

## **Comercialização de hortaliças orgânicas em São Paulo.**

**Waldemar Pires de Camargo Filho; Vagner Azarias Martins; Carlos Roberto Ferreira Bueno.**

Instituto de Economia Agrícola, Av: Miguel Estéfano, 3900 – CEP: 04301 – 903, São Paulo – SP; e-mail: camargofilho@iea.sp.gov.br.

O estudo foi realizado com base em informações dos projetos de pesquisa piloto NRP-1701, preços de frutas e hortaliças cultivo orgânico no mercado varejista da cidade de São Paulo, e NRP-1702, preços recebidos pelos produtores de Agricultura Orgânica no Estado de São Paulo. Os métodos para o cálculo de margem de comercialização do produtor, do Mark-Up da distribuição de hortaliças, são aqueles descritos em Hofimann (1976) e Barros (1987). As principais certificadoras citadas que atuam em nível estadual em São Paulo foram: IBD (54,0%), AAO Cert (21,0%), OIA-Brasil (19,0%) e outros (6,0/%) (C. Mokiti Okada, Ecocert etc).As principais distribuidoras de hortaliças e frutas orgânicas foram Horta & Arte, depois Fazenda Santa Onofre e a Cultivar.As principais redes de supermercados com produtos orgânicos, por ordem de importância em número de lojas apresentam-se: Pão de Açúcar (Extra), Carrefour, Wal-Mart, Big e Pastorinho. Constatou-se que existiam mais de vinte espécies de hortaliças orgânicas postas as vendas, divididas em três grupos para análise. No grupo das verduras, a margem média de comercialização do produtor foi de 45,8% e o Mark-Up 119,7%. Para o grupo das raízes, bulbos e tubérculos a margem media foi 40,8% ao produtor e o Mark-Up 158,7%.Para o grupo dos legumes e frutos, a margem media foi de 35,7% e o Mark-Up 189,5%.

**Palavras-Chave:** Margem de Comercialização, Mark-Up, Hortaliças Orgânicas, Preços ao Produtor, Preços ao Consumidor.

### **COMERCIALIZATION OF ORGANIC VEGETABLE IN SÃO PAULO**

**ABSTRACT:** The study was released based on the pilot research project's information NRP-170, fruit and prices of organic cultivate on the São Paulo city's retailer market, and NRP-1702, prices received from the Organic Agriculture producers of São Paulo State. The method to calculate the product's commercialization margin of vegetable distribution Mark-up are those descriced on Hofimann (1976) and Barros (1987).

The main certifiers cited that actuate on a State level in São Paulo were: IBD (54,0%), AAO Cert (21,0%), OIA-Brasil (19,0%) and others (6,0/%) (C. Mokiti Okada, Ecocert etc). The main organic fruit and vegetables distributors were Horta & Arte, and then Fazenda Santa Onofre and Cultivar. In a store's number on importance order, the main supermarket's nets that appeared were: Pão de Açúcar (Extra), Carrefour, Wal-Mart, Big e Pastorinho.

There were more than twenty species of organic vegetable on sale, divided in three analysis groups. In th verdure group, product's commercialization avarege margin was 45,8% and

Mark-up 119,7%. For the roots, bulbs and tubercles group, the average margin was 40,8% for the producer and the Mark-Up 158,7%. For the legumes and fruits group, the average margin was 35,7% and the Mark-Up 189,5%.

**Key words:** Commercialization Average Margin, Mark-Up, Organic Vegetables, Prices for Producer, Prices for Consumer.

## INTRODUÇÃO E OBJETIVO

O ano de 2006 marcou o início de um novo tempo para a agropecuária orgânica no Brasil. A lei 10831 de 23 de dezembro de 2003, regulamentada em 2005, começou a vigorar e necessita de ação e integração dos atores do Sistema Agroindustrial Orgânico (SAGO) no Brasil, que já ocupa a quinta posição dos países com maior área cultivada no mundo e gera receita de 300 milhões de reais anualmente. O total da área mundial é de 26,4 milhões de hectares em 2004 e o Brasil participou com 3,0%, (803 mil hectares, sendo 600 mil hectares de pastagens). Informações do site: [www.iaea.org](http://www.iaea.org) baseado em relatório da Fundação alemã Ökologie&Landbaun - Foundation Ecology & Agriculture).

Os objetivos do estudo são tecer algumas considerações técnicas sobre o mercado de hortaliças e o perfil da cadeia produtiva. Para as hortaliças orgânicas pretende-se mostrar os preços daquelas mais produzidas e comercializadas em São Paulo, calcular a margem de comercialização do produtor, o mark up da distribuição apresentar as principais certificadoras e distribuidoras que atuam junto aos produtores e na distribuição atacadista e as principais redes de supermercados.

## MATERIAL E MÉTODO

O material consiste das informações de preços em nível de mercado do produtor e da rede varejista da cidade de São Paulo praticados em outubro de 2004, oriundas dos projetos de pesquisa piloto NRP 1701 e NRP 1702. O método de cálculo da margem de comercialização do produtor (MC<sub>p</sub>), baseado na fórmula:

$$MC_p = \frac{\text{PreçoRecebidoProdutor}}{\text{PreçoPagoConsumidor}} * 100 \quad \text{e para o} \quad \text{Mark - Up} = \frac{\text{Preço.Pago} - \text{PreçoRecebido}}{\text{PreçoRecebido}} * 100,$$

conforme, Hoffmann (1976) e Barros (1987).

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O levantamento em nível municipal no Estado e São Paulo mostrou as certificadoras mais citadas na produção; IBD, 32,4%; AAO CERT, 21,1%; Certificadora APAN, 19,7%; Certificadora Mokiti Okada, 7,7%; ANC, 4,2%; Outras, 14,8% (OIA Brasil, Ecocert, BCS-Okogranterie), CAMARGO, et al (2006). No levantamento em nível varejista as certificadoras que

fornecem selos para comercialização que mais apareceram foram: IBD, 54,0%; AAO CERT, 21,0%; OIA Brasil, 19,0% e outras, 6,0% (C. Mokiti Okada, Ecocert, etc). O levantamento em nível estadual mostra que cerca de 28,0% da distribuição dos produtos orgânicos são realizados por associação de produtores e 8,4% pelas cooperativas. Em seguida aparece as distribuidoras: Fazenda Santo Onofre com 17,8% das citações, Horta & Arte, 12,1% , Cultivar, 5,6% e outras, 28,0%. No mercado varejista da cidade de São Paulo as redes de supermercados: Pão de Açúcar, Carrefour, Wal-Mart, Big, Pastorinho, por ordem decrescente de importância são as que têm produtos orgânicos à venda.

As distribuidoras que abastecem essas redes são: Horta & Arte com 53,0% das citações; Cultivar, 24,0%; Fazenda Santo Onofre, 12,0% e outras com 21,0% (Korin, APPOI, etc).

### **Margem de Comercialização do Produtor**

Para efeito de comparação de preços de hortaliças, elaborou-se a Tabela 1 que mostra os preços recebidos pelos produtores e os preços pagos pelos consumidores da cidade de São Paulo para seis hortaliças do cultivo convencional. Calculou-se também a margem de comercialização do produtor que são menores para as verduras e cenoura e maiores para batata, cebola e tomate. A margem de comercialização é a parte em dinheiro pago pelo consumidor que cabe ao produtor por ter produzido o alimento.

A Tabela 2 mostra que para as verduras orgânicas a margem média foi de 45,8%, ou seja, do total gasto pelo consumidor, 54,2% foi incorporado pelos distribuidores. Para o grupo de legumes-frutos orgânicos a margem média é menor, 35,7%, é a parcela que o produtor recebeu do total gasto pelo consumidor.

Para as raízes, bulbos e tubérculos a margem média foi de 40,8%. Para a cebola e a batata a margem do produtor convencional foi cerca 50,0%.

### **Mark-Up da Distribuição**

O mark-up de hortaliças orgânicas mostra quanto o setor “cobra”o adiciona para realizar as operações de distribuição, relativamente ao preço recebido pelo produtor. Esse engloba o custo de produção, os impostos, embalagens, transporte e o lucro; enquanto que na distribuição é calculado quanto foi adicionado para que os produtos sofressem as transformações, processos e transferência ao consumidor, resultando no preço que foi pago. O mark-up de comercialização de verduras foi em média de 119,7%, ou seja, dado o preço recebido pelo produtor, há relativamente um acréscimo maior que esse valor para distribuição.

Para os legumes frutos o mark-up é de 189,5% e para raízes, bulbos e tubérculos é de 158,3%, ou seja, esses produtos são mais caros e exigem maior valor em sua distribuição, relativamente. Isso evidencia também que estão valorizados devido a escassez de oferta.

## **LITERATURA CITADA**

**BARROS**, Geraldo S. de C. Economia da Comercialização Agrícola, Editora FEALQ, 1987, 306 p.

**CAMARGO**, Ana M. M. de, Área Cultivada com Agricultura Orgânica no Estado de São Paulo, 2004. Informações Econômicas. SP, v. 36 n.3p. março 2006.

**CAMARGO FILHO**, Waldemar P. Estudo da Comercialização em Horticultura de Mesa, Organização e Prisms. Horticultura Brasileira. v. 19. Suplemento CD-Rom, julho de 2001.

**HOFFMANN**, Rodolfo et al. Administração da Empresa Agrícola de, da Editora Pioneira, 1976, 323 p. São Paulo.

**Tabela 1 – Comparativo de Preços de Hortaliças do Cultivo Convencional – Recebido pelo Produtor – Pago Consumidor - Margem de Comercialização do Produtor – Outubro de 2004**

Produto	Preço Recebido R\$ / kg	Preço Consumidor R\$ / kg	Margem do Produtor %
Alface <sup>1</sup>	0,73	2,76	26,4
Batata	0,71	1,49	47,7
Cebola	1,03	1,98	52,0
Cenoura	0,50	1,58	31,7
Repolho	0,22	1,01	21,8
Tomate	1,10	2,26	48,7

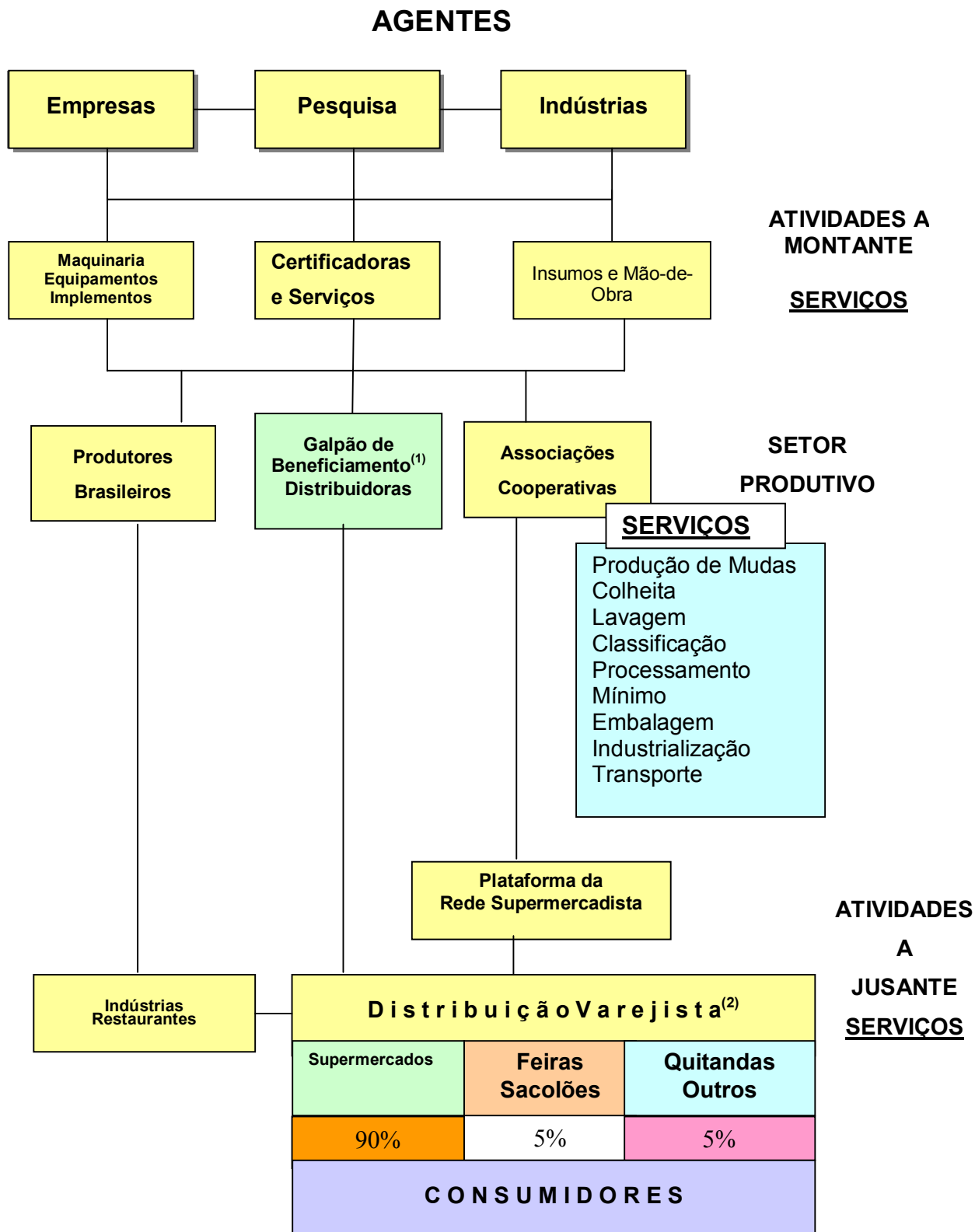
(<sup>1</sup>)Média de preços das alfaces: lisa e crespa.

FONTE: IEA – Informações dos projetos de pesquisa piloto NRP1702 e NRP1701.

**Tabela 2 – Comparativo de Preços de Hortaliças do Cultivo Orgânico – Recebido pelo Produtor – Pago Consumidor - Margem de Comercialização do Produtor – Mark-up , Outubro de 2004**

Produto	Unidade	Preço Produtor R\$ / unidade	Margem Comercialização Produtor %	Preço Consumidor R\$ / unidade	Mark- Up %
Alface	Pe	0,69	26,6	2,59	73,4
Agrião	Maço	1,57	45,8	3,43	118,5
Almeirão	Maço	1,19	43,6	2,73	129,4
Couve	Maço	1,13	53,1	2,13	5
Repolho	Cabeça	1,60	46,8	3,45	113,8
Salsa-Cebolinha	Maço	0,82	39,8	2,06	151,2
<b>Média</b>			<b>45,8</b>		<b>119,7</b>
Abobrinha	kg	2,28	48,9	4,66	104,4
Abobrinha Ital	kg	2,28	36,6	6,23	173,2
Berinjela	kg	2,28	28,5	7,99	250,4
Pepino	kg	2,01	40,7	4,94	145,8
Pimentão	kg	2,72	35,0	7,77	185,7
Tomate	kg	2,62	28,7	9,14	249,9
Vagem	kg	3,68	31,6	11,66	216,9
<b>Média</b>			<b>35,7</b>		<b>189,5</b>
Batata	kg	2,53	44,3	5,71	125,7
Batata Doce	kg	1,87	47,2	3,96	111,8
Beterraba	kg	2,16	41,9	5,16	138,9
Cebola	kg	2,3	30,1	7,63	231,7
Cenoura	kg	2,8	52,8	5,30	89,3
Mandioca	kg	1,64	28,9	5,78	152,4
<b>Média</b>			<b>40,8</b>		<b>158,7</b>

Fonte: Instituto de Economia Agrícola – Informações dos projetos de pesquisa piloto NRP1702, Levantamento de Preços Recebidos pelos Produtores da Agricultura Orgânica. NRP 1701 – Levantamento de Preços de Frutas e Hortaliças da Agricultura Orgânica no Mercado Varejista da Cidade de São Paulo.



**Figura 1 - Fluxograma da Cadeia Produtiva de Hortaliças Orgânicas**

- (1) Em São Paulo e no Paraná existem experiências bem sucedidas com implementação de galpão do agronegócio e de beneficiamento na região produtora.
- (2) Estimativa para todos os grupos de produtos olerícolas orgânicas, em São Paulo.

**Fonte: Adaptado de CAMARGO FILHO, Waldemar P. Estudo da Comercialização e Horticultura de Mesa, Organização e Prismas. Horticultura Brasileira. v. 19. Suplemento CD-Rom, julho de 2001.**