

O Panorama atual de comercialização dos produtos hortícolas orgânicos no Estado de São Paulo: algumas considerações para reflexão

Ana Paula de Oliveira Souza

Mestranda em Engenharia de Produção- UFSCAR- São Carlos- SP

Atualmente os produtos oriundos da agricultura orgânica, concorrem nos mesmos canais dos produtos tradicionais, quais sejam supermercados, varejo tradicional, (representados por feiras livres, por exemplo), contando com possibilidades alternativas como cestas entregues à domicílio, lojas de produtos naturais, etc.

No caso específico das hortícolas orgânicas, as grandes redes de supermercado representam o canal mais utilizado para escoamento da produção, respondendo por aproximadamente 80% da comercialização no Estado de São Paulo e 73% no Rio de Janeiro. O objetivo deste trabalho é retratar como vem acontecendo a comercialização de produtos orgânicos, principalmente hortícolas, nas grandes redes de supermercados e as relações entre os produtores, distribuidores e lojas varejistas participantes deste canal de distribuição.

Foram realizados estudos de caso com duas grandes distribuidoras de hortícolas orgânicas no Estado de São Paulo, buscando conhecer sua forma de atuação no mercado e a relação com os produtores e varejistas. Pôde-se através das informações obtidas, esboçar um panorama sobre o canal de distribuição predominante no estado para as hortícolas orgânicas, representados pelas grandes redes de supermercados e as condições necessárias para penetração e manutenção dos produtores neste mercado.

No canal de distribuição analisado observa-se a atuação dos seguintes agentes principais:

- * o grande produtor, que negocia diretamente com as grandes redes, sendo capaz de isoladamente, oferecer uma ampla variedade de produtos, nas quantidades demandadas pelos supermercados e com capacitação logística adequada;

- * as empresas distribuidoras, que agregam a produção de vários produtores, na sua maioria pequenos e situados num raio não muito distante, planejam a produção, garantem a compra, embalam, etiquetam, e distribuem aos supermercados.

* a rede varejista, que adquire as hortícolas diretamente do produtor e/ ou distribuidor, exigindo regularidade de oferta, volume de produtos e variedade. Além disso, os produtos devem ser embalados, apresentando a marca da empresa produtora/ distribuidora, o selo da certificadora, peso e código de barra.

Considerações

Como regra geral pode-se dizer que a utilização do varejo de auto serviço (supermercados) como canal de comercialização impõe condições logísticas, e de negociação dificilmente alcançáveis pelos pequenos produtores da agricultura familiar isoladamente. Normalmente há um empresa que agrega a produção de vários produtores, planeja a produção e negocia com o varejo, utilizando recursos de marketing semelhantes à grandes empresas, capazes de enfrentar o enorme poder de barganha do varejo. Neste processo, a maior margem de comercialização, fica com o varejo, seguido da empresa distribuidora e em último lugar vem a margem do produtor. As perdas no supermercado são ainda descontadas dos produtores.

Dessa forma, observa-se a impossibilidade do pequeno produtor comercializar diretamente seu produto, obtendo maiores margens, porque dificilmente seria capaz de isoladamente atender todas as exigências das grandes redes de supermercados.

Conclusões

Com base nestas considerações, alguns aspectos preliminares podem ser levantados para reflexão:

- À despeito do que se poderia idealizar com o desenvolvimento da agricultura orgânica representar uma alternativa para a agricultura familiar e pequena propriedade, devido à utilização intensiva de mão de obra, baixa utilização de insumos externos e melhor conservação dos recursos da propriedade, que no seu conjunto, poderiam propiciar uma melhor renda para o produtor, como regra geral, não está sendo esse o panorama visualizado com a forma de comercialização predominante atualmente.
- A distribuição de produtos orgânicos em canais alternativos que possibilitem um maior contato produtor- consumidor é uma possibilidade a ser considerada mas ainda pouco utilizada e estudada.

Obs 1 .Este resumo faz parte dos resultados preliminares dos dados coletados para dissertação de mestrado.

Obs 2. As referências bibliográficas constarão no artigo integral

Autora:

ANA PAULA DE OLIVEIRA SOUZA

RUA JUCA QUITO, 278

JABOTICABAL-SP CEP: 14870-000

Instituição:

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS- UFSCAR

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

DEP- DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

VIA WASHINGTON LUIS, KM 235

SÃO CARLOS, SP CEP: 13565-905

SESSÃO 2 OU 3