

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM SUPERMERCADOS NA CIDADE DE JOINVILLE-SC

Valdésio Benevenuti (*), Dione Nery Cavalcanti Benevenuti, Evandro Bittencourt

*Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC, e-mail: valdesio.benevenuti@udesc.br

RESUMO

A agricultura, como atividade milenar, já passou por várias transformações ao longo de sua existência. Hoje em dia, a aquisição de produtos orgânicos pela população é feita em feiras e mercados. Diante do exposto, o objetivo geral desta pesquisa foi caracterizar a comercialização de produtos orgânicos nos cinco maiores supermercados na cidade de Joinville – SC. Como metodologia se fez uso da pesquisa bibliográfica, descritiva e de campo a partir da observação e levantamento *in loco* dos produtos orgânicos disponíveis nos supermercados. Os resultados obtidos revelam que o supermercado A comercializa 2 produtos orgânicos, o B 7, o C 14, o D 20 e o E 41. A comercialização por sua vez vem ocorrendo em supermercados de maior porte, sendo esses abastecidos por produtores e fabricantes de outras cidades do estado de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e de São Paulo. A análise dos resultados permite concluir que a maioria dos produtos orgânicos comercializados nos cinco maiores supermercados de Joinville tem como origem outras cidades e estados da região sul e sudeste, o que sinaliza aos produtores locais uma oportunidade de mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Comercialização, Joinville, Produtos Orgânicos, Supermercados.

INTRODUÇÃO

A agricultura, como atividade milenar, já passou por várias transformações ao longo de sua existência, fruto da evolução de uma sociedade que foi industrializada, urbanizada e mais recentemente globalizada.

Essa evolução gerou reflexos em todas as atividades econômicas. No caso específico do agronegócio, Zuin e Queiroz (2006) afirmam que o cenário aponta para uma saturação do mercado de alimentos comercializados como *commodities*, com margens de lucros cada vez menores por unidade do produto, além disso, são crescentes as exigências por parte dos consumidores por alimentos seguros e de qualidade. Essa situação acaba afetando diretamente uma grande parte dos agricultores do município de Joinville que se dedicam principalmente ao cultivo do arroz irrigado, banana e hortifrutigranjeiros, com pouca ou nenhuma agregação de valor ao produto.

Segundo Zuin e Queiroz (2006), uma alternativa aos agricultores é buscar a diversificação dos seus produtos, flexibilizar os processos produtivos, atender com maior eficiência a fragmentação da demanda, focando a produção para atender determinados nichos de mercado. Pois ao conhecer o mercado de alimentos referente ao que vem sendo comercializado nos supermercados e o que os consumidores desejam é um dos fatores determinantes da manutenção do negócio agrícola.

Uma das opções aos agricultores é a produção de produtos orgânicos. Diante desse cenário a pesquisa se propõe a responder a seguinte questão: Como é a comercialização de produtos orgânicos em supermercados na cidade de Joinville?

A pesquisa teve como objetivo geral caracterizar a comercialização de produtos orgânicos nos cinco maiores supermercados da cidade de Joinville – SC. Os objetivos específicos foram: a) identificar os produtos orgânicos que são comercializados; b) verificar a procedência desses produtos e c) descrever as informações disponíveis nos produtos comercializados.

FUNDAÇÃO TEÓRICA

A produção agrícola brasileira é grande e diversificada, atendendo vários mercados consumidores distintos, tanto no mercado nacional como internacional. Segundo Homem de Melo (2001), coexistem três tipos de produtos no mercado agrícola brasileiro para atender uma demanda de alimentos cada vez mais exigente e diversificada: Temos os produtos de mercado exterior, aqueles predominantemente comercializados no mercado internacional, onde estão incluídos os produtos destinados a exportação, tais como: soja e seus derivados, café, açúcar, fumo, laranja e seu suco, cacau, carnes bovina e de frango. E os de importação, como trigo algodão e leite.

O grupo dos produtos de mercado interno, conhecidos também como domésticos, pelo fato de não serem comercializados no exterior ou quando são negociados em uma pequena escala. Nesse grupo estão os produtos como: tomate, batata, certas frutas, feijão e mandioca.

Um outro grupo são os produtos de mercado interno ou doméstico, mas que também são comercializados no mercado internacional, da qual fazem parte o milho, arroz e suínos.

A produção desses produtos vem ocorrendo em grande parte a partir de um sistema pautado na utilização de grande quantidade de insumos provenientes da indústria agroquímica. Que se por um lado contribuiu para o aumento da produção agrícola, por outro, também vem causando danos ambientais e problemas para a saúde dos produtores e consumidores.

Com o aumento da conscientização da população um novo modelo de consumo alimentar, baseado a partir das tendências que refletem a preocupação dos consumidores para com a segurança alimentar do ponto de vista qualitativo, começa a se desenhar. Gerando mudanças quanto ao tipo de alimentação, composição da dieta, forma de apresentação e preparo dos alimentos, locais de compra e reorganização do espaço no ambiente doméstico (JUNQUEIRA, 1999 *apud* VILELA e MACEDO, 2000).

Para Souza *et al.* (1998), essas tendências exigem uma oferta de alimentos cada vez mais diferenciados, produtos mais práticos, resfriados e congelados, serviços a domicílio e principalmente produtos de qualidade e seguros aos consumidores.

Diante dessas mudanças que estão ocorrendo na área de alimentos é necessário saber administrar a relação do presente com o passado, a tradição e as transformações de forma equilibrada (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

Essas mudanças e tendências provocam reflexos ao longo de toda cadeia produtiva, interferindo na viabilidade e manutenção do negócio agrícola. Assim, uma alternativa que tem se apresentado aos produtores, é a agricultura orgânica, que de acordo com a FAO/OMS (1999) *apud* Oltramari, Zoldan e Altmann (2002), é um sistema holístico de gestão da produção que fomenta a melhora dos agroecossistemas (em particular a biodiversidade), dos ciclos biológicos e da atividade biológica do solo. Os sistemas de produção orgânicos se baseiam em normas de produção específicas e precisas cuja finalidade é obter agroecossistemas que sejam sustentáveis do ponto de vista social, ecológico e econômico. Como resultado, temos uma produção que causa menos impactos ambientais e contribui para a saúde tanto do produtor como do consumidor.

De acordo com Penteado (2000), na agricultura orgânica busca-se a qualidade de vida, dispensando o uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos que podem causar desequilíbrios ou serem agressivos à saúde e ao meio ambiente.

Para serem considerados orgânicos, os produtores de alimentos devem cumprir um conjunto de normas técnicas que vão desde o preparo do solo, passando pelo plantio, tratamentos culturais, colheita e comercialização de alimentos em supermercados, verdureiras, feiras livres e restaurantes. Como forma de atestar que um determinado alimento é realmente orgânico, ele necessita de uma certificação através de um “selo” a fim do consumidor poder identificá-lo no ponto de venda (PENTEADO, 2000).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa exploratória realizada através de uma revisão bibliográfica seguida de observação e levantamento *in loco* junto aos cinco maiores supermercados na cidade de Joinville –SC. O levantamento *in loco* identificou o produto e sua cidade de origem. Também, possibilitou a verificação da disposição dos produtos orgânicos no supermercado, se estão separados ou juntos com os convencionais.

RESULTADOS OBTIDOS

A pesquisa foi realizada nos cinco maiores supermercados da cidade de Joinville no Estado de Santa Catarina, identificados neste artigo como A, B, C, D e E. O supermercado A comercializa 2 produtos orgânicos, o B 7, o C 14, o D 20 e o E com 41, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Produtos orgânicos comercializados em supermercados de Joinville – SC.

Supermercado	Produto	Procedência
A	Arroz Parboilizado Soja Descascada e Partida	Turvo – SC Curitiba -PR
B	Amaranto Amaranto Integral Biscoito de Soja e Mel Castanha do Pará Linhaça Quinoa Integral Quinoa Real	Curitiba - PR
C	Açúcar Mascavo Alface Crespa Amaranto Arroz integral Arroz Parboilizado Banana Passa Doce de Figo Farinha de Trigo Integral Farinha de Soja Integral Geléia de Goiaba Geléia de Laranja Linhaça Quinoa Salada	Curitiba – PR São José dos Pinhais – PR Curitiba – PR Curitiba – PR Turvo – SC Schroeder – SC Santa Rosa do Sul – SC Curitiba – PR Curitiba – PR Jaraguá do Sul – SC Jaraguá do Sul – SC Curitiba – PR Curitiba – PR São José dos Pinhais - PR
D	Abóbora Açúcar Cristal Alface Batata Berinjela Beterraba Caqui Cebola Cenoura Farinha de Milho Farinha de Trigo Geléia de Banana Geléia de Tangerina Maçã Milho Verde Pimentão Repolho Rúcula Trigo em Grão Trigo para Kib	Antônio Carlos – SC Sertãozinho – SP Biguaçu – SC Biguaçu – SC Biguaçu – SC Urupema – SC Antônio Carlos – SC Antônio Carlos - SC e São Roque - SP Luis Alves – SC Joinville – SC Joinville – SC Santa Rosa do Sul – SC Santa Rosa do Sul – SC Antônio Carlos – SC Antônio Carlos – SC Biguaçu – SC Urupema – SC Biguaçu – SC Joinville – SC Joinville - SC
E	Abacate Açúcar Cristal Açúcar Demerara Açúcar Mascavo Amaranto Achocolatado Alface Arroz Branco Arroz Parboilizado Arroz Integral	São José dos Pinhais – PR Sertãozinho – SP Sertãozinho – SP Sertãozinho – SP Curitiba – PR Itupeva – SP e Sertãozinho - SP São José dos Pinhais – PR Gaspar – SC Gaspar – SC Pelotas – RS

E	<p>Azeitonas Banana Passa Bala de Banana Batata Berinjela Biscoito Café Café Instantâneo Cebola Cenoura Chá de Alcachofra Chá de Camomila Chá de Hortelã Chá de Melisa Chá Mate Chuchu Erva Mate Geléia de Amora Geléia de Maracujá Linhaça Mate Mel Melado de Cana Palmito de Açai Palmito de Palmeira Real Pepino Quinoa Quinoa Real Suco de Uva Vagem Vinagre de Maçã</p>	<p>Gaspar – SC Praia Grande – SC Praia Grande – SC São José dos Pinhais – PR São José dos Pinhais – PR Curitiba – PR Jundiá – SP Sertãozinho – SP Gaspar – SC Gaspar – SC Xanxerê – SC Xanxerê – SC Xanxerê – SC Xanxerê – SC Xanxerê – SC São José dos Pinhais – PR Coronel Bicaco – RS Barueri – SP Itajaí – SC Curitiba – PR Curitiba – PR Santa Rosa do Sul – SC Praia Grande – SC e Santa Rosa do Sul – SC Santana – AP Gaspar – SC Gaspar – SC São Paulo – SP Curitiba – PR Garibaldi – RS São José dos Pinhais – PR Assis – SP</p>
---	--	---

Os produtos orgânicos comercializados nos cinco maiores supermercados na cidade Joinville no Estado de Santa Catarina são procedentes de 13 cidades do próprio estado, sete cidades do Estado de São Paulo, três cidades do Estado do Rio Grande do Sul, duas cidades do Estado do Paraná e uma cidade do Estado do Amapá.

Os produtos orgânicos são comercializados na forma *in natura*, minimamente processados e/ou industrializados, estando disponíveis aos consumidores em embalagens de vidro, caixas, sacolas plásticas e saches com pesos variando de 10 g até 1 kg.

As informações disponíveis aos consumidores nas embalagens dos produtos orgânicos são referentes a: preço, identificação do produtor ou fabricante com endereço, peso, ingredientes, valor nutricional, lote, validade, selo da certificadora, instruções de conservação e preparo.

Foram identificadas quatro certificadoras de produtos orgânicos com predomínio de duas, sendo que uma delas atua no mercado nacional e a outra no nacional e internacional.

Dos supermercados pesquisados, somente em dois deles os produtos orgânicos estavam dispostos em locais específicos, separados dos demais produtos. Em outro supermercado, a separação é feita somente nas hortaliças e nos outros dois podem ser encontrados em qualquer setor do estabelecimento comercial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento da consciência dos consumidores para com as questões de saúde e do meio ambiente visando buscar uma melhor qualidade de vida, bem como um incremento na renda da população local levará o aumento da demanda por produtos orgânicos. Diante disso, a tendência é de termos um aumento da comercialização destes produtos nos

supermercados pesquisados em termos de variedade e quantidade. Essa situação sinaliza aos produtores locais uma nova oportunidade de mercado.

Atualmente existe espaço para a comercialização de produtos orgânicos nos supermercados pesquisados, na forma de uma maior variedade de produtos e na exposição, em local específico, apoiada por ações de marketing diferenciadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Flandrin, Jean Louis; Montanari, Massimo. História da alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
2. Homem de Melo, Fernando. Liberalização comercial e agricultura familiar no Brasil. Rebrip Action Aid do Brasil, 2001.
3. Oltramari, Ana Carla; Zoldan, Paulo; Altmann, Rubens. Agricultura orgânica em Santa Catarina. Florianópolis: Instituto Ceba/SC, 2002.
4. Penteado, Silvio Roberto. Introdução à agricultura orgânica: normas e técnicas de cultivo. Campinas: Editora Grafimagem, 2000.
5. Souza, Rubens et. al. Comercialização hortícola: análise de alguns setores do mercado varejista de São Paulo. Informações Econômicas, SP v. 28, n 10, out. 1998.
6. Vilela, Nilene J.; Macedo, Manoel M. C. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. Horticultura brasileira, Brasília, v. 18, n. 2, p. 88-94, julho 2000.
7. Zuin, Fernando Soares; Queiroz, Timóteo Ramos. Agronegócio: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva, 2006.