MERCADO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E A AGROBIODIVERSIDADE EM MANAUS, AM

Rafael de Lima Erazo[1]

RESUMO: A cidade de Manaus possui uma única feira que comercializa somente produtos orgânicos, trata-se da Feira Orgânica do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), a "feira do Mapa", formada pela Associação dos Produtores de Orgânicos do Estado do Amazonas (Apoam). Essa associação é constituída atualmente por 18 agricultores orgânicos. Por ser um local de comercialização exclusivo de alimentos orgânicos, a feira constituiu o ambiente de estudo para a realização do diagnóstico sobre o mercado de alimentos orgânicos e a agrobiodiversidade em Manaus, AM. As observações em campo ocorreram no mês de agosto de 2014. O trabalho envolveu, portanto, a pesquisa de campo, mediante visitas sucessivas ao local do estudo, ocasião em que eram feitas as observações diretas. Para se comercializar produtos orgânicos é necessário obter certificação. Todavia, entre os feirantes (produtores), nenhum possui certificação, o que eles apresentam é uma declaração concedida pelo Mapa, depois de uma série de fiscalizações na propriedade rural, cujo objetivo é averiguar se os agricultores seguem as exigências da produção orgânica, o que inclui o não uso de produtos químicos (adubos químicos e agrotóxicos). Para os produtores, a motivação para substituir o uso de venenos e adubos químicos é a compreensão de que tais produtos causam mal à saúde das pessoas e poluição ambiental. Os principais produtos comercializados são: hortaliças, notadamente, alface, tomate, cebolinha, coentro, pimentão, cenoura, cebola, couve, entre outros produtos agrícolas, como batata-doce, feijão, citros, mamão e ovos. Ao todo, foram registrados 39 produtos. Os produtos são oriundos da agricultura familiar, e a comercialização é realizada por membros da família, como o próprio agricultor, a esposa e filhos. Essa forma de comercialização direta permite a otimização e o aproveitamento da mão de obra familiar e elimina a figura dos atravessadores, possibilitando uma redução dos preços ao consumidor e melhorando a margem de lucro dos produtores. Portanto, pode-se dizer que esses espaços são de fundamental importância para o desenvolvimento de uma nova cultura de consumo, mais consciente e voltada para uma melhor qualidade de vida e uma agricultura mais sustentável.

Palavras-chave: agricultura familiar, agroecologia e comercialização.

ABSTRACT: The city of Manaus has a unique fair that sells only organic products, it is the Organic Fair of "MAPA", formed by the Association of Organic Producers of the State of Amazonas - APOAM. This association is currently made up of 18 organic farmers. As a place to sell organic foods exclusively, this fair was the place of study for the diagnosis of the organic food market and the agrobiodiversity in Manaus - AM. Field observations occurred in August 2014. The work involved, therefore, field research, through successive visits to the study site when direct observations were made. In order to market organic products obtaining a certification is required. Among the fair (producers), none has certification. What they present is a statement. The statement that ensures that the products are organic is granted by MAPA after a series of inspections in the rural property. Inspection at the farms has the objective of ascertaining whether farmers follow the requirements of organic production, which includes the non-use of chemical products (chemical fertilizers and agrochemicals). For producers, the motivation to replace the use of chemical poisons and fertilizers is the understanding that such products cause harm to human health and environmental pollution. The main products commercialized are: vegetables, notably lettuce,

[1] Engenheiro-Agrônomo, Mestre em Agricultura no Trópico Úmido (Inpa). E-mail: ra-fa-erazo@hotmail.com.

tomato, chives, coriander, peppers, carrots, onions, cabbage, among other agricultural products, such as sweet potatoes, beans, citrus, papaya and eggs. In total, 39 products were registered. The products come from family farming, and marketing is carried out by family members such as the farmer, wife and children. This form of direct marketing allows the optimization and exploitation of family labor and eliminates the figure of the middlemen, enabling a reduction of consumer prices and improving the profit margin of producers. Therefore, it can be said that these spaces are of fundamental importance for the development of a new culture of consumption, more conscious and focused on a better quality of life and a more sustainable agriculture.

Keywords: family agriculture, agroecology and marketing.

INTRODUÇÃO

A agricultura convencional praticada nos dias de hoje visa, acima de tudo, à produção, deixando em segundo plano a preocupação com a conservação do ambiente e com a qualidade nutricional dos alimentos. Os sistemas de monocultura favorecem o aparecimento de pragas, doenças e plantas invasoras, fazendo com que os agricultores tenham que utilizar agrotóxicos para conseguir produzir (SOUSA et al., 2009).

O mercado agrícola mundial tem sido implacável com esse modelo de produção, existindo hoje a necessidade de mudanças no sistema de produção de alimentos. Nessa trajetória, o modelo de desenvolvimento capitalista no campo, motivado pela lógica cartesiana de crescimento econômico, trocou a visão orgânica e viva da produção por um modelo mecanicista, concentrador de capitais e de alto grau de especialização de mão de obra, conhecido por Revolução Verde. Não obstante, alguns planejadores pós-modernos estão propondo novos enfoques científicos que incorporem variáveis além do crescimento econômico, a exemplo da agroecologia (SOUSA et al., 2009).

Um dos segmentos que têm merecido especial atenção é o dos alimentos orgânicos. Devido às características nutritivas e de salubridade que esses alimentos possuem, a procura por eles tem sido cada vez maior. Outro importante motivo é a contribuição ao bem-estar de agricultores familiares, que atualmente vêm se beneficiando direta ou indiretamente com a comercialização de alimentos produzidos de modo orgânico (KREISBERG, 2006). O produto orgânico é cultivado sem o uso de adubos químicos e agrotóxicos. É um produto limpo, saudável, que provém de um sistema de cultivo que observa as leis da natureza, e todo o manejo agrícola está baseado no respeito ao ambiente e na preservação dos recursos naturais (SOUSA et al., 2009).

Os alimentos orgânicos têm representado uma das maiores preocupações do homem moderno, que também o associa à sustentabilidade. Esse tipo de alimento busca atender o homem na sua necessidade alimentar, não apresentando riscos de contaminação química ou de qualquer outra natureza tóxica, já que é produzido de maneira integrada com o ambiente, por meio de

técnicas de conhecimentos adquiridos em pesquisa que permitiram melhorar a produção e qualidade, sem ferir os princípios e conceitos de alimento orgânico (OLIVEIRA, 2011).

A busca por uma alimentação mais saudável criou um mercado internacional para os produtos orgânicos e, segundo a Associação de Certificação Instituto Biodinâmico (IBD, 2008), o mercado mundial de orgânicos movimentava cerca de US$23,5 bilhões de dólares por ano, ou 26 bilhões (CUNHA, 2006), e havia uma expectativa de crescimento da ordem de 20% ao ano. No Brasil, a estimativa desse mercado era de 40 milhões de dólares por ano (CUNHA, 2006).

Podem-se considerar cinco razões para o aumento dessa demanda. A primeira é que a demanda tenha partido dos próprios consumidores, preocupados com a sua saúde ou com o risco da ingestão de alimentos que contenham resíduos de agrotóxicos. A segunda razão é que a iniciativa tenha se originado do movimento ambientalista organizado, representado por várias ONGs preocupadas com a conservação do ambiente, tendo algumas delas atuado na certificação e na abertura de espaços para a comercialização de produtos orgânicos pelos próprios agricultores, o que contribuiu para induzir demandas entre os consumidores. A terceira seria resultado da influência de seitas religiosas, como a Igreja Messiânica, que defende o equilíbrio espiritual do homem por meio da ingestão de alimentos saudáveis e produzidos em harmonia com a natureza. A quarta razão teria como origem os grupos organizados contrários ao domínio da agricultura moderna por grandes corporações transnacionais; esses grupos teriam exercido influência entre consumidores, valendo-se de diferentes meios de comunicação e mecanismos de influência junto à opinião pública. O quinto motivo, por fim, seria resultado da utilização de ferramentas de "marketing" pelas grandes redes de supermercados, por influência dos países desenvolvidos, que teriam induzido demandas por produtos orgânicos em determinados grupos de consumidores (CERVEIRA e CASTRO, 1999).

É difícil identificar quais dessas causas foram mais relevantes para o aumento do mercado de produtos orgânicos no País, portanto é mais sensato supor que houve uma combinação delas, não se descartando, porém, que em algumas localidades ou regiões possa ter havido maior influência de umas do que de outras.

As feiras orgânicas são caracterizadas pela presença de produtores certificados, que comercializam produtos in natura e processados no próprio estabelecimento, ou de terceiros, também certificados, seguindo as normas da Lei nº 10.831/2003. No Brasil, há poucos estudos sobre a oferta de produtos orgânicos em feiras, e o mercado crescente associado à vida saudável pelo consumo de produtos orgânicos fica carente de subsídios para se orientar na oferta de tais artigos.

A feira livre oferece a possibilidade de o consumidor comparar preços entre diferentes

Rafael de Lima Erazo

produtores da mesma mercadoria a pequenas distâncias, contrário ao que acontece entre supermercados, por ficarem distantes uns dos outros. Tal fato dificulta a pesquisa de preços ou a torna inviável para o consumidor. Assim, a feira acaba competindo com o supermercado, porque oferece preços mais acessíveis, e isso agrada ao consumidor.

O estudo sobre alimentos orgânicos contribui para a reflexão acerca da saúde física humana, da saúde ambiental e da produção com critérios de sustentabilidade. Também se refere a áreas de plantio, expandindo-se a milhares de hectares para atender a demanda mundial (PIMENTA et al., 2008), fatores que refletem o comportamento e o consumo que afetam toda a população, incluindo os agentes produtivos.

Estudar os consumidores e os produtores orgânicos proporciona a oportunidade de tentar descobrir quais motivações influenciam suas decisões de produção (oferta) e de compra (consumo). O comportamento individual dos consumidores de alimentos vem passando por mudanças ao longo dos anos, principalmente relacionadas a aspectos sociais e culturais. São diferentes estilos de vida, alterações tanto nas refeições quanto nos papéis familiares, além de inovações trazidas pelas ciências, como a biotecnologia e a química, na composição desses alimentos.

A importância das feiras para o produtor orgânico está principalmente na venda direta ao consumidor, pois, mediante essas feiras, é possível oferecer maior diversidade de produtos e alcançar melhor remuneração, sem precisar praticar preços de venda superiores, possibilitando incremento e melhoria na renda das famílias dos produtores.

Objetivou-se compreender o mercado de alimentos orgânicos e a agrobiodiversidade em Manaus, AM. Tais pesquisas poderão contribuir para a criação de estratégias mais adequadas por parte dos participantes da cadeia produtiva de produtos orgânicos.

MATERIAL E MÉTODOS

A cidade de Manaus possui, até a presente data, uma única feira que comercializa somente produtos orgânicos, sem exceção. Trata-se da Feira Orgânica do Mapa, formada pela Apoam. Essa associação é constituída atualmente por 18 agricultores orgânicos.

A feira funciona exclusivamente aos sábados a partir das 7h30min e vai até às 12h. Localiza-se no bairro de Adrianópolis, zona centro-sul do município de Manaus, em um galpão coberto, com 400 m^2 de extensão, com banheiro e cozinha, cedido pela superintendência do Mapa no Amazonas.

Por ser um local de comercialização exclusivo de alimentos orgânicos, essa feira em Manaus constituiu o local de estudo para a realização de um diagnóstico sobre os produtores e

consumidores de alimentos orgânicos da região. O trabalho envolveu a pesquisa de campo, mediante visitas sucessivas ao local do estudo, quando eram feitas as observações diretas e entrevistas com os consumidores e produtores da feira, de caráter socioeconômico.

Os dados obtidos foram codificados, dispostos em planilha eletrônica em forma de banco de dados (Excel for Windows), distribuídos em gráficos e analisados qualitativa e quantitativamente. Antecedendo a aplicação dos questionários, solicitou-se oficialmente autorização prévia do presidente da Apoam, e somente após essa etapa é que foi iniciada a aplicação dos questionários.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

PERFIL DA FEIRA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS DO MAPA

Os principais produtos comercializados na "feira do Mapa" são hortaliças, tais como, alface, tomate, cebolinha, coentro, pimentão, cenoura, cebola, couve, entre outros produtos agrícolas, como batata-doce, feijão, citros, mamão e ovos. Ao todo, foram registrados 39 produtos comercializados na feira (Tabela 1).

Tabela 1: Média dos preços dos produtos orgânicos comercializados na feira do MAPA

Produto	Unidade	Preço médio (R$1,00)	Produto	Unidade	Preço médio (R$1,00)
Frutas			**Hortaliças**		
Abacaxi	Unidade	3,00	Abóbora	Unidade	6,00 a 8,00
Açaí	Litro	5,00	Agrião	Maço	3,00
Banana	Palma	4,00	Alface	Maço	3,50
Biribá	Unidade	4,00	Alfafa	Maço	2,00
Goiaba	Dúzia	3,00	Cariru	Maço	3,00
Ingá	Unidade	0,50	Cheiro-verde	Maço	2,50
Jabuticaba	Kg	20,00	Chicória	Maço	1,50
Laranja	Sacola (25 unid)	10,00	Espinafre	Maço	3,00
Limão	Dúzia	3,00	Feijão-de-metro	Maço	2,00
Mamão	Kg	5,00	Jambu	Maço	3,00
Manga	Dúzia	2,00	Maxixe-de-metro	Unidade	4,00 a 8,00
Patauá	Litro	5,00	Quiabo-de-metro	Unidade	3,00 a 7,00
Pupunha	Dúzia	3,00	Rúcula	Maço	2,50
Tucumã	Dúzia	4,00	Salsa	Maço	3,00
Outros			**Tubérculos e tuberosas**		
Capim santo	Maço	2,00	Batata-doce	Kg	4,00
Coloral	50g	1,00	Cará-do-ar	Kg	3,50
Hortelã	Maço	3,00	Mandioca	Kg	3,00
Mangarataia	100g	3,00			
Manjericão	Maço	2,00			
Mostarda	Maço	3,00			
Ovos de galinha	Unidade	1,00			
Pimenta-do-reino	50g	1,00			

FONTE: Pesquisa de campo, Agosto/Setembro de 2014.

Rafael de Lima Erazo

Os produtos comercializados são expostos de forma tradicional, em bancadas (Figura 1), sendo que a grande maioria é exposta sem selo orgânico de identificação no produto ou embalagem. Apenas alguns produtos são embalados e apresentam o selo orgânico com identificação da propriedade produtora.

Figura 3: Produtos comercializados na Feira do Mapa.



Fonte: ERAZO, R. L., 2014

Outros aspectos observados durante o acompanhamento foram: (1) A diversidade de produtos ofertados, como também (2) a estrutura física do local bastante atrativa e organizada. Pode-se dizer que esses espaços são de fundamental importância para o desenvolvimento de uma nova cultura de consumo, mais consciente e voltada para uma melhor qualidade de vida e uma agricultura mais sustentável.

Percebe-se que as hortaliças são as principais culturas produzidas em sistemas orgânicos, tanto na região de Manaus como na região de Goiânia, GO, e na região de Bauru, SP, possivelmente pela facilidade de adaptação da produção do sistema convencional para orgânico (DULLEY et al., 2003).

A feira de alimentos orgânicos do Mapa é considerada pequena, possui apenas dezoito bancas para venda dos produtos comercializados por associados da Apoam, e é frequentada por aproximadamente 170 consumidores aos sábados.

As feiras orgânicas são mercados distintos daqueles convencionais, já que seguem normas estabelecidas por diferentes atores sociais. Ou seja, os agricultores que participam desse tipo de

mercado foram incentivados pelos fundamentos da Agroecologia e seguem regras estabelecidas por órgãos de fiscalização para que possam desfrutar da feira (MARIANO NETO, 2006).

Os produtos orgânicos em exposição para venda são provenientes da agricultura familiar, e a comercialização deles é realizada por membros da família, como o próprio agricultor, a esposa e filhos. Essa forma de comercialização direta permite a otimização e o aproveitamento da mão de obra familiar e elimina a figura dos atravessadores, possibilitando redução dos preços ao consumidor e melhorando a margem de lucro dos produtores.

Para se comercializar produtos orgânicos, a obtenção de uma certificação é necessária. Entre os feirantes entrevistados, nenhum possui certificação, sendo que o certificado é expedido pelo Instituto Biodinâmico (IBD). O que eles apresentam é uma declaração. Uma justificativa apresentada pelos produtores que não possuem a certificação está relacionada às normas exigidas pelas instituições certificadoras para a produção e comercialização de produtos orgânicos. É necessário que a propriedade passe por uma adaptação, e, na maioria das vezes, isso exige um investimento financeiro.

A declaração que garante que os produtos são orgânicos é concedida pelo Mapa depois de uma série de fiscalizações na propriedade rural (Figura 2), cujo objetivo de averiguar se os agricultores seguem as exigências de produção orgânica, o que inclui o não uso de produtos químicos (adubos e agrotóxicos). Para os produtores, a motivação para substituir o uso de venenos e adubos químicos é a compreensão de que tais produtos causam mal à saúde das pessoas e poluição ambiental.

Rafael de Lima Erazo

Figura 4: Declaração de cadastro de produtor orgânico.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
N.º 007/2013
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO
Superintendência Federal de Agricultura no Amazonas – SFA/AM
UF: AM
Divisão de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário - DPDAG
Declaração de Cadastro

de Produtor Orgânico vinculado a OCS

Declaro, para os devidos fins, que o (a) Sr. (a) **FRANKILANDES DANTAS FOGASSA,** Estabelecido no SÍTIO FAMÍLIA FOGASSA, situado na AM 010, km 140, Ramal da Placa km 1,5 P.A. IPORÁ, Município de **ITACOATIARA/AM** é produtor (a) familiar orgânico (a) cadastrado nesta Superintendência Federal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento no Amazonas – SFA/AM sob número **007/AM**, vinculada a **OCS - ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES ORGÂNICOS NO ESTADO DO AMAZONAS**, estando autorizado a comercializar produtos orgânicos não certificado diretamente ao consumidor, nos termos da Lei nº. 10.831 de 23 de dezembro de 2003 e regulamentada pelo Decreto nº. 6.323 de 27 de dezembro de 2007.

Manaus/AM 30 de Junho de 2013.

Klerysson da Costa Santana
Chefe do DPDAG/SFA/AM

Fonte: ERAZO, R. L., 2014

Outros trabalhos investigativos sobre o assunto também apontaram alguns aspectos semelhantes aos observados durante este estudo. A comercialização de produtos orgânicos, por meio de feiras, além de proporcionar alimentos de boa qualidade, que beneficiam a saúde das famílias, incentiva a utilização de boas práticas no cuidado com o meio ambiente e a sustentabilidade ambiental por parte dos produtores.

CONCLUSÃO

A pesquisa mostrou que, na feira, os principais produtos comercializados são os produtos in natura, do grupo das hortaliças, notadamente as folhosas.

Quanto ao perfil dos produtores de alimentos orgânicos conclui-se que estes apresentam predominância de mulheres, mais de 40 anos de idade, com primeiro grau completo, são predominantemente casados, com renda mensal menor que 1.000 reais e que a maioria têm entre dois e três filhos.

Quanto ao perfil dos consumidores de alimentos orgânicos, conclui-se que estes formam um público "cativo" (consumidores frequentes) e seleto. A maioria dos consumidores possui alta escolaridade (nível superior), está na faixa de idade superior a 40 anos, declara seu estado civil como casado e renda superior a R$ 3.000,00/mês.

Ao se analisar os atributos mais valorizados pelos consumidores em relação aos produtos orgânicos, verifica-se que os considerados mais importantes estão relacionados à tríade "saúde, meio ambiente e sabor". No entanto, os consumidores da feira de alimentos orgânicos de Manaus parecem motivados mais fortemente por questões pessoais (do indivíduo e sua família) do que por questões ambientais (proteção dos recursos naturais e outros), com destaque para a motivação de consumo de alimentos considerados mais saudáveis e saborosos. Ainda assim, os consumidores de Manaus percebem a importância desses produtos para o meio ambiente e para a saúde dos produtores. Observou-se que o fato de o produto orgânico não conter agrotóxicos, os quais prejudicam a saúde das pessoas e contaminam o meio ambiente, é o grande diferencial desse tipo de produto.

O grupo de pessoas que consomem produtos orgânicos está emergindo, entretanto ainda há entraves para o seu crescimento, tais como a baixa oferta de produtos e a falta de informações nos locais de venda e nos rótulos.

REFERÊNCIAS

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. Perfil sócio-econômico dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo. 1998. Disponível em:

<http://www.megaagro.com.br/organica/perfil_um.asp>. Acesso em: 14 out. 2014.

DULLEY, R. D; SILVA, V; ANDRADE, J. P. S. Estrutura produtiva e adequação ao sistema de produção orgânico. Informações Econômicas. São Paulo, nov. 2003, v. 33, n. 11.

IBD. Agricultura Orgânica no Brasil, disponível na internet <http://www.ibd.com.br/artigos/agricultura_organica_brasil.html >, acesso em 21 de Outubro de 2014.

KREISBERG, J. Learning from Organic Agriculture. Explore, v.2, n.5, p. 450-452, sepoct.,2005.

MARIANO NETO, B. Enfoques agroecológicos no agreste/brejo paraibano: desenhos, arranjos e relações. 2005. Tese (Doutorado), Campina Grande: Universidade Federal de Campina Grande, 2005.

OLIVEIRA, A. D. PRODUTOS ORGÂNICOS: Fatores determinantes de Comportamento de Compra de consumidores em Supermercados da Região Sul do Município de Belo Horizonte, MG. Faculdade Novos Horizontes. Belo Horizonte, 2011. (Dissertação de Mestrado)

PIMENTA, M. L.; MELO, D. C.; VILAS BOAS, L. H. B; SILVA, A. L.; SETTE, R. S. Segmentação por Valores: conhecendo melhor o mercado consumidor de orgânicos da cidade de Uberlândia. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, Rio de Janeiro 06 a 10 set. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

SOUSA, J. E. S. S.; SILVA, A. J; SILVA, R.M; ALVES, J. C. V; NASCIMENTO, L.F; FELIZ, M. V. B; COSTA, J. A; GALINDO, I,C,L. Caracterização dos comerciantes de produtos orgânicos em feiras agroecológicas do recife – PE. Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2009.

Rafael de Lima Erazo