

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS

Bruna Rafaela da Silva Damiatti¹.
Gabriela Salvador da Costa²
Maria Eduarda Rocha de Oliveira³

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo evidenciar a importância da comercialização dos produtos agroecológicos, visto as mudanças no comportamento alimentar da sociedade que buscam cada vez mais por uma alimentação saudável. De acordo com as pesquisas realizadas para a elaboração do presente trabalho, podemos constatar a valorização e a produção desses alimentos que são manejados de forma sustentável, além de possuírem maior valor agregado, assim beneficiando os produtores que trabalham com o sistema agroecológico.

Palavras chave: Meio ambiente. Alimentação saudável. Produção familiar.

ABSTRACT

This paper aims to highlight the importance of marketing agroecological products, given the changes in the eating behavior of society that increasingly seek for healthy eating. According to the research carried out for the preparation of the present work, we can see the valorization and production of these foods that are managed in a sustainable way, besides having higher added value, thus benefiting the producers who work with the agroecological system. cheaper than traditional ones.

Keywords: Environment. Healthy eating. Family production.

1. INTRODUÇÃO

A produção de alimentos agroecológicos visa o uso sustentável dos recursos naturais (solo, água e ar), sem a utilização de agroquímicos ou produtos geneticamente modificados (transgênicos), preservando a biodiversidade, contribuindo para a geração de emprego, respeitando a tradição e os conhecimentos empíricos, podendo ser de origem vegetal ou animal. A alimentação saudável é um direito humano básico e o aumento da demanda por

¹ Tecnóloga em Agronegócio – Faculdade de Tecnologia de Ourinhos. E-mail: bruna91967@hotmail.com;

² Tecnóloga em Agronegócio – Faculdade de Tecnologia de Ourinhos e Pós-graduanda em MBA em Gestão Ambiental pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: gabicostaa89@gmail.com;

³ Tecnóloga em Agronegócio – Faculdade de Tecnologia de Ourinhos. E-mail: mariaeduardaroch@hotmail.com.

alimentos orgânicos se dá devido a busca de melhor qualidade de vida, benefícios a saúde e respeito ao meio ambiente (TENUTA, 2017).

De acordo com Tenuta (2017), há diversas iniciativas em cidades de médio e pequeno porte que incentivam a alimentação saudável e facilitam o acesso a esses alimentos, valorizando o abastecimento através de produtores locais. Nas grandes metrópoles também ocorre essa iniciativa por meio de ações públicas para que o alimento saudável chegue até a mesa da população. Com base nesta perspectiva, quanto maior for o interesse dos consumidores por alimentos de base agroecológica, maior será o incentivo a produtores familiar que aderem a causa, promovendo assim um sistema alimentar sustentável.

As chamadas feiras agroecológicas estão cada vez mais recorrentes e são um dos principais canais de comercialização dos alimentos agroecológicos. Se assemelham com as feiras convencionais, porém possuem peculiaridades próprias, por exemplo, todo alimento comercializado está livres de agentes químicos e são vendidos pela própria família produtora, diferentemente das feiras convencionais onde encontra-se revendedores comercializando os produtos. As famílias são cadastradas no MAPA - Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento e por meio da OCS - Organização de Controle Social, que regulará a produção orgânica. Assim, o produtor poderá obter em suas barracas o certificado orgânico, e poderá permitir que haja visitas em sua propriedade, tanto para os consumidores quanto para a fiscalização (FANTUZZI, 2016).

Segundo Fantuzzi (2016), há uma vasta gama de alimentos disponibilizados ao público nas feiras de Recife que chegam a movimentar 1,8 milhões de reais por ano e variam desde folhosas, legumes, frutas, raízes até produtos artesanalmente beneficiados como doces, queijo, canjica, licores, massa para tapioca e até novos produtos como o pastel de jaca. O estado de Pernambuco possui em média 70 feiras agroecológicas que segundo pesquisas realizadas são 56% mais baratas do que mercados e 19% a mais em conta do que as feiras tradicionais. Essa diferença se dá na distância entre o produtor e consumidor, uma vez que as feiras ecológicas possuem menor distância e não precisa remunerar intermediários no circuito.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho é de abordagem qualitativa, ou seja, de acordo com Silva e Silveira (2011, p. 152) “...a pesquisa qualitativa é caracterizada como compreensiva, holística, ecológica, humanista, bem adaptada para a análise minuciosa da complexidade, próxima das lógicas reais, sensível ao contexto no qual ocorrem os eventos estudados...”.

Além disso a pesquisa se caracteriza sendo exploratória e de caráter bibliográfico, (SILVA e SILVEIRA, 2011, p. 156 apud SANTOS, 2004, p. 29) define pesquisa bibliográfica como “conjunto de materiais escritos/gravados, mecânica ou eletronicamente, que contêm informações já elaboradas/publicadas por outros autores”.

A pesquisa bibliográfica foi baseada em um levantamento de dados pertinentes à área de comercialização de alimentos agroecológicos. A revisão literária se deu pela busca de trabalhos e informações que ocorreram por meio do Google Acadêmico, no qual disponibilizou artigos científicos e revistas científicas eletrônicas da área abordada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Comercialização de tomate orgânico

Atualmente a crescente demanda por produtos agroecológicos vem aumentando gradativamente, no caso do consumo do tomate, há várias críticas referentes ao excesso de agrotóxico presente no fruto.

Segundo o PARA - Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (2010), foi realizado a análise quantitativa de amostras insatisfatórias por cultura e por Unidade Federativa, na qual, identificou-se na cultura do tomate 31,3% ingredientes ativos não autorizados para a cultura, então pode-se perceber o grande percentual de utilização de agroquímicos proibidos durante o cultivo do fruto. Referente a esses dados, dá para entender a preocupação do consumidor ao querer mudar sua qualidade de vida, tornando sua alimentação mais saudável, assim, cada vez mais optando pelo consumo de alimentos agroecológicos.

Em um estudo realizado por Luz *et al.* (2007), referente a vários aspectos agronômicos dos sistemas de produção convencional e orgânico do tomateiro, ao fim do processo

produtivo, já na parte de comercialização do fruto, identificou-se os locais de comercialização do produto convencional e orgânico, o tomate convencional foi vendido no CEASA e em grandes supermercados, e seu preço foi de R\$ 1,00 / kg no verão e R\$ 0,30 / kg no inverno, já o tomate orgânico foi entregue aos distribuidores de produtos orgânicos e em quitanda própria, porém, seu valor é maior, atingindo R\$ 2,00 à 2,50 / kg.

Em outro caso analisado pela EMATER (2019) no Estado do Paraná, a comercialização da caixa de 22kg de tomate convencional, estava sendo comercializado por R\$40, enquanto o agroecológico chegou a R\$80.

Nota-se que o valor da comercialização do produto orgânico é gradativamente duas vezes mais caro em comparação ao produto convencional, e analisando os preços em que foram comercializados nas duas situações, é notório que o produto orgânico possui maior valor agregado, justamente por ser um produto livre de agroquímicos, então, é certo que a produção e comercialização agroecológica de tomate vem ganhando espaço no mercado, e cada vez mais, o produto é valorizado por suas características autênticas, além de sua qualidade.

3.2 Comercialização de morango orgânico

Segundo Darolt (2008), o uso incorreto e exagerado de agroquímicos pelos produtores tornam o morango um vilão perante o consumidor, estando entre os principais alimentos que mais possuem resíduos químicos.

De acordo com PARA – Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (2008), um estudo realizado pela ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, mostra que no ano de 2007 em média 44% das amostras de morango apresentaram níveis insatisfatórios de ingredientes ativos de agrotóxicos, ou seja, acima do limite máximo permitido de resíduos químicos.

Portanto, Darolt (2008) destaca que o produtor deve-se atentar as características exigidas pelo consumidor que está cada vez mais preocupado com a saúde e segurança dos alimentos. O Decreto 6.323 de 2007, oficializa e regulamenta a produção de orgânicos no

Brasil, gerando vantagem competitiva e comparativa no mercado de morangos, pois, agrega valor ao produto final, logo, chega ao consumidor a informação que o produto é seguro e livre de agroquímicos, visto que é oriundo de produção orgânica.

Conforme Darolt (2008), o morangueiro apresenta flores, frutos verdes e maduros no mesmo pé, característica essa que dificulta para o produtor, na prática, respeitar o período de carência dos agrotóxicos, acumulando resíduos químicos no fruto devido as suas características físicas, além disso, a impossibilidade de descascar o fruto acentua o problema para quem consome.

Darolt (2008), afirma que apesar de o sistema convencional obter maior produtividade, o sistema de produção de morangos orgânicos é mais rentável para o produtor em relação ao benefício/custo, visto que o fruto possui valor agregado e conseqüentemente custa mais caro que o morango produzido no sistema convencional.

Para concluir, Darolt (2008) cita o papel fundamental do gestor para conquistar a confiança dos consumidores, devendo administrar e aperfeiçoar a produção, para que o produto final seja um fruto bonito visualmente, saudável e seguro, além de investir no processo de marketing do produto, para que possam ser levadas ao consumidor informações sobre o processo de produção orgânica e os benefícios deste para a saúde e para o meio ambiente.

3.3 Comercialização do café orgânico

Caixeta e Pedini (2002), afirmam que o mercado de café orgânico é determinado pelos consumidores conscientes, ou seja, que estão ligados à saúde, porém com a publicidade, atingiu-se um público que não se preocupa apenas com a própria saúde, mas também com questões sociais e ambientais.

O café orgânico é apresentado ao consumidor com a garantia de origem de fonte segura, confiável e direta, assim como ocorre com outros produtos provindos de produção orgânica (CAIXETA e PEDINI, 2002).

Devido a demanda por produtos orgânicos, Caixeta e Pedini (2002) destacam que os produtores aderem à prática do cultivo orgânico favorecendo o meio ambiente e contribuindo para uma maior equidade socioeconômica através da prática do comércio solidário (*fair trade*).

De acordo com o SEBRAE (2015), o modelo de certificação *fair trade* (comércio justo) demonstra preocupação por parte dos consumidores não só com a qualidade ou valor biológico dos produtos, mas também com questões sociais e ecológicas, as normas para a produção de café *fair trade* são obtidas na *FLO- Fair Trade Label Organization*, considerada uma das mais importantes certificadoras do segmento.

Conforme Caixeta e Pedini (2002), uma lista de cafés finos nos EUA publicada no ano de 1994, apresenta que apenas 25 firmas entre 400 citadas ofereciam café orgânico, sendo este dado coerente com a afirmação de que milhares de produtores podem ter obtido certificados da Ocia, mas apenas cerca de uma dúzia de firmas (torrefadoras principalmente) e alguns comerciantes, estão recebendo certificação da entidade, tais firmas têm papel decisivo na promoção do consumo de café orgânico.

De acordo com o site oficial da OCIA - Providing Excellence in Organic Certification a organização é considerada uma das líderes mais antigas e confiáveis do mundo no segmento de certificação orgânica.

Para finalizar Caixeta e Pedini (2002), afirmam que o sistema de comercialização do café orgânico repousa na confiança que os consumidores depositam nos comerciantes que estrategicamente lidam diretamente com cooperativas de pequenos produtores, evitando problemas no trato com uma regulamentação cada vez mais severa, com a intenção de atender as exigências administrativas do monitoramento das organizações certificadoras e favorecer o poder de negociação, pequenos produtores de café tendem a se associar em cooperativas.

3.4 Benefícios da produção orgânica

Logo a cima, como já citado, tem alguns exemplos de alimentos orgânicos que são produzidos e comercializados de maneira sustentável, sendo assim, destaca-se que o sistema

agroecológico é sustentável e sua produção nos traz alimentos saudáveis, logo, pode-se identificar que um dos principais benefícios da produção orgânica é justamente ser um sistema produtivo que segue o princípio da sustentabilidade, na qual se define como o “conjunto de processos e ações que devem preservar os ecossistemas, possibilitando a existência e reprodução da vida, além de atender as necessidades das presentes e das futuras gerações” (BOFF, 2017, p. 11).

Tendo em vista esse princípio, observa-se que há a possibilidade de ter uma vasta produtividade através do sistema orgânico, e conseqüentemente ocorre a necessidade de aumentar cada vez mais esse sistema produtivo, e para que esse processo seja feito de maneira adequada é fundamental que se aplique a educação ambiental aos produtores que estão iniciando e mesmo aos que já possuem experiência com o sistema.

Então, deve-se ensinar e compreender a disponibilidade e necessidade de recursos naturais que serão usados durante o processo produtivo, além de apresentar aos mesmos a importância de identificar os recursos essenciais que se encontram presente em suas propriedades.

Observando as alternativas presentes em cada propriedade agrícola, o agricultor visualiza os recursos e começa a aplicar as possibilidades de uso dos materiais disponíveis, assim realizando a reciclagem e ciclagem de várias matérias-primas que irá compor seu trabalho. Após esse processo de aprendizagem, o agricultor entende que seus custos para produzir no sistema orgânico é baixo e rentável, pois, a maioria dos implementos utilizados durante o cultivo pode ser adaptado e aplicado na lavoura.

Segundo Campanhola e Valarini (2001), afirma que há várias possibilidades de reuso de recursos que se encontra nas propriedades agrícolas e que são aplicáveis à agricultura orgânica, como por exemplo, pode-se aplicar a prática de compostagem, cobertura vegetal, uso de esterco animal, adubação verde, uso de biofertilizantes, realizar o controle biológico de pragas e doenças sem usar agroquímicos, entre outras possibilidades de uso de recursos disponíveis que são naturais e eficientes, conseqüentemente acaba reduzindo os custos e uso de insumos externos.

Entende-se que os benefícios da produção orgânica não se encontram apenas dentro do processo produtivo, mas também ao seu final, já dentro da cadeia comercial, e segundo Moraes e Oliveira (2017), dizem que o valor proveniente da venda dos produtos orgânicos está relacionado a uma expansão positiva de um crescimento de longo prazo, assim resultando em um fluxo de caixa maior, que conseqüentemente aumentará a renda familiar.

A obtenção da certificação orgânica também se enquadra aos benefícios, sendo um dos mais importantes, pois, segundo Campanhola e Valarini (2001), a certificação dos produtos orgânicos proporciona maior credibilidade por parte dos consumidores, pois, a certificação oferece maior transparência relacionadas ao processo de produção, além de despertar maior confiabilidade e segurança ao consumidor.

Visualizando que a preocupação com meio ambiente está cada vez mais crescente, e para que se possa trabalhar de maneira sustentável e consiga obter uma produção maior, é fundamental que a ampliação da produtividade não afete o meio ambiente, mas ao mesmo tempo, melhora as condições de vida do pequeno agricultor (DIAS e DIAS, 2018).

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que a comercialização de produtos orgânicos no Brasil intensificou-se nos últimos anos devido aos excessos na utilização de agroquímicos nos alimentos e a busca dos consumidores por melhor qualidade de vida e longevidade. Visto isso, os agricultores familiares brasileiros estão investindo cada vez mais nesta modalidade, promovendo feiras agroecológicas para a venda de produtos orgânicos ou comercializando para intermediários que levam os produtos até aos grandes centros de compra. A vantagem dos produtos agroecológicos em relação aos convencionais se dá no maior custo benefício, ou seja, apesar da produção convencional trazer números expressivos de produção, a orgânica traz qualidade, palatabilidade e maior segurança alimentar, além de ser mais rentável ao produtor, pois os consumidores estão dispostos a pagar mais por um alimento saudável.

REFERÊNCIAS

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. 2010. **PROGRAMA DE ANÁLISE DE RESÍDUOS DE AGROTÓXICOS EM ALIMENTOS (PARA)**. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/117818/RELATORIO_PARA_2009.pdf/8a6a6722-f009-442e-9760-569bc5279c8d>. Acesso em: 17 de nov. de 2019.

BOFF, L. **Sustentabilidade: O que é - O que não é**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=px46DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=sustentabilidade&ots=bDykuvcbwg&sig=pwvcBcz3LkW7GBdPHubM9EKgIsY#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 22 jun. 2020.

CAMPANHOLA, C. e VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, Brasília, v.18, n.3, p.69-101, set./dez. 2001. Disponível em: <<https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/8851/4981>>. Acesso em: 15 de jul. de 2020.

DAROLT, M. R. 2008. **Morango orgânico: opção sustentável para produtores, consumidores e meio ambiente**. Disponível em: <http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/agroecologia/publicacoes/morangooorganico2008.pdf>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

DIAS, A. A. S. e DIAS, M. A. O. Educação ambiental: A agricultura como modo de sustentabilidade para a pequena propriedade rural. **Revista de Direitos Difusos**, v.68, n.2. 2017. Disponível em: <<http://ibap.emnuvens.com.br/rdd/article/view/29>>. Acesso em: 15 de jul. de 2020.

EMATER - Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural. 2019. **Tomate agroecológico e uso múltiplo viabilizam pequenas propriedades**. Disponível em: <<http://www.emater.pr.gov.br/modules/noticias/makepdf.php?storyid=5744>>. Acesso em: 17 de nov. de 2019.

EPAMIG - Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais. 2002. **Café Orgânico**. Disponível em: <http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/informe_agropecuario/ia_cafe_organico.pdf>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

FANTUZZI, D. 2016. **A importância das feiras agroecológicas para as cidades**. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Meio-Ambiente/A-importancia-da-feiras-agroecologicas-para-as-cidades/3/36223>>. Acesso em: 13 de nov. de 2019.

LUZ, J.M.Q.; SHINZATO, A.V.; SILVA, M.A.D. Comparação dos sistemas de produção de tomate convencional e orgânico em cultivo protegido. **BIOSCI. J.**, Uberlândia, v. 23, n. 2,

2007. Disponível em: <[file:///C:/Users/Gabriela/Downloads/6842-Article%20Text-26193-1-10-20070806%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Gabriela/Downloads/6842-Article%20Text-26193-1-10-20070806%20(2).pdf)>. Acesso em: 17 de nov. de 2019.

MORAES, M. D. e OLIVEIRA, N. A. M. Produção orgânica e agricultura familiar: obstáculos e oportunidades. **Revista Desenvolvimento Socioeconômico em Debate – RDS**, v.3, n.1. 2017. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/RDS/article/view/3372/3465>>. Acesso em: 15 de jul. de 2020.

OCIA. 2019. **OCIA – Providing Excellence in Organic Certification**. Disponível em: <<http://www.ocia.org/>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

PARA - Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos. 2009. **Nota Técnica para divulgação dos resultados do PARA de 2008**. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/117818/nota%2Btecnica%2B-%2Bresultados%2Bpara%2B2008.pdf/78967b71-4df4-4b47-b5b3-6d71de54b392>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

SEBRAE. 2015. **Certificação assegura qualidade do café orgânico**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/certificacao-assegura-qualidade-ao-cafe-organico,bb0b9e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

SILVA, J. M. e SILVEIRA, E. S. **Apresentação de Trabalhos Acadêmicos (Normas e Técnicas)**. 6ª ed. Editora Vozes, 2011.

TENUTA, N. 2017. **Produtos orgânicos e de base ecológica: onde encontrar?**. Disponível em: <<http://mds.gov.br/caisan-mds/educacao-alimentar-e-nutricional/produtos-organicos-e-de-base-agroecologica>>. Acesso em: 13 de nov. de 2019.