Para ser 'verde' tem que preparar o bolso

Optar por produtos sustentáveis na hora das compras sai, em média, 90% mais caro do que uma lista tradicional

Cibelle Brito
cibelle.brito@oglobo.com.br

• Camiseta de algodão orgânico, móveis com madeira certificada, ecobags, sabonetes de óleo vegetal e sabão em pó biodegradável. A palavra sustentável já é uma realidade nas etiquetas dos mais diferentes setores. Empresários e produtores estão de olho no consumidor "ecofriendly" — termo utilizado para designar pessoas "amigas" do meio ambiente. Empresários que investem nesse segmento afirmam que os produtos ditos como sustentáveis costumam ser, em média, 20% mais caros que os tradicionais por causa do custo elevado de matérias-primas e de produção. No entanto, levantamento feito pelo GLOBO comparando produtos de higiene pessoal, limpeza, vestuário, decoração e alimentação, mostra que o consumidor desembolsa, em média, 90% mais para ser ecológica e socialmente correto.

Há casos em que a diferença de preços é ainda maior e chega a 250%, caso do sabão em pó. Mas já há casos em que produtos "verdes" custam mais barato: foi o caso da barra de cereal e do amaciante.

Segundo a especialista em comportamento do consumidor da ESPM, Carolina Vanzelloti, o mercado de produtos sustentáveis ainda é tratado como nicho. Sua expectativa, no entanto, é que nos próximos cinco anos a sustentabilidade passe a ser uma exigência de todos os consumidores:

— À medida em que houver a educação para o consumo sustentável, os consumidores vão dispor e passar a observar nos rótulos o que é orgânico, ecológico e essas informações passarão a ser tão corriqueiras como é o hoje o prazo de validade. Ou seja, será uma característica obrigatória.

Hoje, diz a especialista, o consumidor desse tipo de produto são moradores de centros urbanos, com maior poder aquisitivo e educação formal. E mesmo para esse grupo, diz Carolina, ainda pairam dúvidas sobre a real sustentabilidade dos produtos nas prateleiras:

— O consumidor está muito dividido, porque muitas vezes tudo parece mais uma propaganda como outra qualquer — analisa Carolina, lembrando também que faltam opções "corretas" para casa.

Empresários de diferentes setores afirmam que a diferença de preços vem caindo. O gerente comercial de orgânicos do Grupo Pão de Açúcar, Marcos de Freitas, afirma que mudanças logísticas ajudaram a reduzir e até a igualar o preço de alguns itens:

O PREÇO DE SER 'ECOFRIENDLY'

Veja quanto o consumidor gasta a mais para adquirir produtos sustentáveis

HIGIENE PESSOAL

Produto	Diferença*
Shampoo (100ml)	35,40%
Condicionador (100ml)	32,50%
Sabonete (90g)	12,60%
Hidratante (100ml)	141,50%
TOTAL	**65,60%**

Custo da sustentabilidade

Produtos de higiene geralmente utilizam gordura animal, que é substituída por extratos vegetais, mais caros porque não são produzidos em larga escala

LIMPEZA

Sabão em pó (1kg)	258,80%
Detergente (500ml)	109,90%
Amaciante (rende 2 litros)	-8,10%
TOTAL	**133,90%**

Empresários alegam que os produtos são biodegradáveis, com embalagem reciclável, formulação natural e de fontes renováveis. Testes em animais, comuns no setor, são descartados

ALIMENTOS

Café (500g)	221,20%
Farinha de trigo (1kg)	232,30%
Açúcar (1 Kg)	24,70%
Água mineral (500ml)	30,80%
Barra de cereal (unidade)	-9,80%
Hortaliça 1 (Rúcula – unidade)	19%
Hortaliça 2 (alface lisa unidade)	126,30%
Legume 1 (tomate caqui kg)	64,80%
Legume 2 (abobrinha brasileira – Kg)	82,80%
Fruta 1 (mamão papaya – Kg)	160,40%
Fruta 2 (banana prata Kg)	31,80%
TOTAL	**121,80%**

MODA

Camiseta ("T-Shirt")	52,10%
Calça Jeans	14,40%
Vestido feminino	62,90%
Tênis masculino	10,60%
Sapato feminino (tipo scarpin)	205,90%
TOTAL	**87%**

Para receber o selo orgânico, o produtor de algodão deve ficar, no mínimo, cinco anos sem utilizar agrotóxicos no plantio. O jeans "sustentável" consome até 96% menos água no processo de acabamentos, devido a novas tecnologias implantadas. Em um ano de produção, isto significou 172 milhões de litros de água economizados

Diferença de preços entre produtos equivalentes sustentáveis e não sustentáveis

Matéria

Fonte: O Globo, Rio de Janeiro, 26 maio 2012, Economia, p. 36.