



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 9**

Manejo de Agroecossistemas  
e Agricultura Orgânica



## **Os produtos orgânicos são acessíveis?**

*Are organic products affordable?*

SPOSITO<sup>1</sup>, Elaine Caliman; ABREU<sup>2</sup>, Lucimar Santiago de

<sup>1</sup>UFV, elainecalimans@yahoo.com.br; <sup>2</sup>EMBRAPA, lucimar.abreu@embrapa.br

**Tema Gerador:** Manejo de Agroecossistemas e Agricultura Orgânica

### **Resumo**

Com a expansão do mercado de orgânicos, é necessário avaliar quais condições valorizam a produção local e o acesso aos produtos. Assim, avaliou-se a comercialização de produtos orgânicos em canais de comercialização da cidade de Vitória (ES). A diversidade e os preços de produtos orgânicos foram comparados em diferentes estabelecimentos. Além disso, compararam-se os preços entre produtos orgânicos e convencionais. Segundo os Resultados, a maior diversidade foi encontrada nas feiras. Na análise dos preços, nos supermercados, os produtos orgânicos apresentaram-se mais caros do que em feiras e do que aos produtos convencionais equivalentes. Na comparação entre feiras livres, os preços dos produtos orgânicos foram superiores, inferiores ou iguais aos convencionais. Dessa forma, a comercialização em feiras de produtores orgânicos familiares mostrou-se relevante em permitir o acesso desses produtos para consumidores locais, além de fortalecer a agricultura familiar e soberania alimentar.

**Palavras-chave:** agricultura familiar; produção orgânica; circuitos curtos; mercado.

### **Abstract**

The expansion of the organic market requires to evaluate which conditions favor local production and the access to its products. Thus, the study evaluated the commercialization of organic products from marketing channels in the city of Vitória (ES). The diversity and prices of organic products were compared in different establishments. In addition, the prices between organic and conventional products were compared. According to the results, the greatest diversity was found at farmers' market. Analysing prices, in supermarkets, organic products were more expensive than in farmers' market and than their equivalent conventional ones. Comparing open markets, the prices of organic products were higher, lower or equal to conventional prices. Thus, farmers' markets from organic family producers seem to be relevant to allow the access of these products to local consumers, in addition to strengthen family farming and food sovereignty.

**Keywords:** family farming; organic production; short circuits; market.

### **Introdução**

A soberania alimentar, como um conceito ampliado da segurança alimentar, abrange o direito dos povos à alimentação saudável e culturalmente apropriada, produzida através de métodos ecologicamente racionais e sustentáveis, e seu direito de definir seus próprios sistemas alimentares e agrícolas. Essa abordagem, com base no controle e acesso aos alimentos, torna-se um elemento de confluência dos direitos econômicos, sociais, culturais, políticos e ambientais, conectando, assim, a alimentação, como direito humano, à escolha de como e por quem os alimentos são produzidos (WITTMAN,



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 9**

Manejo de Agroecossistemas  
e Agricultura Orgânica



2011). Entretanto, essa garantia pode apresentar-se comprometida quando um terço dos alimentos consumidos pelos brasileiros está contaminado por agrotóxicos, além dos impactos relacionados às poluições, contaminações e intoxicações devido ao uso de agrotóxicos (CARNEIRO et al., 2015).

Esse quadro torna-se ainda mais crítico ao constatar-se que 80% das terras aráveis do mundo vêm sendo cultivadas com um limitado número de espécies vegetais, restringindo a diversidade genética nos sistemas agrícolas e tornando-os mais vulneráveis às alterações climáticas e a estresses bióticos (Nicholls et al., 2015).

A agroecologia, enquanto abordagem científica, aplica os conceitos e princípios ecológicos no arranjo e manejo de sistemas agrícolas sustentáveis e avalia esses sistemas como totalidades, incluindo seus conjuntos complexos de insumos e produção e as interconexões que os compõem, incorporando, inclusive, os sistemas sociais e as estruturas que os seres humanos utilizam para organizar e distribuir os alimentos nos mercados e outros meios (Gliessman, 2015). Sob essa perspectiva, a agricultura de base ecológica é representada por uma diversidade de estilos de produção (ABREU et al., 2009), nos quais se inserem os produtos denominados orgânicos.

Contudo, para Brandenburg, Lamine e Darolt (2013), com o processo de submissão das relações sociais a um conjunto de normas que passam a regulamentar o processo produtivo e as relações mercantis, no qual se insere a institucionalização da produção de base ecológica, faz-se necessário avaliar em que direção caminha a trajetória de desenvolvimento das experiências envolvidas nessa produção, suas reações no momento pós-institucionalização e as consequências desse processo, sendo a relação com o mercado um dos aspectos que mais interfere na organização social e produtiva.

Como parte dessa análise, o objetivo do presente trabalho foi avaliar a diversidade dos produtos orgânicos em diferentes canais de comercialização da cidade de Vitória (Estado do Espírito Santo), além de comparar as diferenças entre os preços de produtos orgânicos entre si e em relação aos convencionais equivalentes, de forma a contribuir com a discussão sobre a produção orgânica e a sua relação com distintos mercados.

## **Material e Métodos**

Avaliou-se a comercialização de produtos orgânicos em Vitória, em suas diversas formas, através de visitas aos principais estabelecimentos da capital, ao longo do ano de 2014. Para a análise de diversidade de produtos orgânicos, considerou-se o número de produtos, em cinco categorias de estabelecimentos: três lojas especializadas, uma loja de hortifrutigranjeiros, quatro supermercados, três feiras livres de produtos or-



gânicos e três feiras de exposição. A avaliação de preços de produtos orgânicos foi realizada em quatro supermercados, uma loja de hortifrutigranjeiros e três feiras livres de produtos orgânicos e, para cada local, fez-se a média do valor do quilograma de cada produto ao longo do tempo. Essas médias foram comparadas entre si. Avaliou-se também o preço de produtos orgânicos em relação a convencionais equivalentes, no mesmo dia e local, em supermercados e na loja de hortifrutigranjeiros, e em datas e locais próximos, em três feiras livres convencionais. A quantidade de produtos orgânicos comparados variou de 27 a 36, dependendo do estabelecimento. Analisou-se a diferença de preços entre produtos orgânicos e convencionais em cada estabelecimento e para cada produto, através do cálculo da diferença percentual das médias dos preços, com o auxílio do Excel, conforme fórmulas abaixo:

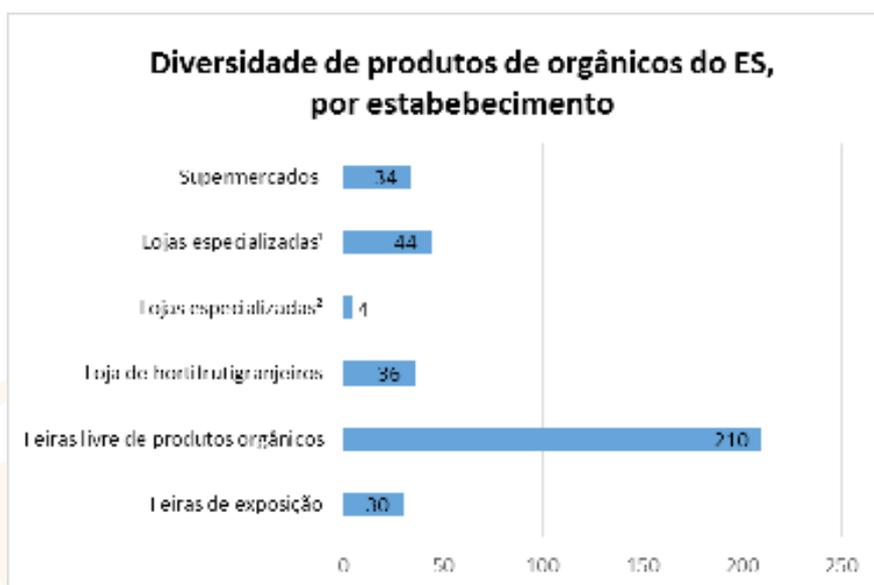
$$((\text{média orgânico} - \text{média convencional}) / \text{média convencional}) * 100 = X$$

X= diferença dos preços, em porcentagem, entre o produto orgânico e o convencional.

## Resultados e Discussão

### *Análise da diversidade de produtos orgânicos*

A Figura 1 mostra a quantidade de diferentes itens encontrados, por grupo de estabelecimentos. Entretanto, com relação às lojas especializadas visitadas, a diversidade desse grupo modificou-se ao longo do tempo devido à diminuição no número de estabelecimentos ao longo da pesquisa.



**Figura 1** – Diversidade de produtos orgânicos provenientes do ES, por estabelecimentos de Vitória. Legenda: <sup>1</sup>início da pesquisa; <sup>2</sup> final da pesquisa.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 9**

Manejo de Agroecossistemas  
e Agricultura Orgânica



Comparativamente, os supermercados, a loja de hortifrutigranjeiros e as feiras de exposição aparecem com uma diversidade de produtos parecida entre si (com uma diferença de dois a dez produtos distintos). Com relação às feiras de produtos orgânicos, a diferença na quantidade de itens distintos, em relação aos outros estabelecimentos, foi de quatro a sete vezes maior (com um total de 210 itens). A diversidade encontrada nas feiras aproxima-se da quantidade de produtos total certificados no Espírito Santo (SPOSITO, 2016).

Percebeu-se nas feiras, além disso, uma grande variedade de produtos encontrada por barraca que, normalmente, refere-se a uma ou duas propriedades e reflete a diversificação desses sistemas produtivos. Isso pôde ser confirmado através dos certificados de auditoria emitidos pelas certificadoras e que alguns produtores apresentaram em suas barracas, onde consta a lista de produtos certificados por propriedade. Nesses documentos a quantidade de itens distintos certificados, por propriedade, variou de 42 a 85.

Essa diversificação torna-se importante uma vez que um dos pilares da prática da agricultura orgânica e das bases científicas da agroecologia é o aumento da biodiversidade total do sistema. Isto pode ser conseguido através de agroecossistemas com um maior número de espécies e variedades de culturas (diversidade no espaço), pelo aumento de rotações de culturas (diversidade ao longo do tempo), eliminação de agrotóxicos e manutenção de áreas nativas (GLIESSMAN; ROSEMEYER, 2010).

### **Análise comparativa do preço de produtos de orgânicos**

Para quase todos os produtos e estabelecimentos, o valor do quilo de cada produto não variou ao longo do período analisado. Todos os produtos orgânicos avaliados apresentaram preços maiores nos supermercados e loja de hortifrutigranjeiros do que nas feiras, sendo que a diferença das médias dos preços entre supermercados e feiras, em porcentagem, variou de 77,09% (banana prata) a 380,8% (tomatinho).

Alguns produtos encontrados tanto nos canais indiretos quanto nas feiras não foram comparados entre si, pois a comercialização não seguiu o mesmo padrão de peso (quilo, peça (un.) ou maço). Além disso, devido a maior diversidade de produtos encontrada nas feiras, muitos produtos não puderam ser avaliados em canais indiretos.

#### *Análise comparativa do preço de produtos orgânicos e convencionais*

A comparação dos preços de produtos orgânicos com produtos convencionais em canais indiretos mostrou que, à exceção da couve chinesa de um estabelecimento, todos os produtos orgânicos apresentaram preços maiores do que os convencionais. A variação das médias dos preços, em porcentagem, foi de -17,59% a 1109,46%. Por



outro lado, em feiras livres, a variação das médias dos preços de produtos orgânicos e convencionais, em porcentagem, foi de -50% a 150%, demonstrando uma amplitude menor do que na comparação dos canais indiretos. Além disso, no caso anterior, apenas um produto orgânico apresentou preço menor do que o convencional, enquanto na comparação de preços entre feiras foram encontrados 12 produtos, representando 26,67% dos produtos (Tabela 1).

**Tabela 1** – Comportamento da diferença de preços, em porcentagem, entre produtos orgânicos e convencionais em feiras livres de Vitória.

<b>Comparação dos preços de produtos, em feiras livre</b>			
<b>Preço</b>	<b>Quantidade de produtos</b>	<b>% de Produtos</b>	<b>Amplitude da variação dos preços</b>
Convencional = orgânico	7	15,55	0
Convencional > orgânico	12	26,67	-50,0 a -4,27
Convencional < orgânico	26	57,78	2,17 a 150,0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>	<b>-50,0 a 150,0</b>

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Com isso, a avaliação da diferença de preços entre produtos orgânicos e convencionais mostrou que esses apresentam uma amplitude e comportamentos diferentes, um em relação ao outro, dependendo do canal de comercialização (em feiras livres ou supermercados) e diferenças de preços consideráveis. Além disso, esses Resultados corroboram com outras pesquisas em que produtos orgânicos apresentaram-se mais caros em supermercados quando comparados com feiras (SANTOS, 2014).

## Conclusão

O presente trabalho identificou que as feiras de produtos orgânicos da região metropolitana de Vitória mostraram-se importantes por permitirem o acesso a produtos orgânicos por preços mais acessíveis do que nos supermercados. Além disso, oferecem uma diversidade de produtos orgânicos aproximadamente seis vezes maior do que o canal de comercialização indireta. Esse tipo de relação parece apresentar-se como a melhor alternativa para que esses produtores consigam manter-se no mercado e para que cada vez mais consumidores tenham acesso a produtos de base ecológica. Quando comparado a produtos convencionais, nos canais de comercialização indireta, os produtos orgânicos são sempre mais caros. Os supermercados apresentam preços que



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

Tema Gerador 9

Manejo de Agroecossistemas  
e Agricultura Orgânica



deveriam ser considerados abusivos e que podem transformar-se em uma mensagem equivocada ao consumidor de que os produtos orgânicos são sempre mais caros, o que não se confirma na comparação entre feiras orgânicas e convencionais.

## Agradecimentos

CAPES

## Referências Bibliográficas

ABREU, L. S. et al. Trajetória e situação atual da agricultura de base ecológica no Brasil e no Estado de São Paulo. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 26, p. 149-178, 2009.

BRANDENBURG, A; LAMINE, C; DAROLT, M. Institucionalização do movimento ecológico na agricultura: mercado e reorganização dos atores sociais. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 4, p. 221-247. 2013.

CARNEIRO, F. F. et al. **Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde**. Rio de Janeiro: ABRASCO, 2015. 624 p.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecology: the ecology of sustainable food systems**. CRC Press, 2015.

GLIESSMAN, S. R.; ROSEMEYER, M. (Eds.). **The conversion to sustainable agriculture: principles, processes, and practices**. CRC Press, 2009.

NICHOLLS C.I. et al. Agroecologia e o desenho de sistemas agrícolas resilientes às mudanças climáticas. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, Cadernos para Debate N.2**, 2015.

SANTOS, E. P. Produção orgânica: estratégia de marketing verde em supermercados. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Engenharia Agrícola) – **Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Engenharia Agrícola**. 140 p. – Campinas, SP, 2014.

SPOSITO, E. C. Agricultura orgânica do estado do Espírito Santo: diversidade e comercialização de seus produtos na região metropolitana de Vitória. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – **Universidade Federal de São Carlos**. 158 p. São Carlos, SP, 2016.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 9**

Manejo de Agroecossistemas  
e Agricultura Orgânica



WITTMAN, H. Food sovereignty: a new rights framework for food and nature? **Environment and Society: Advances in Research**, v. 2, n. 1, p. 87-105, 2011.