

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS POR MEIO DA CERTIFICAÇÃO

PRODUCTION AND MARKETING OF ORGANIC PRODUCTS THROUGH CERTIFICATION

Aline Kuramoto Gonçalves

Fernanda Cristina Pierre

RESUMO

O mercado de produtos orgânicos vem se expandindo ao longo dos anos, devido à preocupação dos consumidores com a degradação ambiental, mas principalmente pela qualidade e segurança do alimento. Agricultura orgânica fundamenta-se em métodos de cultivos ecológicos, sustentável e justo e é uma alternativa ao manejo da agricultura convencional. Nesse contexto, o objetivo deste artigo foi discorrer uma análise de cenário dos produtos orgânicos quanto a segurança alimentar e o processo de certificação orgânica mediante a coleta de referências bibliográficas. Conclui-se que a agricultura orgânica tem um potencial crescimento em quantidade e alta qualidade que é garantido pelo processo de certificação e comercialização, assim o consumidor sabe a origem do seu produto quanto a produção e as normas atendidas, o que garante a segurança do alimento.

Palavras-chaves: Agricultura orgânica. Segurança alimentar. Certificação. Comercialização.

ABSTRACT

The market for organic products has been expanding over the years, due to consumers's concern with environmental degradation, but mainly for the quality and safety of food. Organic agriculture is based on ecological, sustainable and fair cultivation methods and is an alternative to the management of conventional agriculture. In this context, the aim of this article was to discuss a scenario analysis of organic products regarding food safety and the organic certification process through the collection of bibliographical references of articles. It is concluded that organic agriculture has a potential growth in quantity and high quality that is guaranteed by the certification and commercialization process, so the consumer knows the origin of their product regarding the production and the standards met, which guarantees the safety of the food.

Key words: Organic agriculture. Food safety. Certification. Commercialization.

1 INTRODUÇÃO

A agricultura orgânica é um sistema agrícola de cultivo da terra que é diferente da agricultura convencional que é um manejo baseado no uso de pesticidas e fertilizantes sintéticos. Os alimentos orgânicos são produzidos através de um sistema de produção que se baseia em

princípio ecológicos de maneira a promover a biodiversidade, os ciclos biológicos e atividade biológica do solo e que se caracteriza pela ausência de produtos químicos e outros produtos sintéticos.

Nos últimos anos o crescimento da produção e do consumo de produtos orgânicos decorre da preocupação da disponibilidade e uso recursos naturais provocadas pela agricultura convencional e também pela maior preocupação da qualidade e segurança alimentar.

As pesquisas de órgãos oficiais e de portais de notícias evidenciam que os consumidores buscam alimentos orgânicos por serem mais saudáveis e ecológicos do que os providos da agricultura tradicional.

Para garantir a qualidade e segurança dos alimentos o processo de certificação garante ao consumidor que está comprando um produto produzido de acordo com a norma e processo orgânico. O processo que envolve a certificação é oneroso e burocrático para grande parte dos produtos agrícolas, principalmente para aqueles agricultores da agricultura familiar que são a grande maioria de produtores orgânicos no Brasil.

O objetivo deste trabalho é analisar o cenário dos produtos orgânicos quanto segurança alimentar e o processo de certificação por meio de uma pesquisa bibliográfica de artigos.

2 DESENVOLVIMENTO DO ASSUNTO

2.1 QUALIDADE E SEGURANÇA ALIMENTAR

A preocupação na busca por uma alimentação mais saudável tem aumentado nos últimos anos, principalmente em meio à atual crise social e econômica causada pela pandemia de Covid-19, que é evidenciado por uma maior demanda por produtos orgânicos. O consumidor de alimentos orgânicos busca incluir na sua rotina saúde e qualidade de vida (SEBRAE, 2019).

Outro ponto também a considerar é a presença de um maior número de produtos orgânicos nas gôndolas de mercados de expressiva magnitude, o que chama a atenção para um novo nicho de consumidores. A procura por esses produtos incentiva a busca pela segurança alimentar.

Por meios de comunicação são divulgadas as vantagens da alimentação saudável e balanceada de produtos orgânicos, o que contribui para aumentar o nicho desses consumidores.

O termo orgânico na rotulagem presente nos produtos indica que estão em conformidade às normas de produção orgânica e estão certificadas através de um organismo ou autoridade de certificação devidamente constituída (BORGUINI; TORRES, 2006).

Os alimentos que são produzidos sob manejo de sistema orgânico não devem conter insumos artificiais como agrotóxicos, hormônios, antibióticos, adubos químicos, drogas veterinárias e organismos geneticamente modificados, mas devem promover e priorizar ações para conservação dos recursos naturais, aspectos éticos nas relações sociais e no trato com os animais (IFOAM, 2019).

No Brasil, as principais normas que regulamentam a agricultura orgânica são: Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003 – dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências; Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007 – Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências; Instrução Normativa nº 64, de 18 de dezembro de 2008 – Aprova o Regimento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal; Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009 – Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. O artigo 1º da Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, trata do sistema de produção agropecuária que implementa técnicas de como otimizar o uso de recursos naturais e socioeconômico, com o objetivo de buscar sustentabilidade econômica, ecológica e social (RIOS; PIERRE, 2020).

Outro dado oficial é o Cadastro Nacional de Produtores de Orgânicos (CNPO) que possibilita que o produtor orgânico esteja certificado em três tipos de mecanismos: certificação por auditoria, Sistema Participativo de Garantia e controle social na venda direta, que foram instituídos por meio do Decreto 6.323/2007 (SANTOS *et al.*, 2017).

No Brasil a comercialização de produtos orgânicos ocorre em base de circuitos curtos de comercialização onde os canais de venda são dois: através de feiras e os programas de governo. Entretanto, outros canais de comercialização também se destacam como: entrega de cestas em domicílio, vendas em propriedades associadas a circuitos de turismo rural, restaurantes, lojas especializadas e cooperativas de consumidores, além de vendas em lojas virtuais pela internet (DAROLT, 2013).

Outro desafio à expansão da produção e consumo de orgânicos no Brasil é a imprecisão de dados sobre a produção e consumo de orgânicos no país. Isto dificulta o acompanhamento e elaboração de uma séria histórica da evolução da produção e comercialização de orgânicos no país, o que

representa um obstáculo à elaboração de um planejamento estratégico de longo prazo para o setor e as decisões de investimento (LIMA *et al.*, 2020).

A agricultura orgânica, além de produzir alimentos saudáveis e nutritivos para a população, possibilita aos agricultores uma remuneração justa, regenerar e aumentar a fertilidade do solo e a biodiversidade. Assim, a expansão tanto da produção quanto do consumo de orgânicos, garantindo o acesso de populações com diferentes perfis socioeconômicos, traz benefícios ambientais, econômicos, sociais (LIMA *et al.*, 2020).

Dessa forma, a proximidade entre os produtores e consumidores possibilita uma escolha mais fácil e rápida devido ao acesso aos produtos fresco e de alta qualidade e com preços mais atraentes (LIMA *et al.*, 2020; MASTRONARDI *et al.*, 2015).

2.2. A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS E DA CERTIFICAÇÃO

Um mercado de consumidores cada vez mais exigente, surgem as certificadoras e os selos que são formas de agregar valor ao produto (PERETTI; ARAÚJO, 2010). E também, com a preocupação com questões a respeito do meio ambiente, busca por uma alimentação mais saudável e novo estilo de vida surge um mercado em certificar os processos de produção de alimentos (PLILAR *et al.*, 2018).

A certificação trata de um conjunto de processos de atividades desenvolvidas por um organismo independente da relação comercial, cujo objetivo é assegurar abertamente que determinado produto, processo ou serviço está em conformidade e é monitorada periodicamente para realização do processo de certificação (VARGAS, 2020).

Para os agricultores a certificação é meio de respaldo econômico para a sua atividade produtiva, no sentido de garantir qualidade de vida, sustentabilidade e um melhor valor agregado ao produto com garantia da rastreabilidade do seu produto, maior competitividade, a melhoria da imagem organizacional, exigência de compradores dos seus produtos ou serviços etc. (VARGAS, 2020).

Em 2013, o Brasil possuía 7.113 produtores orgânicos certificados, a maioria deles certificados por auditoria. Em 2019, o número de produtores orgânicos com certificação elevou-se para 19.297, sendo 8.279 certificados por auditoria, 6.241 por meio de Sistema Participativo de Garantia e 4.777 realizavam a venda direta da produção orgânica (MAPA, 2020).

Outra importância do processo de certificação é a melhora da qualidade produtiva dos produtores certificados devido aos conhecimentos adquiridos com as exigências do processo de certificação, conhecimento das normas, melhor gestão das unidades agrícolas ou agroindústrias devido ao processo que é exigido para certificar, é preciso uma maior organização dos processos produtivos dos locais. Ao criar registros e preencher as documentações necessárias, as unidades agrícolas acabam realizando um processo reflexivo sobre as atividades realizadas que constroem a sua realidade.

Embora a área agrícola e o número de produtores dedicados à produção orgânica tenham apresentado crescimento expressivo no período analisado, a expansão da produção orgânica enfrenta desafios, como: 1) necessidade de contínua expansão da área orgânica; 2) padronização dos critérios de certificação, dado que o número de padrões orgânicos continua aumentando, o que torna a certificação ainda mais complexa; 3) concentração da demanda mundial; 4) necessidade de serem desenvolvidos acordos comerciais, visto que a indústria global de alimentos orgânicos é afetada por guerras comerciais e geopolítica; e 5) concorrência do produto orgânico com outros rótulos que também representam atributos éticos e sustentáveis, como *Fairtrade*, além da competição com outros tipos de alimentos, como os alimentos veganos, sem glúten etc. (WILLER, 2019).

O Brasil possui o maior mercado de produtos orgânicos na América Latina. A demanda por produtos orgânicos decorre de uma crescente classe média que busca alimentos mais saudáveis e nutritivos. As feiras e supermercados são os principais pontos de vendas dos alimentos orgânicos. Cerca de 19% dos brasileiros são consumidores regulares de produtos orgânicos (SAHOTA, 2020). No Brasil, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) estipula que 30% do valor repassado pelo programa deve ser investido na compra de produtos da agricultura familiar, com preferência para produtos orgânicos. Milhões de estudantes em escolas públicas são alimentados com o programa, o que resultou em um mercado seguro para agricultores familiares orgânicos brasileiros (FLORES, 2018). O mercado de alimentos orgânicos de outros países da América Latina é orientado para as exportações, como é o caso da Argentina, Peru, Chile e Colômbia. Muitos países latino-americanos continuam sendo importantes exportadores de produtos orgânicos como café, cacau e bananas (SAHOTA, 2020; WILLER *et al.*, 2020).

2.3 TENDÊNCIAS DE CONSUMO E DO COMÉRCIO

A preferência dos consumidores está mudando e a busca por uma rotina mais saudável e produtos que valorizem a sustentabilidade e a ética de produção. Isso faz com que a sustentabilidade faça parte da indústria de alimentos e empresas a buscarem rótulos e programas de sustentabilidade (SAHOTA, 2020).

Fatores como o aumento da expectativa de vida da população junto com a redução da taxa de natalidade, a inserção das mulheres no mercado de trabalho, consumidores com demandas nutricionais são critérios que faz com que esses novos consumidores busquem maior qualidade de vida e mudanças nos seus hábitos alimentares.

A escolaridade também influi significativamente para a autonomia dos consumidores, uma vez que consumidores com maior grau de escolaridade conseguem discernir melhor o tipo de dieta almejada, além do acesso a programações culturais e acesso a informações, seja pela internet ou em viagens, que aproximam o consumidor de hábitos alimentares distintos dos vividos no seu dia-a-dia. As mídias sociais também exercem influência sobre os consumidores na hora de escolher os alimentos.

Em meio a uma grande variedade de oferta se dá o processo de escolha pelo consumidor, influenciado por fatores pessoais, de marketing e situacionais (ENGEL, BLACKWHEEL E MINIARD, 2000).

Informações que aumentem a credibilidade do produto frente a crescente preocupação dos consumidores para com o risco de se consumir um produto fora das exigências estabelecidas pelo próprio consumidor ou pelas agências reguladoras (VARGAS,2020).

Conforme a pesquisa *Brasil Food Trends 2020* há uma demanda crescente de consumidores por alimentos mais “saudáveis”, e com uma maior preocupação com os métodos empregados na sua produção e beneficiamento. Entre as categorias elencadas como tendências foram descritas a saudabilidade, a sensorialidade, a praticidade, a confiabilidade e sustentabilidade. Essas tendências foram encontradas dentro do nicho orgânico e Biodinâmico assim como a caracterização dos perfis descritos pela pesquisa *Brasil Food Trends 2020*, em que os consumidores referentes a essas demandas são descritos: com uma maior preocupação com a sustentabilidade do processo produtivo; preocupados com a capacidade de rastreabilidade dos produtos; com uma maior renda; acompanham o envelhecimento da população; e principalmente, possuem um maior grau educacional.

A maior consumo de alimentos e bebidas orgânicas ainda são na Europa e Estados Unidos. Entretanto, a agricultura orgânica está presente em todos os países do mundo e para que esse mercado cresça cada vez mais é necessário que os alimentos orgânicos não sejam vistos como produtos de luxo, que só abasteçam um único mercado que é o elitizado e que mais consumidores comecem a regularmente inserir esses produtos na sua rotina. Em países como Ásia, América Latina e África ainda são um desafio para fortalecer esse mercado (ANJOS; CALDAS, 2017; SAHOTA, 2018; SAHOTA, 2020; WILLER et al., 2020).

No Brasil a comercialização de produtos orgânicos apresenta um expressivo crescimento e que as expectativas para os próximos anos é que haja um aumento nesta atividade, principalmente com iniciativas do Governo Federal, segundo o relatório do MAPA (BRASIL, 2021). Atualmente, são cadastrados 20.440 produtores de orgânicos que poderia ser maior, mas devido a concentração da produção orgânica é realizada pela agricultura familiar e que muitas dessas famílias encontram dificuldade em adequar à legislação e o que dificulta a certificação da propriedade e de seus produtos (BATISTA *et al.*, 2019).

Existem alguns fatores que constroem a capacidade de produção de alimentos de um país, tais como: adoção e desenvolvimento de tecnologias, disponibilidade de recursos naturais, como o solo e a água, fotoperíodo, temperatura, clima, disponibilidade de mão de obra, financiamento público, disponibilidade de energia, condições para realização do transporte (AGUIAR, FIGUEIREDO, 2011, p. 987).

Agregar valor aos produtos agrícolas por meio do selo é uma realidade de países europeus como Espanha, França, Portugal, dentre outros, e cada vez mais faz parte da realidade brasileira, uma vez que as gondolas dos mercados são ocupadas gradativamente com produtos agrícolas certificados, esses selos auxiliam a agregar valor aos produtos e quando mais selos tiver na embalagem, mais o consumidor confia nesse produto (VARGAS, 2020).

Além destes desafios mundiais, o Brasil enfrenta outro obstáculo ao desenvolvimento de uma agricultura mais sustentável. A política agrícola brasileira priorizou a agricultura empresarial, que é baseada em “[...] grandes propriedades de monocultura com uso intensivo de insumos químicos, agrotóxicos, sementes geneticamente modificadas e mecanização pesada [...]” (LIMA *et al.*, 2020, p.25).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os benefícios promovidos pela agricultura orgânica trazem impacto positivos quando ao ambiental, econômico e social. Ela surge em como alternativa aos manejos tradicionais de cultivos que utilizam fertilizantes e pesticidas sintéticos.

Os consumidores desses produtos buscam e acreditam que são alimentos que são produzidos de forma mais ecológica e saudável. Faz com que as vendas e o seu consumo aumentem em todo o mundo, entretanto o nicho de mercado ainda é bem específico, ao atender um mercado elitizado. A falta de consciência e conhecimento pelas pessoas do diferencial dos produtos orgânicos desde do cultivo e processo de produção, em termos de ausência do uso de insumos químicos e também pelo preço comercializado, isto faz com que essas algumas pessoas não irão adquirir esses produtos. A garantia da qualidade e segurança dos alimentos é garantido pelo processo de certificação, assim o consumidor sabe a origem do produto, quando a produção e as norma atendidas.

A agricultura orgânica possui potencial para produzir alimentos em quantidade suficiente e de alta qualidade. Isto contribui tanto para a segurança alimentar do país quanto para garantir a segurança do alimento

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, D. R. D; FIGUEIREDO, A. M. Poder de mercado no varejo alimentar: uma análise usando os preços do estado de São Paulo. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 49, n. 4, p. 967-990, 2011.

ANJOS, F. S.; CALDAS, N. V. Uma resposta sólida a um regime agroalimentar em crise: o fenômeno GAS na Itália. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 95, p. 1-19, 2017.

BATISTA, K. M.; PENHA, T. R. C.; MOREIRA, A. A. Aplicabilidade da lei de produção orgânica no cultivo de alimentos: Estudo de Caso na Comunidade de Campo Limpo no município de Santo Antônio do Tauá – Pará. *Revista Unama* 2019.p. 1-11 Disponível em: <http://revistas.unama.br/index.php/coloquio/article/view/1702>.

BORGUINI, R. G.; TORRES, E. A. F. **Alimentos orgânicos: qualidade nutritiva e segurança do alimento**. Segurança Alimentar e Nutricional, 2006, v.13, n.2, p 64-75.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.).

Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, 10(2), 2013.
ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **O comportamento do consumidor.** Rio de Janeiro, LTC, 2000.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO; INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS. **Brasil Foods Trends 2020.** São Paulo, 2010.

IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL. In: ALEX Podolinsk. Bonn: **A website of IFOAM – Organic International & Its Action Group**, 2019.

LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil. Texto para discussão 2538. Brasília: **IPEA**, 2020. Disponível em: < http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9678/1/TD_2538.pdf>. Acesso em: 10 agosto. 2021.

MACHADO, R. R. **Avaliação do desempenho logístico do transporte rodoviário de madeira utilizando Rede de Petri.** 75f. Dissertação (Mestrado em Ciência Florestal) apresentada a Universidade Federal de Viçosa/ MG. 2006. Disponível em: <http://www.tede.ufv.br/tedesimplificado/tde_arquivos/4/TDE-2006-11-06T144815Z-43/Publico/texto%20completo.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2021.

MAPA - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Em 7 anos, triplica o número de produtores orgânicos cadastrados no ministério.** 2019. Disponível em < https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/arquivos-organicos/copy8_of_ENDEREOSDECERTIFICADORASEOPAC.pdf>. Acesso em: 20.agosto.2021.

MAPA - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Relação dos Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica.** Disponível em: <<https://dados.gov.br/dataset/listagem-dos-organismos-de-avaliacao-da-conformidade-organica-oac2>>. Acesso em: Out. 2021.

MASTRONARDI, L.; MARINO, D.; GIANNELLI, A.; CAVALLO, A.. Exploring the Role of Farmers in Short Food Supply Chains: **The Case of Italy.** **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 18, n. 2, p. 109-130, 2015.

PERETTI, A.P.R.; ARAÚJO, W.M.C. **Abrangência do requisito segurança em certificados de qualidade da cadeia produtiva de alimentos no Brasil.** Disponível em : <

<https://www.scielo.br/j/gp/a/NfsKqFvVMRjKWd5HVTH4qMb/?lang=pt>>. Acesso em: 01. agosto.2021.

PILAŘ, LADISLAV, STANISLAVSKÁ, L.K.; Rojík, S.; KVASNICKA,R. Customer experience with organic food: global view. **Emirates Journal of Food and Agriculture**, p. 918-926, 2018.

RIOS , B.C.A.; PIERRE, F.C. Desafios da produção e comercialização de produtos orgânicos na cidade de botucatu e região. **Tekhne e Logos**, Botucatu, SP, v.11, n.3, dezembro, 2020.p.55-62.

SAHOTA, A. The Global Market for Organic Food & Drink. In: WILLER, H. et al. (Eds.). **The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2020. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)**, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn, 2020.

SANTOS, L. et al. Políticas públicas para o comércio de produtos orgânicos no Brasil. **Revista de Ciências Agrárias**, v. 40, n. 2, p. 447-459, 2017.

SEBRAE. **O mercado para os produtos orgânicos está aquecido**. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta-aquecido,5f48897d3f94e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

VARGAS, R. **A certificação na construção contra- hegemônica do mercado de produtos Demeter: A agricultura biodinâmica sob a égide da legalidade**.174f. Dissertação (Mestrado) – apresentada a Universidade Federal de Santa Maria/RS. 2020. Disponível em:<https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/21591/DIS_PPGER_2020_VARGAS_RAYAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: out. 2021.

WILLER, H.; LERNOUD, J. **The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2019. Research Institute of Organic Agriculture**, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn, 2019.

WILLER, H.; SCHLATTER, B.; SCHAACK, D. Organic Farming and Market Development in Europe and the European Union. In: WILLER, H. et al. (Eds.). **The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2020. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)**, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn, 2020.

WILLER, He.; LERNOUD, J. **The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2017**. 1. ed. Berlin: **Research Institute of Organic Agriculture FiBL** e IFOAMOrganics International, 2017. 340 p.