

Com preço menor, orgânicos ganham espaço no varejo

No Pão de Açúcar, as vendas tiveram aumento de 45% no ano passado

PROJETOS SOCIAIS

Débora Thomé

RIO

Beneficiados pela redução dos preços que vêm apresentando nos últimos tempos, os produtos orgânicos estão ganhando mais espaço nas prateleiras dos supermercados. O preço sempre foi um dos maiores entraves ao crescimento desse mercado, já que, por definição, eles não têm como ser produzidos em escala que se possa chamar de “industrial”. Entretanto, a diferença de preços entre os orgânicos e os não orgânicos vem diminuindo. Segundo Fernando Augusto Del Grossi, gerente de inovação do Carrefour, há cinco anos, os produtos orgânicos chegavam a ser 50% mais caros; hoje a diferença está na faixa dos 30%.

Sandra Caires Sabóia, gerente de orgânicos do Pão de Açúcar, diz que, na Europa e nos Estados Unidos, esse percentual já pode chegar a apenas 20%, mas que ele “aumenta para produtos de maior valor agregado”. No Brasil, ela destaca que há uma grande diferença por produtos. Enquanto nas verduras, a distância está em torno de 30%; nos legumes, de-



SUPRIMENTO – Para Sandra, do Pão de Açúcar, problema no País é que ainda há poucos produtos disponíveis

pendendo da safra, pode alcançar os 50%.

O fato é que os produtos orgânicos vêm ganhando mais espaço nas prateleiras. No ano passado, a venda de orgânicos do Pão de Açúcar aumentou 45%, acima das expectativas. A meta de faturar R\$ 57 milhões, a princípio marcada para ser alcançada em 2012, foi batida já

em 2009. Para este ano, o grupo espera um crescimento de, pelo menos, 40%. De qualquer forma, o montante é irrisório no total dos negócios do grupo. Mesmo em hortifrúti, que é o ponto alto, equivale a somente 2,5% do total das vendas. Na mercearia, é menos de 0,5%. Uma parte das vendas é da marca própria no segmento, a

Taeq.

O Carrefour vem registrando um crescimento de 25% na venda de orgânicos nos últimos anos. Atualmente estão disponíveis mais de 200 itens com essa certificação nas prateleiras do grupo. “A distribuição de produtos é feita em todas as lojas, inclusive no Carrefour Bairro, que é mais popular”, conta

Del Grossi.

No mundo, acredita-se que o comércio de orgânicos gire em torno das dezenas de bilhões de dólares. O país mais desenvolvido neste sentido é a Alemanha, onde 40% dos alimentos consumidos já são orgânicos. No Brasil, segundo Sandra, esses itens respondem por um mercado de apenas US\$ 250 milhões.

“Estamos crescendo a passos largos, mas o consumidor final ainda não vai diretamente para esse produto”, diz. Segundo ela, o trabalho tem sido “árido”, pois ainda são poucos os produtos disponíveis. “Enquanto a Alemanha já tem todo o tipo de alimento, queijos de vários sabores, aqui a gente pena para ter o básico”. Uma parte considerável do que é consumido de orgânicos no País é importada.

DEMANDA

Ainda que no país 90 mil estabelecimentos declarem que praticam a cultura orgânica, os supermercados relatam ainda dificuldade em suprir toda a demanda por variedades nos produtos. Hoje já existem carnes, molhos e massas do segmento. Segundo o Pão de Açúcar, nesse cenário de pouca oferta, acaba sendo privilegiada a venda nas redes que atendem públicos de maior poder aquisitivo. Mesmo assim, no caso da Compre Bem, com foco nas classes de menor renda, estão disponíveis cerca de 40 itens orgânicos.

No Walmart, que vende produtos orgânicos desde a sua chegada ao País, em 1995, o gerente nacional de hortifrúti, Antonio Carlos Allegretti, diz que ainda não observa o crescimento das vendas do segmento nas classes de menor renda. “Mas, com mais acesso à informação e com a diferença de preço cada vez menor, a tendência é que o consumo aumente”, diz. ●

Anúncio