferentes como feiras e supermercados. Conclui-se que os produtos convencionais dos supermercados, principalmente devido as promoções, ofertam hortaliças em preços médios menores que os ofertados nas feiras orgânicas, entretanto, excluindo as promoções, o que inclui todos os produtos orgânicos vendidos nos supermercados, os preços ofertados nas feiras orgânicas são mais baratos que o dos supermercados.

PALAVRAS-CHAVE: Feira orgânica. Canais de comercialização. Preço.

Recebido: 19 ago. 2019.

Aprovado: 01 out. 2019.

Direito autoral: Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



Abstract

This research questions the myth that organic food is more expensive than conventional when, in addition to observing the difference in the price of this product offered in the same marketing channel, one can also capture the effect of structural change when the organic food consumer starts to buy in directly ways by fairs instead of the supermarkets. To this end, this work required a review of the marketing channel concept, organic production and price survey methodology in different marketing channels like fairs and supermarkets. It is concluded that conventional supermarket products, mainly due to promotions, offer vegetables at lower average prices than those offered at organic fairs, however, excluding that promotions, which includes all organic products sold in supermarkets, prices offered at organic fairs are cheaper than supermarkets.

KEYWORDS: Organic fair. Marketing channels. Price.

Introdução

O produto orgânico é mais caro que o convencional? Para responder essa pergunta e contextualizar a resposta procurou-se pesquisar as diferenças de preços entre as feiras orgânicas e os supermercados de Pato Branco. Segundo SCHNEIDER e GAZOLLA (1997), nas feiras ocorre o fenômeno de cadeias curtas, ou seja, local onde o produtor vende seu produto diretamente ao consumidor; já nos mercados, ocorre a participação de intermediários: o produtor pode vender seu produto direto para o mercado ou para um atacadista, que por sua vez, irá revender para o mercado.

Partindo-se da hipótese de que à medida que um produto percorre caminhos mais longos, seus intermediários recebem margens que podem onerar o preço dos produtos em valores acima do que a escala pode economizar. Assim, este trabalho tem como principal objetivo comparar os preços dos produtos orgânicos entre espaços de cadeias curtas e longas para verificar a diferença de preços dos produtos orgânicos e similares convencionais entre as feiras de produtos orgânicos e os supermercados, cuja cadeia de comercialização é mais longa.

Assim, o texto a seguir segue apresentando o contexto metodológico da pesquisa, uma revisão acerca do objeto de estudo da produção orgânica, um breve histórico do projeto de extensão Feira Orgânica no Bairro e, por fim, apresenta as conclusões desta pesquisa comparada de preços.

1. Metodologia

Segundo GODOY (1995), este é um estudo de caso acerca das médias de preços das feiras orgânicas e supermercados de Pato Branco.

A pesquisa de campo demanda um tempo mínimo de seis meses a um ano, os preços anotados devem expressar uma mesma medida de um mesmo produto e possíveis de serem comparados entre sua versão orgânica e convencional e comercializado tanto em feiras como supermercados. Esse parâmetro mínimo excludente será o que irá delimitar os produtos, as feiras e os supermercados que participam da pesquisa, pois, caso o supermercado não venda produtos orgânicos será automaticamente excluído da pesquisa.

Segundo MENDES (1992), os canais de comercialização ou distribuição são, basicamente, o caminho percorrido pelo produto, até chegar nas mãos do consumidor. No âmbito da feira esse caminho é menor, pois vai direto do produtor para o consumidor. O sentido de cadeia curta se refere a distância da relação entre produtor-consumidor. No caso dos supermercados, existem várias possibilidades de o produto chegar até o consumidor. Por exemplo: o produtor orgânico vende diretamente para o supermercadista; ou vende para um atacadista que então venderá para o supermercado; ou por fim, também existe o caso em que o produtor vende para alguém, que vende para um atacadista, que vende para outro atacadista, que aí então venderá para o mercado, etc.

2. Produção orgânica

Segundo CRUZ (2019), que leva um produto a ser orgânico, basicamente, é o sistema de produção que permite que o produto seja cultivado sem agrotóxicos e de forma a preservar o meio ambiente. Esse mercado vem crescendo bastante nos últimos anos, segundo Almeida Junior (2018) o crescimento do mercado de produtos orgânicos no Brasil é de 20% ao ano. Para tanto, existe uma legislação certificadora dessa produção pelo Ministério da Agricultura e Abastecimento que estabelece como se deve certificar o selo orgânico, e o produto deve ser preparado respeitando essa legislação, para então ser considerado orgânico de forma oficial (MAPA,2017).

3. Projeto Feira Orgânica no Bairro

O projeto da Feira de Produtos Orgânicos da UTFPR (FEPOUT) iniciou em 2016 e visa trazer produtos orgânicos para dentro da Universidade, em forma de feira. Ela ocorre toda quinta-feira das 10:00 até as 18:00. Mas, em janeiro de 2018, uma experiência piloto do projeto de extensão denominado Feira Orgânica no Bairro iniciou no beco da Rua Bolívia no bairro Jardim das Américas e depois, com o aval da Vigilância Sanitária do Município de Pato Branco, definitivamente, a partir de 7 de junho de 2018 a feira iniciou no espaço comunitário da Paróquia Nossa Senhora de Fátima no bairro Jardim Primavera, estabelecendo definitivamente um outro ponto de abastecimento para a comunidade. Quase um ano depois, em 31 de janeiro de 2019 é inaugurada a segunda feira orgânica no bairro Cristo Rei nas dependências do Sindicato dos Trabalhadores Metalúrgicos de Pato Branco.

A feira ocorre logo cedo pela manhã, das 7:00 as 9:30, e depois um grupo de produtores seguem para a UTFPR enquanto outro grupo segue para estabelecer a feira no bairro Cristo Rei das 10:00 as 12h30. Nessa estratégia de otimização da logística de transporte todas as feiras orgânicas em Pato Branco acontecem na quinta feira até o dia da apresentação deste trabalho, contribuindo para abastecer a população com produtos de qualidade e segurança sanitária.

Durante o período de um ano acompanhamos a organização e evolução da feira de produtos orgânicos no bairro. No início, entre janeiro e maio de 2018, a feira acontecia nas quartas feiras a Rua Bolívia e contava com a participação de apenas dois produtores orgânicos. A partir da transferência para o bairro Jardim Primavera no dia 07 de junho de 2018 a feira passou a contar com a participação de uma cooperativa COOPERVEREDA do município do Verê que engloba em torno de 40 produtores todos orgânicos. Com o tempo a feira foi tomando espaço, e passou a aceitar produtos artesanais também, como salames e queijos, ampliando o número de feirantes e passando a se chamar: **Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais no Bairro.**

Neste tempo alguns produtores que participavam inicialmente da feira se afastaram e outros se aproximaram, sendo atualmente, o seguinte elenco da feira: (1) COOPERVEREDA a cooperativa dos produtores orgânicos do Verê; (2) Família Lino, que são pioneiros da certificação pela Rede Ecovida; (3) Família Felipe, que

é um produtor em transição agroecológica e; (4) Família Burilli, produtores artesanais de embutidos.

4. Pesquisa de preços nas feiras e supermercados

A pesquisa de campo aconteceu entre julho de 2018 e maio de 2019, os preços que os feirantes atribuíam aos seus produtos foram comparados com os produtos orgânicos e convencionais comercializados nos supermercados. Para tanto, foram escolhidos os produtos que os produtores mais comercializavam na feira, e comparados com os principais supermercados do município que comercializavam produtos orgânicos, sendo: Patão, Polo e a rede Center. E, devido a algumas substituições de feirantes durante a pesquisa, houve mudanças também de pontos de coleta.

Tabela 1 – preços cotados em julho de 2018.

Produto/Preço médio Feira Orgânica	Mercado Convencional	Mercado Orgânica
Alface americana	R\$ 3,00	R\$ 4,74
Alface crespa	R\$ 2,50	R\$ 1,99
Alface lisa	R\$ 2,50	R\$ 1,79
Alface mimosa	R\$ 2,50	*
Alface pé de galinha	R\$ 2,75	*
Almeirão	R\$ 2,50	R\$ 2,29
Brócolis	R\$ 4,00	R\$ 3,99
Cenoura	R\$ 3,00	R\$ 1,98
Couve	R\$ 2,50	R\$ 2,94
Couve flor	R\$ 4,00	R\$ 3,49
Espinafre	R\$ 2,50	R\$ 2,99
Feijão	R\$ 5,25	*
Pipoca	R\$ 5,00	R\$ 1,99
Repolho	R\$ 2,99	R\$ 1,99
Rúcula	R\$ 2,50	R\$ 2,69
Tempero	R\$ 2,50	R\$ 2,89

Fonte: Pesquisa de campo (assim como a tabela 2 a seguir).

Tabela 2 – preços cotados em maio de 2019.

Produto	Feira Orgânica	Mercado Convencional	Mercado Orgânico
Alface americana	R\$ 3,00	R\$ 2,74	R\$ 6,09
Alface crespa	R\$ 3,00	R\$ 2,60	R\$ 2,69
Almeirão	R\$ 3,00	R\$ 2,58	
Brócolis	*	R\$ 5,22	R\$ 6,47
Cenoura	R\$ 4,00	R\$ 3,09	R\$ 5,85
Couve	R\$ 3,00	R\$ 2,79	R\$ 3,98
Couve flor	*	R\$ 5,34	

Espinafre	*	R\$ 3,09	R\$ 4,69
Feijão	R\$ 7,00	R\$ 3,92	R\$ 9,14
Pipoca	*	R\$ 2,39	
Repolho	R\$ 2,00	R\$ 3,72	R\$ 5,65
Rúcula	R\$ 3,00	R\$ 3,59	R\$ 3,25
Tempero	R\$ 3,00	R\$ 2,24	R\$ 2,79
Agrião	*	R\$ 2,74	R\$ 2,59
Rabanete	R\$ 4,00	R\$ 3,89	
Beterraba	*	R\$ 4,94	R\$ 5,29
Morango	*	R\$ 6,49	

Na grande maioria dos itens, com exceção daqueles fora de época e obtidos de terceiros, os produtos orgânicos ofertados pelos agricultores foram mais baratos do que os produtos orgânicos vendidos nos mercados.

A diferença de preços favorável aos orgânicos da feira em relação ao dos supermercados é devida à economia de intermediários que a feira proporciona, pois, quanto maior o número de transações maior é o custo de comercialização.

Uma segunda explicação é devido a maior perda de produtos na prateleira dos supermercados devido ao maior tempo de exposição que esse sistema exige. Nesse caso, revela-se até uma pequena recuperação de margem dos produtos orgânicos frente aos convencionais, pois o produto orgânico sobrevive fresco mais tempo. Nesse caso, uma concorrência desleal entre as folhosas nos supermercados ocorre na exposição de verduras hidropônicas com raízes preservadas em sacos plásticos com água versus verduras produzidas em substrato orgânico que são expostas sem suas raízes.

Conclusão

Este trabalho contextualiza e traz um registro histórico do projeto de extensão denominado “Feira Orgânica no Bairro”, que está sendo executado pela UTFPR Campus Pato Branco em parceria com o Polo Regional do IAPAR de Pato Branco.

A pergunta que motivou esse relatório permitiu investigar e concluir que o preço dos produtos orgânicos das feiras nos bairros e no campus da UTFPR são mais em conta que os praticados nos supermercados de Pato Branco. Principalmente, caso sejam excluídas da pesquisa os preços promocionais que geralmente focam os produtos convencionais e nunca os orgânicos.

Adicionalmente ao que a pesquisa se propôs a pesquisar, percebe-se que as feiras nos bairros ampliaram as possibilidades da população de Pato Branco se abastecer de produtos orgânicos de qualidade, frescos, diversos, de época em preços e condições e garantias sanitárias e de certificação orgânica superior ao que possível nos supermercados da cidade.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio financeiro proporcionado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, e aos feirantes, os quais foram essenciais para a realização e conclusão deste trabalho.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JUNIOR, Lincon. Inovação na oferta do varejo de produtos orgânicos com base no comportamento do consumidor: um estudo de caso do mercado municipal de Curitiba-PR. Dissertação de Mestrado em Administração pela UNICENTRO. Guarapuava: 2018. 132p.

CRUZ, Cobi. ORGANIS ENTIDADE SETORIAL DOS ORGÂNICOS. Produto Orgânico. Disponível em: <http://organis.org.br/o-que-e-um-produto-organico/>. Acessado em 17/08/2019.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v35, n3, p.20-29 Mai/jun. 1995
<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>

MENDES, Judas Tadeu Grassi. Comercialização Agrícola. Curitiba: Apostila SCA/UFPR. 1992

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. MAPA. 2017. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/orgânicos>. Acessado em 10/01/2017

SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLA, Marcio. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da Universidade UFRGS. 2017. 520p.