

**Mestrado em Ciências do Consumo
Alimentar**

Crêterios de Escolha Alimentar

Tema: Critério Saúde/Bem-estar

Modo de Produ o Biológico

Ana Pinto de Moura



1. Introdução

A ocorrência de certos acidentes na cadeia alimentar que muito tem contribuído para a formação de sentimentos de angústia e de insegurança nos consumidores em relação aquilo que comem, bem como uma maior sensibilização das pessoas para com as questões nutricionais (por razões de saúde, por motivos éticos ou simplesmente estéticos) têm motivado os cidadãos europeus a optarem por “produtos alimentares alternativos”. Por outro lado, certos consumidores já integram no seu quotidiano opções de consumo de produtos com uma menor factura ambiental. Importa, pois, avaliar até que ponto a oferta dos produtos de origem biológica vai ao encontro destas preocupações, considerando que a terciarização de consumo assume-se hoje como uma característica própria das sociedades modernas.

2- Agricultura biológica: parte integrante da agricultura sustentável na União Europeia (UE)

A agricultura biológica distingue-se dos outros métodos de produção agrícola em diversos aspectos. Na produção vegetal procura-se manter ou melhorar a fertilidade e a actividade biológica dos solos através de práticas não poluentes, sendo que na pecuária é dada particular atenção ao bem-estar dos animais e à sua alimentação (preferencialmente obtida na própria exploração agrícola, também esta em modo de produção biológico). De igual modo, a agricultura biológica respeita os mecanismos ambientais de controlo de pragas e doenças e evita o uso de pesticidas sintéticos, herbicidas e fertilizantes químicos, hormonas de crescimento, antibióticos e manipulações genéticas (as regras de base do modo de produção biológico aplicáveis aos produtos vegetais são enunciadas na Parte A, do Anexo I do Regulamento (CEE) n.º 2092/91, sendo que a Parte B



do referido Anexo, alterado em, 19 de Junho de 1999, pelo Regulamento (CE) n.º 1804/99, fixa as regras mínimas relativas à produção biológica animal¹).

Deste modo, a agricultura biológica contribui para o equilíbrio do ecossistema e para reduzir a poluição (estima-se que 50 % da poluição existente no nosso planeta resulta da actividade agrícola). Deste modo, a agricultura biológica inscreve-se na nova filosofia da PAC como um elemento da política de qualidade e como uma componente de um sistema de exploração sustentável. Efectivamente, os agricultores que praticam a agricultura biológica para além de poderem beneficiar das ajudas directas (aliás, como os agricultores que praticam a agricultura convencional) beneficiam de prémios agro-ambientais, dado terem sido reconhecidas as vantagens para o ambiente deste sistema de exploração agrícola.

2- Caracterização do mercado europeu de produtos de agricultura biológica

Os produtos de agricultura biológica assumem hoje um papel importante na dinâmica do negócio agro-alimentar. Segundo dados do *International Trade Centre* (ITC), as vendas a retalho dos produtos de agricultura biológica (para 16 países Europeus, Estados Unidos da América e Japão), estimavam-se, em 2003, entre 23.000 a 25.000 milhões de dólares, cabendo à Europa cerca de 10.000 a 11.000 milhões de dólares. Particularizando para a realidade europeia, verifica-se que a Alemanha é o principal mercado de produtos biológicos (vendas a retalho, em 2003: entre 2.800 a 3.100 milhões de dólares), muito embora o consumo *per capita* de produtos biológicos neste país (31 euros/ano) fique

¹ Consultar em Recursos de Aprendizagem as alterações aos regulamentos supra-citados.



aquém do correspondente consumo na Dinamarca (72 euros/ano) e na Suécia (68 euros/ano). Se bem que para países como a Itália, a França e o Reino Unido o mercado dos produtos biológicos se encontra numa fase expansionista, para o caso de Portugal e da Grécia este mercado ainda está numa fase embrionária. Ou seja, a procura de produtos biológicos apresenta ritmos diferentes em cada Estado-Membro. Analisaremos, de seguida, os principais factores que influenciam o desenvolvimento do mercado dos produtos biológicos, considerando a este propósito, as intervenções quer do lado da procura (consumidores) quer do lado da oferta (produtores e distribuidores).

3- Factores determinantes da compra de produtos biológicos

3.1- Impulsionadores da procura

O que leva os consumidores a optarem pelos produtos biológicos, em detrimento dos produtos convencionais? Três razões principais justificam a escolha deste consumo alternativo: a maior sensibilização do consumidor para com as questões nutricionais, particularmente por motivos de saúde (isto é, a percepção de que as práticas alimentares afectam o seu bem estar); a insegurança em relação aquilo que se come, insegurança essa desencadeada pela percepção de risco na alimentação (*food scares*, segundo a terminologia anglo-saxónica); e a crescente preocupação do consumidor com o estado do ambiente. Ora, diversos estudos apontam para o facto de serem essencialmente as questões em torno da "saúde" (risco alimentar e preocupações nutricionais) que mais interferem na decisão de compra dos produtos biológicos, pois, como refere Fischler, um antropólogo da alimentação, a



incorporação de alimentos que comportam riscos para a saúde pode implicar uma afectação ao nível da percepção da própria identidade pessoal. De facto, são os próprios consumidores (e respectiva família) que beneficiam directamente do consumo dos produtos biológicos (tendo em conta que os consumidores consideram os produtos biológicos mais seguros e nutricionalmente mais ricos) enquanto que a escolha de produtos biológicos por questões ambientais assume um compromisso altruísta, beneficiando a sociedade num todo, sendo, portanto, relevada para segundo plano.

3.2- Limitações da oferta

Historicamente, os produtos de origem biológica eram vendidos directamente nas explorações agrícolas ou em lojas especializadas; hoje em dia, para muitos países europeus, caso da Dinamarca, da Áustria, da Suíça, da Suécia e do Reino Unido, mais de 60 % dos produtos orgânicos são vendidos nos modernos canais de distribuição (supermercados e hipermercados). Esta realidade é igualmente vivenciada em Portugal, se bem que em menor escala: segundo um estudo desenvolvido pela Observa, em 2000, as vendas de produtos biológicos nas modernas superfícies comerciais, se bem que sejam um facto, são irrisórias. A presença de produtos biológicos nestes espaços prende-se essencialmente com a promoção de uma “boa imagem” das empresas de retalho alimentar e com o preenchimento de uma necessidade sentida por uma pequena parte dos consumidores. A presença de produtos biológicos nas prateleiras das grandes superfícies, tendo em conta que às mesmas afluem um vasto leque de consumidores, promovem a divulgação e a informação dos referidos produtos e favorece a experimentação por parte dos “potenciais



consumidores”, uma vez que para estes, um dos factores que condiciona a compra de produtos biológicos é efectivamente a sua disponibilidade: tratam-se de consumidores pouco motivados para desenvolverem o esforço adicional de se deslocarem às lojas especializadas ou às cooperativas de produtores para aí comprarem os produtos biológicos. Por outro lado, decorrente da própria dinâmica de negócio das grandes empresas de retalho alimentar, estas tendem a baixar os preços dos próprios produtos biológicos, os quais, de uma maneira geral, são cerca de 10 % a 100 % mais caros que os equivalentes produtos convencionais. Os preços altos dos produtos biológicos resultam do próprio modo de produção (envolvendo, por exemplo, custos com a certificação e mão-de-obra adicional) e da extensão do circuito de distribuição, uma vez que os produtos biológicos passam por vários intermediários, desde os produtores até aos retalhistas, resultante da considerável dispersão geográfica dos produtores e reduzida expressão da quantidade produzida/transformada de produtos biológicos. Neste contexto, a implementação de circuitos de distribuição mais curtos (do produtor ao retalhista ou do produtor à central de compras do retalhista), permitirá reduzir, e muito, os preços dos produtos biológicos junto do consumidor final. Por outro lado, a redução dos preços poderá ainda ser facilitada se consideramos que as grandes empresas de retalho alimentar escoam grandes quantidades de produtos, promovendo expressivas economias de escala ao nível das actividades de marketing e de transporte (massificação do consumo). Efectivamente, vários estudos atestam que os produtos biológicos vendidos essencialmente em supermercados e hipermercados apresentam



preços de venda ao público mais acessíveis ao consumidor (como acontece na Dinamarca, Suíça e Suécia).

Por fim, refira-se que a oferta de produtos biológicos deve também adaptar-se aos actuais estilos de vida das modernas sociedades de consumo. Nestas, o “tempo” assume-se como um recurso precioso a ser gerido criteriosamente, facto que tem conduzido a alterações profundas ao nível do consumo alimentar. De facto, segundo um estudo realizado pela Euroteste para a APED, em 1999, assiste-se, em Portugal, a um aumento das refeições efectuada fora do lar, em particular durante a semana laboral, bem como a um reforço continuado na aquisição de refeições preparadas, alimentos pré-cozinhados e produtos congelados. Ou seja, se bem que a venda das frutas e dos legumes biológicos, bem como de outros produtos frescos ou minimamente processados continue a ser um mercado a considerar, são os produtos de conveniência que no contexto dos produtos biológicos se afiguram com fortes perspectivas de crescimento no futuro. Importa pois diversificar a oferta dos produtos biológicos ao mesmo nível dos produtos convencionais. No entanto, existem, desde logo, constrangimentos para a persecução deste objectivo: limitações tecnológicas inerentes à actividade de transformação (o Regulamento (CEE) n.º 2092/91 limita fortemente os ingredientes de origem não agrícola, tais como os aditivos, os aromatizantes, bem como os auxiliares tecnológicos, indispensáveis à preparação dos produtos alimentares processados), bem como eventuais expectativas logradas por parte dos consumidores: afinal, os produtos biológicos são percebidos por estes como produtos naturais.