



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

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## **Empoderamento do produtor na comercialização de hortaliças orgânicas e convencionais em feiras nas metrópoles de Campinas (SP) e São Paulo (capital), Brasil**

*Producer empowerment in organic and conventional vegetables in outdoor commercialization in the municipalities of Campinas (SP) and São Paulo (Capital), Brazil*

<sup>1</sup>Watanabe Maria Aico;<sup>2</sup> Abreu Lucimar Santiago de

<sup>1</sup>Embrapa Meio Ambiente. aico.watanabe@embrapa.br; <sup>2</sup>. Embrapa Meio Ambiente, lucimar.abreu@embrapa.br

**Tema gerador:** Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

### **Resumo**

No debate público é recorrente a afirmação que os preços de hortaliças orgânicas são sempre maiores que os das hortaliças convencionais, assim a pesquisa teve como objetivos desfazer essa falácia que circula em relação aos preços dos produtos orgânicos e, destacar o empoderamento do produtor. Esse trabalho foi realizado através da revisão da literatura e da pesquisa qualitativa em feiras livres. A Conclusão é que não se pode generalizar essa afirmação uma vez que os preços de dezesseis por cento de tipos de hortaliças orgânicas em Campinas e vinte e cinco por cento de tipos de hortaliças orgânicas em São Paulo foram menores que os preços de hortaliças convencionais. O empoderamento do agricultor orgânico na precificação ocorre à medida que aumenta a sua participação no estabelecimento dos preços. Isso é notório em feiras livres, caracterizada pela relação direta com o consumidor, que possibilita a valorização social do produto, a garantia de venda e de autonomia para o produtor.

**Palavras-chaves:** Agricultura orgânica, feiras orgânicas, produto orgânico, precificação de produtos orgânicos, políticas públicas

### **Abstract**

In the public debate the claim is that the prices of organic vegetables are always higher than those of conventional vegetables, so the objective of this research was to undo this fallacy in relation to the prices of organic products and to evaluate the producer's empowerment. This work was carried out through the review of literature and qualitative research in outdoor market. The conclusion is that this assertion cannot be generalized since the prices of sixteen percent of types of organic vegetables in Campinas and twenty-five percent of types of organic vegetables in São Paulo were lower than the prices of conventional vegetables. The empowerment of the organic farmer in pricing occurs as his share of the price establishment increases. This is notorious in outdoor markets, characterized by the direct relationship with the consumer, which enables the social valorization of the product, the guarantee of sale and autonomy for the producer.

**Keywords:** Organic agriculture, outdoor markets, organic product, organic product valuing, public policies, farmer empowerment



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

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Introdução

Para Ferreira et al, (2007), o empoderamento se materializa na construção de estratégias para conquistar poder de atuação visando o reconhecimento social. Esse processo social é evidenciado mais recentemente no tecido associativo do país, no Contexto das redes sócio profissionais, que participam da construção de alternativas ao que lhes é imposto no mundo rural. Assim, empoderamento pode ser entendido como mecanismos que favorecem o acesso ao poder de indivíduos, grupos sociais menos favorecidos (FERREIRA et al, 2007). Os autores discutem a aplicação da noção de empoderamento às atividades associadas a redes de alimentos que reúne agricultores orgânicos e consumidores da ACOPA (Associação de Consumidores Orgânicos do Paraná). Enfatizando a capacidade de protagonismo dos atores sociais que contribuí para a revitalização dos espaços rurais, ressignificando o que é viver e produzir no rural, redefinindo sua inserção num projeto societário de desenvolvimento solidário e ecológico.

Segundo dados do Ministério da Agricultura o Brasil tem hoje 15.590 unidades produtivas, constituídas por produtores e empreendedores individuais, cooperativas, unidades de produção associativas e empresas de processamento e industrialização de produtos. A expectativa é que a taxa de crescimento da agricultura orgânica em 2017, atingirá a ordem de 25%-30%. O país é o principal exportador de açúcar, castanhas, frutas e seus derivados (Ming Liu é diretor da Orgânicas Brasil).

As feiras livres objeto desse estudo se inserem numa das principais modalidades de Circuitos Curtos de Comercialização de produtos orgânicos, doravante (CC). Assim dentro dos CC se encontram a venda direta na propriedade, venda fora da propriedade – feiras livres, lojas especializadas, entrega de cestas, venda a grupos de consumidores organizados; vendas indiretas envolvendo no máximo um (01) intermediário -venda em lojas ligadas a cooperativas de produtores ou consumidores, restaurantes, pequenos mercados, lojas virtuais (DAROLT et al 2015).

Segundo Tivelli, 2012, é um mito afirmar que o preço das hortaliças orgânicas é sempre mais elevado que o das hortaliças convencionais. Isso foi confirmado por Martins et al (2006) em pesquisa realizada com varejistas (mercados, pequenos varejos, lojas especializadas, restaurantes, supermercados) de São Paulo – SP. E também, por Santiago & Gentil (2014) em Manaus – AM em feiras livres. Porém Finatto & Correa (2010) em pesquisa realizada em Pelotas – RS em feiras livres, venda a restaurantes, entrega de cestas a domicílio, venda ao PAA (Programa de Aquisição de Alimentos), não encontraram diferenças entre os preços. Provavelmente isso decorre do tipo de arranjo de comercialização das localidades. Com relação a diversidade, as hortaliças



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

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



orgânicas é menor que a das hortaliças convencionais, isso foi confirmado por Arnaldi & Perosa (s.d.) em pesquisa realizada em Botucatu – SP em feiras livres, quitandas, lojas de produtor e Araújo (2007) em Piracicaba – SP, em feiras livres, venda na propriedade, venda direta a lojas especializadas, pequenos mercados, vendas indiretas a supermercados, atacados (hipermercados), mas desfeito por Santiago & Gentil (2014) em pesquisa realizada em Manaus (AM). O preço das hortaliças orgânicas pode ser estabelecido pelo comprador ou pelo agricultor (Arnaldi & Perosa, s. d.), ou ainda por um acordo entre essas duas partes (Darolt, 2012) que cita como exemplos os CSA's (Community Supported Agriculture nos países de língua inglesa), AMAP's (Associação de consumidores na França) e Teikei (Associação de consumidores no Japão). Uma quarta possibilidade que exclui o agricultor e o comprador é a elaboração de Tabelas de preços por entidades públicas (CEAGESP, s. d.; CONAB, 2013) ou privadas.

### **Metodologia**

A pesquisa que ora, apresentamos foi desenvolvida entre outubro e dezembro/2014. Na ocasião foram coletados preços de hortaliças orgânicas e convencionais em feiras livres de Campinas – SP e São Paulo – SP, através de entrevistas qualitativas com agricultores feirantes. A maioria dos produtores é participante de redes de agroecologia e/ou de agricultura orgânica do Estado. A exemplo, de membros da Associação de Agricultura Natural de Campinas, organização que congrega parte importante de agricultores e conta também com a presença de consumidores da feira livre. A pesquisa foi conduzida com três feirantes-revendedores convencionais e sete feirantes-agricultores orgânicos em Campinas – SP e com quatro feirantes-revendedores convencionais e treze feirantes-produtores orgânicos em São Paulo – SP. A pesquisa foi complementada pela revisão da literatura sobre o assunto.

Com relação ao método de análise, os preços de hortaliças orgânicas foram confrontados com os de hortaliças convencionais, através da contagem do número de hortaliças orgânicas e convencionais que estavam sendo comercializadas. O empoderamento do agricultor foi avaliado de acordo com a opinião dos próprios entrevistados.

### **Resultado e discussão**

Uma das grandes dificuldades para elaborar uma pesquisa sobre a situação atual da produção orgânica e a relação com os preços dos produtos, é a falta de dados estatísticos oficiais, somente no último Censo Agropecuário 2006, foi introduzida uma variável geral sobre a produção orgânica no país, ou seja, uma tentativa de caracterizar



o produtor orgânico. Portanto, ainda não é suficiente para uma análise da situação da agricultura orgânica e de preços (Abreu, et al, 2009). A Tabela abaixo compara a diferença entre tipos de hortaliças orgânicas e convencionais.

**Tabela 1.** Diferenças de preços entre hortaliças orgânicas e convencionais

Diferenças entre preços	Campinas	São Paulo
Hortaliças orgânicas > hortaliças convencionais	56 hortaliças	42 hortaliças
Hortaliças orgânicas = hortaliças convencionais	0 hortaliças	0 hortaliças
Hortaliças orgânicas < hortaliças convencionais	12 hortaliças	16 hortaliças

Comparou-se os preços de hortaliças orgânicas com convencionais nas duas metrópoles. De fato o preço de cinquenta e seis tipos de hortaliças orgânicas foi maior que o de hortaliças convencionais em Campinas – SP e, de quarenta e dois tipos de hortaliças orgânicas em São Paulo, foi maior que convencionais.

Todavia não se pode generalizar essa afirmação uma vez que os preços de doze tipos (16%) de hortaliças orgânicas em Campinas e de dezesseis tipos (25%) de hortaliças orgânicas em São Paulo foram menores que os preços de hortaliças convencionais. A diversidade da oferta das hortaliças orgânicas é um pouco maior que a das hortaliças convencionais. Foram encontradas setenta e duas e sessenta e quatro tipos de hortaliças orgânicas em Campinas e São Paulo, respectivamente e setenta tipos de hortaliças convencionais. Mas comparando a diversidade da produção orgânica e convencional das duas metrópoles, constatou-se que em São Paulo, a diversidade de hortaliças orgânicas foi pouco menor (sessenta e quatro) e, de hortaliças convencionais (setenta). E comparando a diversidade da produção orgânica (setenta e dois) e convencional (setenta) comercializadas em feiras livres em Campinas, essa diferença não foi significativa; a diversidade de hortaliças orgânicas em São Paulo (sessenta e quatro) foi menor que a de hortaliças convencionais (setenta).

A discussão da literatura mostra que quando os preços de hortaliças não são estabelecidos pelo comprador (Arnaldi & Perosa, s. d.) o agricultor não tem nenhum poder para valorar a sua produção, sendo obrigado a aceitar o preço proposto pelo comprador; mas quando os preços são consensuais, resultantes de um acordo entre o agricultor e o comprador (Darolt, 2012), há participação do agricultor na precificação. Quando o preço é estabelecido pelo próprio agricultor o empoderamento atinge o máximo. A valorização da produção para o produtor decorre quase sempre da venda em circuitos curtos (Darolt et al, 2016). No entanto, a relação direta com consumidores alimentares também podem operar com preços semelhantes ou até menores. Muitos agricultores entrevistados têm consciência do direito de cada nação de manter e desenvolver sua



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

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



própria capacidade de produzir seus alimentos básicos, respeitando a diversidade cultural e produtiva. Ideia que nos remete a questão da soberania alimentar que é uma pré-condição para a genuína segurança alimentar.

## **Conclusões**

Diversos estudos anteriores apontam para a importância econômica e social da agricultura orgânica, mostram que as feiras-livres são arranjos apropriados para o agricultor familiar comercializar seus produtos para consumidores locais, uma vez que promove a ampliação das vendas e, pelo fortalecimento do protagonismo do agricultor dado pela emergência de laços de solidariedade social entre agricultores familiares e consumidores conscientes muitas vezes do papel social desses agricultores para o sistema agroalimentar orgânico. Ainda que o preço da maioria das hortaliças orgânicas comercializadas em feiras livres é ainda superior ao das hortaliças convencionais, todavia não se pode generalizar essa afirmação como foi demonstrado. O empoderamento do agricultor é mais elevado na comercialização em feiras livres, cuja relação direta com o consumidor, possibilita a valorização social do produto, a garantia de venda e de autonomia. As feiras livres devem ser protegidas por políticas públicas afirmativas que tenham continuidade, aperfeiçoamento ao longo do tempo e ajustadas conforme a necessidade.

## **Referências**

ABREU, L. S. de; KLEDAL, P. R.; PETTAN, K.; RABELLO, F.; MENDES, S. C. Trajetória e situação atual da agricultura de base ecológica no Brasil e no Estado de São Paulo. Cadernos de Ciência & Tecnologia, v. 26, n. 1/3, p. 149-178, 2009.

ARAÚJO, J. C. de. Comercialização de orgânicos. Revista Brasileira de Agroecologia, v. 2, n. 1, p. 33-36, 2007. Edição dos Resumos do V Congresso Brasileiro de Agroecologia, Vitória, ES, 2007.

ARNALDI, C. R.; PEROSA, J. M. Y. Comercialização de produtos orgânicos em Botucatu. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/01O022.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2014.

CEAGESP. Cotações: preços no atacado. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/entrepotos/servicos/cotacoes/>>. Acesso em: 04 abr. 2013.

CONAB. Proposta de preços mínimos e safra 2013/2014: produtos da safra de verão. Brasília, DF: 2013. v. 2, 161 p.



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

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



DAROLT, M. R. Conexão ecológica: novas relações entre produtores e consumidores. Londrina, IAPAR, 2012. 162 p.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; ALENCAR, M. de C. F.; ABREU, L. S. de. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. In: BRANDENBURG, A.; BILLAUD, J.; LAMINE, C. (Org.). Redes de agroecologias: experiências no Brasil e na França. Curitiba: Kairós Edições, 2015. p. 111-133.

FERREIRA, A. D. D.; BRANDENBURG, A.; RODRIGUES, A. S.; SANTOS, E. B.; PINHEIRO, G.; SILVA, O. H. 2007 Resistência e empoderamento no mundo rural. Rio de Janeiro, Estud. Soc. Agr. V. 15, n. 1, p. 123 – 159

FINATO, R. A.; CORREA, W. R. Desafios e perspectiva para a comercialização de produtos de base ecológica: O caso do município de Pelotas/RS. Revista Brasileira de Agroecologia, v. 5, n. 1, p. 95-105, 2010.

LIU, M. Orgânicos: modismo ou fato? Disponível em: <<http://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2017/01/organicos-modismo-ou-fato.html>>. Acesso em: 18 jan. 2017.

MARTINS, V. A.; FILHO, W. P. C.; BUENO, C. R. F. Preços de frutas e hortaliças da agricultura orgânica e no mercado varejista da cidade de São Paulo. Informações Econômicas, v. 36, n. 9, p. 42-52, 2006.

SANTIAGO, O. C. M.; GENTIL, D. F. de O. Estudo comparativo da comercialização de hortaliças orgânicas e convencionais em Manaus, Amazonas. Revista Brasileira de Agroecologia, v. 9, n. 3, p. 124-139, 2014.

TIVELLI, W. Orgânicos são caros por quê? Pesquisa & Tecnologia, v. 9, n. 1, p. 2012.