

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A QUESTÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS NA REGIÃO
DA GRANDE FLORIANÓPOLIS: BOX 721 CEASA.

EMANOELI BALESTIERI

FLORIANÓPOLIS, 2015

EMANOELI BALESTIERI

A QUESTÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS NA REGIÃO
DA GRANDE FLORIANÓPOLIS: BOX 721 CEASA

Monografia apresentada ao Departamento de Economia e Relações Internacionais Curso de Graduação em Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito obrigatório para a obtenção do Título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador:



Prof.º Dr. Valdir Alvim da Silva

FLORIANÓPOLIS 2015

EMANOELI BALESTIERI

A QUESTÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS NA REGIÃO
DA GRANDE FLORIANÓPOLIS: BOX 721 CEASA

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota **8,0** à aluna **EMANOELI BALESTIERI** na disciplina CNM 7280 – Monografia, como requisito obrigatório para a obtenção do grau de Bacharelado em Relações Internacionais.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Valdir Alvim da Silva

Orientador – CNM/CSE/UFSC

Prof. Dr. Francisco Gelinski Neto

Membro 1 - CNM/CSE/UFSC

Prof. Drdo Roque Ademir Favarin

Membro 2 - PPGSP/CFH/UFSC

FLORIANÓPOLIS, 2015

Aos meus pais, com muito amor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família por sempre me incentivarem e acreditarem em mim.

Ao professor orientador Valdir Alvim da Silva, por me ajudar nessa etapa da minha vida.

Aos meus colegas de trabalho pela paciência.

Ao pessoal da CEPAGRO, principalmente ao Charles e ao Eduardo, por me ajudarem.

A UFSC e todos os seus funcionários por proporcionarem a chance de um dia eu finalizar o curso.

Quem trabalha tem direito a uma remuneração equitativa e satisfatória, que lhe permita e à sua família uma existência conforme com a dignidade humana, e completada, se possível, por todos os outros meios de proteção social.

Declaração Universal dos Direitos Humanos artigo 23- 3

RESUMO

BALESTIERI, Emanoeli. **A questão da comercialização dos produtos orgânicos na região da Grande Florianópolis**: box 721 Ceasa. Florianópolis, 2015. 56f. Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico.

O estudo da cadeia produtiva de produtos orgânicos nos traz um melhor entendimento de como se comportam os agentes em cada elo da produção, com isso fica mais fácil identificar os gargalos e as potencialidades do setor. A comercialização de produtos orgânicos ainda é um grande desafio para um estado como o de Santa Catarina, que possui características tão diferenciadas do resto do Brasil, como o solo acidentado e as pequenas propriedades rurais, mas em contrapartida essas características podem ser um grande diferencial e com isso trazer novas oportunidades para o desenvolvimento da agricultura do estado. Evitando assim o êxodo rural e inchaço dos grandes centros urbanos. Para auxiliar esse processo é apresentado o projeto do Cepagro, em parceria com a LACAF/USFC, onde este se propõe a ser um centro de distribuição, logística e de estudos sobre a comercialização de produtos orgânicos.

Palavras Chave: Produção Orgânica; Cadeia Produtiva; Comercialização.

ABSTRACT

BALESTIERI, Emanoeli. **The subject of the commercialization of the organic products in the area of Great Florianópolis:** box 721 Ceasa. Florianópolis, 2015. 56f. Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico.

The study of the production chain of organic products gives us a better understanding of how the agents behave in every link of production, it is easier to identify the bottlenecks and the potential of the sector. The commercialization of organic products is still a major challenge for a state like Santa Catarina, which has different characteristics from the rest of the Brazil, as the uneven ground and the small rural property, but in return, these characteristics can be a great advantage and thereby bring new opportunities for the development of the state's agriculture. Thus avoiding the rural exodus and swelling of large urban center. To assist this process appears the CEPAGRO project, in partnership with LACAF / USFC where it intended to be a distribution center, logistics and studies on the marketing of organic products.

Keywords: Organic Production; Supply Chain; Marketing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Esquema da cadeia produtiva de orgânicos	23
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribuição da área total da agricultura orgânica	30
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Resumo da Agricultura Orgânica no Mundo	29
Tabela 2 - Evolução da área total de Agricultura Orgânica.....	31
Tabela 3 - Resumo da Agricultura Orgânica na Oceania	32
Tabela 4 - Resumo da Agricultura Orgânica na Europa.....	33
Tabela 5 - Resumo da Agricultura Orgânica na América Latina e Caribe.....	34
Tabela 6 - Resumo da Agricultura Orgânica na América do Norte.....	35
Tabela 7 - Resumo da Agricultura Orgânica na Ásia.....	36
Tabela 8 - Resumo da Agricultura Orgânica na África	37
Tabela 9 - Países com maior área de produção orgânica.....	38
Tabela 10 - Relação área total/área orgânica	40
Tabela 11 - Principais produtos exportados.....	42
Tabela 12 - Destaques dos produtos orgânicos processados	42

SUMÁRIO

RESUMO	7
ABSTRACT	8
LISTA DE FIGURAS.....	9
LISTA DE GRÁFICOS.....	9
LISTA DE TABELAS	9
SUMÁRIO	10
CAPITULO I. PRODUTOS ORGÂNICOS: PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO DE ALIMENTOS	12
1. INTRODUÇÃO	12
1.1. Tema da Pesquisa	13
1.2. Objetivos	13
1.2.1. Objetivo Geral	13
1.2.2. Objetivos Específicos	14
1.3. Metodologia da pesquisa.....	14
CAPITULO II. BREVE HISTÓRICO DA AGRICULTURA ORGÂNICA.....	16
2.1. O movimento orgânico: produção, lojas e mercados de produtos naturais.....	16
2.2. Canais de comercialização para a produção orgânica no Brasil.....	18
2.3. Comércio justo: meios e oportunidades das condições de vida	19
CAPITULO III. CADEIA PRODUTIVA DE PRODUTOS ORGÂNICOS	21
3.1. Cadeia produtiva de produtos orgânicos e sistemas agroindustriais	21
3.2. Etapas da cadeia produtiva de produtos orgânicos	23
3.2.1. Produção de Insumos	23
3.2.2. Produção Agropecuária	24
3.2.3. Processamento Primário	24
3.2.4. Processamento Secundário	24
3.2.5. Distribuição	25
3.2.6. Comercialização.....	25
3.2.7. Consumo.....	26
3.2.8. Certificação.....	26

CAPITULO IV.PANORAMA DA AGRICULTURA ORGÂNICA.....	28
4.1. O uso responsável e saudável no manejo da unidade de produção	28
4.2. Agricultura Orgânica no mundo	29
4.3. Agricultura Orgânica no Brasil	39
4.4. Agricultura Orgânica em Santa Catarina	44
CAPITULO V. CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS – BOX CEASA 721	49
5.1. Box 721: primeiro espaço exclusivo de venda de produtos orgânicos na Central de distribuição	49
CONCLUSÃO	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53

CAPITULO I. PRODUTOS ORGÂNICOS: PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO DE ALIMENTOS

1. INTRODUÇÃO

O mercado de alimentos a partir da década de 90 sofreu várias modificações, sendo que a segmentação da demanda foi uma das mais preponderantes, os avanços tecnológicos, a melhora na logística e da armazenagem fizeram com que os mercados se aproximassem e com isso o setor agroalimentar conseguiu suprir as suas demandas conforme as preferências dos seus consumidores.

E com isso os produtos orgânicos começaram a ganhar destaque, pois sua produção, devido ao método que utiliza, se propõem disponibilizar alimentos com um apelo mais saudável, pois não utiliza agrotóxicos ou qualquer insumo químico, que hoje é considerado prejudicial à saúde humana e ao meio ambiente, e isso o torna mais sustentável ao longo do tempo.

Os consumidores passaram a ter uma maior preocupação com o equilíbrio ambiental e também com a adoção de princípios éticos nas relações comerciais, e isso permite vislumbrar um cenário futuro bastante promissor para o desenvolvimento deste tipo de produção.

Hoje os produtos orgânicos ainda estão voltados mais para um público com um poder aquisitivo maior, e com isso inviabiliza muitas vezes a popularização desses produtos.

Santa Catarina é um estado que se destaca dos demais por apresentar limitações estruturais onde há predominância de minifúndios e uma topografia acidentada, e isso faz com que os agricultores tenham uma maior dificuldade em manter a sua produtividade e assegurar a sua rentabilidade.

A produção de orgânicos para esse Estado acaba sendo uma alternativa para promover o desenvolvimento rural, pois após o período de conversão, torna-se menos dependente de insumos externos a propriedade.

No que tange a cadeia produtiva de produtos orgânicos além da produção precisamos nos preocupar também com a comercialização desses produtos pois é através dela que podemos verificar a aceitação desses produtos.

Hoje a comercialização é feita, principalmente, através de feiras e dos supermercados, onde, no primeiro, o produtor é também o vendedor, e na segunda, entrega seus produtos por um valor bastante inferior ao que é cobrado.

Por isso foi elaborado um projeto que ajuda esses produtores com foco na comercialização de seus produtos, localizado na CEASA da grande Florianópolis, um box exclusivo para os produtos orgânicos, tornando-se um facilitador principalmente para o produtor, mas também para o consumidor.

1.1. Tema da Pesquisa

A produção de orgânicos no Brasil, mas especialmente em Santa Catarina é algo ainda muito incipiente. Muitos agricultores estão apostando numa produção de orgânicos, porém ainda possuem dificuldades na comercialização desses produtos, nesse sentido surge a ideia do Box 721, no Ceasa da Grande Florianópolis, idealizado em conjunto pelo Cepagro, LACAF/UFSC (Laboratório de Comercialização na Agricultura Familiar) e a Rede Ecovida, para facilitar esse processo entre os produtores e consumidores, sendo que todo projeto apresenta em alguma dificuldade, sendo a principal a comercialização.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo Geral

Entender o funcionamento da produção de Orgânicos no que se refere a comercialização, o papel que o Box 721 no Ceasa, e as potencialidades da produção de orgânicos em Santa Catarina.

1.2.2. Objetivos Específicos

- 1- Buscar uma contextualização para o referencial teórico do termo agricultura orgânica e seus canais de comercialização para um melhor entendimento da cadeia produtiva de produtos orgânicos no Brasil;
- 2- Levantar referências de dados sobre a produção da agricultura orgânica no mundo, no Brasil e em Santa Catarina;
- 3- Analisar o projeto do Box 721, no Ceasa da Grande Florianópolis;

1.3. Metodologia da pesquisa

O presente trabalho busca apresentar e caracterizar a produção agrícola de Orgânicos, para isso baseou-se na pesquisa bibliográfica, onde de acordo com Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa bibliográfica possui grande importância, pois, a mesma se dá pelo fato de ser um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, e assim ela fornece dados atuais e de grande relevância em relação aos temas abordados. Ainda segundo os mesmos autores esse estudo pode ajudar a planificação do trabalho e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

A estrutura desse trabalho está dividida em seis partes, onde o primeiro capítulo será introdutório, explanando o tema e os objetivos que serviram de caminho para a análise do tema proposto.

No segundo capítulo foi construído um quadro teórico-analítico, a partir de pesquisa bibliográfica, com a finalidade de mostrar brevemente a história da agricultura orgânica, dos canais de comercialização e o comércio justo.

No terceiro capítulo há uma preocupação em buscar um conhecimento no que se refere a cadeia produtiva de produtos orgânicos no Brasil, pois conhecendo como se dá a cadeia produtiva será mais fácil o entendimento de como são feitas as transações, descobrindo assim quais as suas dificuldades e com isso fica mais fácil a busca de uma solução.

Para o quarto capítulo, será atendido o que busca o segundo objetivo específico e para isso foi feita uma pesquisa de cunho bibliográfico, documental, para conhecer os dados de

produção no mundo, no Brasil e em Santa Catarina, onde os principais recursos utilizados foram o relatório da FiBL The World of Organic Agriculture sendo que foi analisado os relatórios publicados de 2008 a 2015 para os dados de agricultura orgânica mundial, para os dados sobre o Brasil e Santa Catarina, foram usados publicações do Ministério da Agricultura e IBGE, e também algumas dissertações e teses sobre o assunto, pois ainda não há um banco de dados oficial no Brasil sobre esse assunto, cada estado aborda de uma maneira diferente, o que dificulta o estudo.

O terceiro objetivo foi desenvolvido no quinto capítulo, onde foram feitas pesquisas bibliográfica, documental e também algumas entrevistas com os responsáveis pelo projeto, onde pode-se verificar as potencialidades e dificuldades do projeto do Box em relação a comercialização de produtos orgânicos no Ceasa da Grande Florianópolis.

E por fim, na última seção serão feitas as considerações finais relacionadas a produção e comercialização de produtos orgânicos no Brasil.

As limitações do trabalho estão relacionadas ao fato de que ainda há poucos dados sobre a produção de produtos orgânicos não só no Brasil como no mundo. O que impossibilita uma análise mais próxima da realidade.

CAPITULO II. BREVE HISTÓRICO DA AGRICULTURA ORGÂNICA

2.1. O movimento orgânico: produção, lojas e mercados de produtos naturais

A exploração da natureza e as transformações dos ambientes onde fauna e flora são melhorados e controlados para fornecer a subsistência da humanidade é dado através das técnicas de agricultura, sendo que, de todas as atividades humanas essa é a mais natural, pois está ligada aos processos biológicos, mas faz modificações nas paisagens, pois são utilizadas técnicas artificiais de exploração do ecossistema. O surgimento da agricultura é datado de mais de 12 mil anos, nesse período sofreu grandes transformações, evoluções e diferenciações.

Segundo Veiga (1991), o surgimento da agricultura moderna entre os séculos XVI e XIX em diversas áreas da Europa, sofreu com um intenso processo de mudanças tecnológicas, sociais e econômicas. “O cultivo e a criação de animais formaram progressivamente os alicerces das sociedades europeias. E esse longo acúmulo acabou por provocar um dos mais importantes saltos de qualidade da civilização humana: o fim da escassez crônica de alimentos” (VEIGA,1991, p.29).

Na chamada Revolução Verde ocorreu grandes transformações com o surgimento dos fertilizantes químicos, passando da agricultura tradicional para uma agricultura com o uso intensivo de insumos, e assim como na revolução industrial, diversas inovações eram somadas gradativamente, quanto mais conhecimento científico e tecnológico surgiam, mais facilidades o homem tinha em controlar as variáveis da natureza e por consequência aumentando a sua produtividade.

Segundo Mazzoleni e Nogueira (2006) a Revolução Verde, juntava todas as inovações tecnológicas verticais (setor industrial agrícola) e transversais (setores da química, genética, mecânica). A dominação da natureza era o norte da Revolução Verde, onde buscava uma agricultura simplificada em que qualquer meio ambiente seria tratado de forma padronizada pelos pacotes tecnológicos desenvolvidos nessa época.

Porém, com o passar do tempo esse tipo de utilização da terra causou a erosão, a perda da fertilidade dos solos, da biodiversidade, a contaminação dos solos, da água, dos animais silvestres, do homem, do campo e dos alimentos” (EHLERS, 1994 p 24).

Durante o período da Revolução Verde, as modalidades alternativas de agricultura eram consideradas atrasadas e sem validade científica, mas a partir da década de 60 e com os efeitos nocivos do uso dos fertilizantes, essas práticas alternativas passaram a ser mais observadas.

Onde a agricultura orgânica foi incorporada as demais definições que atentem para o problema de desenvolver uma agricultura de forma economicamente viável, socialmente justa e ambientalmente correta.

O conceito de “Agricultura Orgânica” surgiu com o pesquisador Sir Albert Howard, que durante a década de 20 dirigiu um instituto de pesquisa de plantas na cidade de Indore, na Índia, e que realizou diversos estudos sobre compostagem e adubação orgânica, e também publicou obras de grande relevância, como *Manufacture of húmus by Indore process* em 1935 e *An agriculture testament* em 1940, onde formulou o conceito de “Agricultura Orgânica”.

Segundo Altieri (1999), a Agricultura Orgânica, não representa uma volta aos métodos anteriores à Revolução Industrial, pois combina técnicas agrícolas mais tradicionais, com o uso das tecnologias modernas.

Hoje o movimento orgânico, que inicialmente foi formado principalmente por pequenos agricultores, atendendo ao mercado local, vem cedendo espaço para lojas e mercados de produtos naturais ou orgânicos que se tornam redes nacionais e internacionais.

A agricultura orgânica no Brasil surgiu na década de 70, e ocorreu de forma lenta em todo o país segundo Darolt, (2000).

O termo agricultura orgânica é bastante difundido na maioria dos países do mundo e mencionado em muitos relatórios e documentos oficiais de organismos internacionais como por exemplo: Organização das Nações Unidas (ONU), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), e também é encontrado na legislação brasileira, sendo os principais, a Lei 10.831, de 23/12/2003 (Brasil, 2003) e o decreto 6.323 de 27/12/2007.

Segundo a lei 10.831/03:

Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente

modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente. (Lei 10.831/03; Parágrafo primeiro)

Ao conhecer os canais de comercialização deste sistema orgânico de produção podemos ter um entendimento melhor sobre a formação de preços, os gargalos, as oportunidades para que possa ser escolhida a melhor estratégia para participar do mercado onde atua, e também além de terem características derivadas das operações de logística, pode ser interpretado como um facilitador, onde se pode obter vantagens diferenciais competitivas.

2.2. Canais de comercialização para a produção orgânica no Brasil

Segundo Stern, (1996), canais de comercialização são os lugares onde podemos encontrar as transações comerciais, e isso pode ser local e até internacional. Esses canais estão cada vez mais se mostrando importante para o agricultor, podendo até ser um dos fatores mais significativos para obterem sucesso no mercado que está cada vez mais competitivo.

Os canais de comercialização são formas funcionais onde, através da movimentação de produtos e serviços entre os membros participantes, torna-se indispensável para que os produtos possam ser disponibilizados para atender às necessidades do consumidor, além de permitir uma maior eficiência e economia para o produtor.

Segundo Batalha e Butanin, uma pesquisa realizada pelo Sebrae e publicada em 2004, pesquisou 611 pontos de comercialização, desses, 203, representando 33 por cento dos canais de comercialização, eram supermercados, 224, representando 37 por cento, eram associações e feiras livres, 119, representando 19 por cento eram lojas e comércios e 11 por cento ou 65 entregavam cestas a domicílio. Pode-se perceber que a comercialização em supermercados e em feiras livres e associações são praticamente idênticas percentualmente falando, ainda nessa mesma pesquisa revela que São Paulo possui o maior número de empresas comerciais, seguido por Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.

Em Santa Catarina foram pesquisados 134 pontos de comercialização, onde 86 por cento ou seja 116 dos pontos de comercialização de produtos orgânicos levantados eram Associações e feiras, 9% eram supermercados, 4% lojas especializadas e 1% entregas a domicílio.

Hoje os consumidores aceitam pagar até 30 por cento a mais para os alimentos orgânicos em comparação aos produtos convencionais, pois há uma grande identificação do consumidor

com as características que esses alimentos fazem bem a saúde e também pela preocupação com o meio ambiente.

2.2.1. Cadeias longas de comercialização

O principal canal longo de comercialização da região de Florianópolis é o Sistema de Abastecimento Atacadista no Brasil, mais conhecido por “Sistema Ceasa”, segundo Cunha e Campos (2007), está situado em 21 estados brasileiros, possui 57 entrepostos atacadistas, e pertencente a 35 pessoas jurídicas. Esse Sistema é responsável por grande parte do volume de frutas, legumes e verduras comercializados a nível nacional, e ainda é responsável pela distribuição de cerca de 14 milhões de toneladas desses produtos anualmente.

A criação desse sistema é datada à década de 70, e tinha como proposta inicial o estabelecimento de uma rede de informações técnicas entre todas as unidades atacadistas regionais para que servisse de ponto de referência para os produtores e os distribuidores, trazendo assim um ponto de equilíbrio entre a oferta e os preços dos produtos comercializados. O Sistema pode ser analisado como uma rede de logística complexa, composta por um conjunto de agentes que disponibilizam entrepostos e capacidade de transportes de grande porte, possibilitando a reunião dos produtos a nível nacional, facilitando a distribuição através dos mais diversos canais de comercialização, em centros urbanos, e mercados regionais.

Em suma, o tipo de canal que será utilizado pelo produtor deverá ser analisado, onde deve ser pesado o seu nível de organização e de relacionamento com o ambiente externo, a existência de grupos organizados, os tipos de produtos existentes e as épocas do ano, de acordo com as exigências de cada canal de comercialização ou de consumidores organizados, além dos recursos financeiros disponíveis. Com isso verificamos que é importante a organização dos produtores em grupos para negociar coletivamente para buscar os apoios para desenvolver o mercado de produtos orgânicos visando assim um melhor atendimento à população.

2.3. Comércio justo: meios e oportunidades das condições de vida

A agricultura orgânica buscou uma forma diferenciada de comercialização, e encontrou no comércio justo os meios e oportunidades para melhorar as condições de vida e de trabalho para os produtores rurais, buscando a equidade social, a proteção ao meio ambiente e a segurança

econômica.

No comércio justo todos os envolvidos seguem alguns princípios como a preocupação e o respeito pelas pessoas e pelo ambiente, a criação de meios e oportunidades para os produtores melhorarem as suas condições de vida e de trabalho, a proteção dos direitos humanos, dos direitos das mulheres, das crianças e dos povos indígenas; a promoção da sustentabilidade através do estabelecimento de relações comerciais estáveis de longo prazo, entre outros.

Segundo definição da Federação Internacional de Comércio Alternativo (IFAT), o comércio justo (ou *fair trade*) consiste em uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, em busca de uma maior equidade no comércio internacional.

Tem como objetivo principal o contato direto entre o produtor e o comprador, desmistificando o comércio e buscando uma menor dependência de atravessadores. Além de propor a ampliação do acesso dos pequenos produtores ao mercado, também tem por base a importância do consumidor comprar produtos comercializados de maneira responsável, com preço e condições de trabalho justo e com o uso sustentável da natureza.

As empresas podem ser especializadas em comércio justo ou atuar no comércio tradicional com marcas convencionais, incorporando itens com o selo de comércio justo em suas linhas.

CAPITULO III. CADEIA PRODUTIVA DE PRODUTOS ORGÂNICOS

3.1. Cadeia produtiva de produtos orgânicos e sistemas agroindustriais

O conceito de *Agribusiness* surge em 1957 com John Davis e Ray Goldberg como sendo “a soma das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles” (DAVIS e GOLDBERG, 1957 apud BATALHA et. al, 1999). Esses autores trazem à tona que a agricultura não deveria mais ser estudada separadamente dos outros agentes responsáveis pelas atividades de produção, transformação, distribuição e consumo dos alimentos.

Outro conceito que surgiu na década de 60 foi da escola francesa *filière* que tem livre tradução para o português como cadeia de produção ou cadeia produtiva. Existem variadas definições quanto ao conceito de cadeia produtiva.

O Sistema Agroindustrial (SAG) que Farina e Zylberztajn, (1994) trazem segundo os estudos de Goldberg compreende os segmentos “antes, dentro e depois da porteira da fazenda, envolvidos na produção e comercialização de um produto agropecuário, até chegar ao consumidor final”. Os conceitos de Sistema Agroindustrial e cadeias produtivas se difundem e contribuem para elucidar os diferentes aspectos que cercam sua operacionalização.

Segundo Zylbertajn, (2000), as transações entre os segmentos constituintes da cadeia produtiva são moldadas pelos padrões de concorrência e crescimento, assim como pelo ambiente competitivo vigente dentro de cada um deles. Dessa forma, discutir as relações entre os segmentos constituintes da cadeia produtiva, pressupõe o conhecimento da organização e dinâmica interna de cada segmento.

O agronegócio envolve as etapas da produção de insumos, produção agropecuária, industrialização da produção e sistemas de distribuição (DAVIS; GOLDBERG, 1957; GOLDBERG, 1968 apud ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Geralmente os estudos das cadeias produtivas ou dos sistemas agroindustriais focalizam um único produto, em uma determinada delimitação geográfica, e descrevem os agentes que

fazem parte deste sistema (consumidor, atacado, varejo, agroindústria, produção primária e fornecedores dos insumos).

A definição do termo orgânico sinaliza que o produto é diferenciado. Segundo Borguini (2002), os bens são produzidos em conformidade as normas de produção e certificação, a produção busca a utilização otimizada de insumos e fertilizantes.

As principais diferenciações referentes a cadeia produtiva de produtos orgânicos é no que tange a não-utilização de fertilizantes químicos, à diversificação dos cultivos, à integração entre atividades, as práticas alternativas de preservação do meio ambiente, à comercialização direta, ou com poucos intermediários dos produtos aos consumidores finais em mercados regionais.

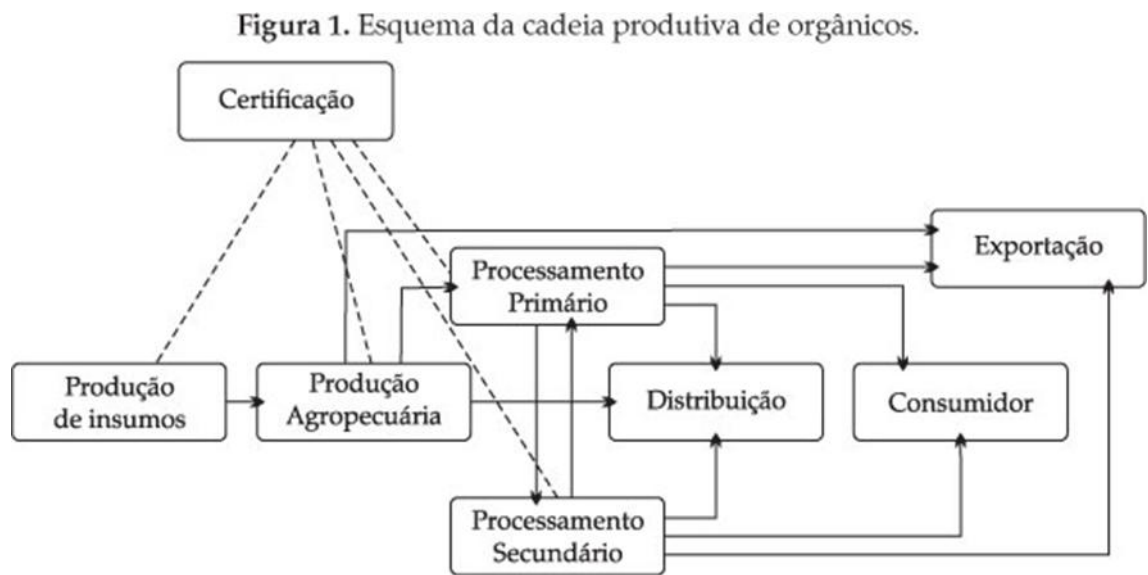
Segundo Schultz (2001) algumas deduções devem ser feitas, pois a produção de orgânicos prioriza os insumos fabricados na própria propriedade, onde as propriedades ecológicas funcionam como um organismo sistêmico, se diferenciando da agricultura convencional, buscando a prática de diversificação de cultivos, utilizando-se de práticas agrícolas que mantêm a fertilidade do solo, e também prioriza a organização e a comercialização de seus produtos em feiras e outros formatos varejistas. Estas características impactam diretamente sobre a delimitação de uma cadeia produtiva.

Os insumos são produzidos internamente na propriedade, conciliando-se com a utilização de práticas de otimização dos recursos biológicos, tais como a reciclagem de nutrientes, a rotação e diversificação de culturas. Dessa forma, não se tem, pelo menos da mesma forma que no sistema convencional, um setor com indústrias fornecedoras de insumos orgânicos, além das propriedades atuarem com pequenas escalas e de forma diversificada, o que faz com que a identificação do produto principal seja dificultada. Mas a principal diferença entre a cadeia produtiva de orgânicos e a convencional é o fato que alguns agentes que compõem normalmente as cadeias, quando se trata da cadeia de orgânicos eles existem de forma parcial ou inexistem.

Segundo Ormond (2002), em qualquer setor, é muito importante conhecer os elos que compõem a cadeia produtiva e buscar entender como acontecem as interações entre os agentes. Essa análise faz com que seja possível identificar os elos mais fortes e os mais fracos, assim como os gargalos existentes na cadeia, e com isso torná-la mais vigorosa e interessante para todos os elos.

Na Figura 1, temos o esquema que identifica as principais funções que compõem a cadeia produtiva de produtos orgânicos. Identifica os agentes que as executam e mostra as formas de relacionamentos entre eles:

Figura 1. Esquema da cadeia produtiva de orgânicos



Fonte: Ormond, 2002.

Sendo assim, baseado em Ormond, (2002), temos a explicação de cada uma das etapas da cadeia produtiva de produtos orgânicos Identificando os agentes que as executam e as formas de relacionamentos entre eles.

3.2. Etapas da cadeia produtiva de produtos orgânicos

3.2.1. Produção de Insumos

Consiste na produção de mudas, sementes, adubos, fertilizantes, controladores de pragas e doenças, embalagens e outros itens necessários ao manejo orgânico de uma área ou da propriedade. A maior parte desses agentes é formada pelos próprios produtores ou por pequenas empresas dedicadas exclusivamente a esse nicho de mercado.

Observa-se que o crescimento do setor atraiu grandes empresas tradicionais produtoras de agroquímicos e sementes que também entraram na produção de insumos apropriados à exploração orgânica. A maioria dos produtores tem o suprimento de matéria-prima proveniente de sua própria produção, mas também adquirem de outros produtores, ou empresas.

3.2.2. Produção Agropecuária

Trata-se de proprietários rurais e empresas agropecuárias, porém as empresas produzem em *commodities* e são verticalizadas, atuando muitas vezes também no processamento secundário, já os pequenos proprietários em sua maioria se dedicam a produção de hortifrutigranjeiros e são ligados a associações de produtores, cooperativas ou empresas de processamento, responsáveis pela comercialização, e eventualmente, fazem comercialização direta em feiras de produtores.

3.2.3. Processamento Primário

Nesse elo estão as empresas, cooperativas ou associações de produtores que atuam na coleta de produção regional e fazem a seleção, higienização, padronização e a guarda de produtos a serem consumidos in natura e são responsáveis pelo transporte e comercialização da produção. Das empresas, muitas tiveram o início da atividade com produção própria e cresceram. Em muitos casos, fornecem insumos e assistência técnica, reproduzindo, em parte, o processo de integração de outras cadeias produtivas agroalimentares.

Em geral, possuem marca própria, e algumas administram stands em lojas de supermercados. Podem atuar tanto no mercado interno quanto em exportação. A função do atacadista foi trocada pelo processamento primário, que, na tentativa de criar escala de comercialização para um produto que tem pouco volume, foi levado a incentivar produtores a produzir orgânicos e acabou por desempenhar papel semelhante ao das indústrias integradoras de outras cadeias. Na área dos hortifrutigranjeiros destinados ao mercado interno, e as empresas de processamento primário, embora não assumam relações contratuais com os produtores, mantêm acordos informais que se assemelham a contratos tácitos, que incluem fornecimento de insumos e assistência técnica.

3.2.4. Processamento Secundário

Esse segmento possui uma grande quantidade de indústrias desde as tradicionais de alimentos, até as pequenas indústrias, sendo que algumas quase artesanais. Podem ser exclusiva

dessa atividade, terem linhas de produção específicas, ou ainda utilizar linhas de produção convencionais para processar orgânicos.

São grandes as barreiras à entrada nesse segmento, uma vez que todos os produtos e aditivos utilizados têm necessariamente que ser orgânicos e as linhas de produção, se não exclusivas, têm que passar por criteriosa limpeza, de forma a eliminar os vestígios de produtos não-orgânicos, para evitar a contaminação.

3.2.5. Distribuição

Nesse elo, o agente é responsável pela comercialização dos produtos que foram submetidos a processamento primário e/ou secundário, envolvendo lojas de produtos naturais, lojas especializadas em hortifrutis e supermercados. Ele detém boa parte do conhecimento das preferências do consumidor e da quantidade demandada pelo mercado. Essas informações, quando repassadas aos seus fornecedores, permitem o planejamento da produção. Nos equipamentos de distribuição, os produtos são dispostos em estandes sob responsabilidade de um agente quer seja o produtor, ou da associação.

Os novos canais de distribuição e comercialização possibilitaram que os orgânicos alcançassem maior número de consumidores, tornando a demanda mais regular, porém, em consequência, mais raro o contato entre produtores e consumidores, necessitando, portanto, de um terceiro elemento que assegure ao distribuidor e ao consumidor a veracidade das informações sobre o processo de produção, de forma a restabelecer a confiança no bem adquirido. Isso se dá pela emissão de um certificado por empresa habilitada, atestando a adequação dos procedimentos do produtor, e pela aposição de um selo de garantia na embalagem do produto.

O sistema de manejo orgânico é um processo que apresenta particularidades a cada propriedade onde é executado. As peculiaridades de solo, fauna, flora, ventos, posição em relação ao sol, recursos hídricos, além de outros, exercem influência sobre o sistema.

3.2.6. Comercialização

Até meados da década de 90, a comercialização era restrita às feiras de produtos orgânicos e às lojas de produtos naturais. Já no final da década, o surgimento de novos canais de distribuição, como associações e cooperativas, possibilitou maior difusão e comercialização dos

produtos. Atualmente, as grandes redes de supermercados vêm se destacando como um dos principais canais de comercialização, apresentando os orgânicos como produtos diferenciados de alta qualidade, selecionados, classificados, rotulados e embalados.

O crescimento da produção dos orgânicos impulsionado pelo crescimento do mercado fez com que a atividade saísse de um nicho artesanal e entrasse no mercado de produtos alimentícios, dominado por grandes redes. A entrada dos grandes comerciantes no segmento de orgânicos aponta para uma demanda potencial crescente que exige resposta de produção em escala e eficiente logística. O segmento da produção orgânica, como os demais segmentos da produção agrícola seguem a lei econômica da oferta e procura. Nesse contexto, a escassez de produtos, por conta de baixa eficiência tecnológica, produção insuficiente ou logística deficiente, permite aos distribuidores regularem a demanda via preço.

3.2.7. Consumo

Este seguimento incorpora todos os tipos de consumidores desde pessoas físicas até os consumidores institucionais (restaurantes, lanchonetes, empresas etc.), que, embora não determinem a preferência do consumidor final, exercem importante influência.

3.2.8. Certificação

Esse é o maior diferencial da cadeia. Um dos grandes entraves da cadeia é a questão do custo de conversão da produção e mais importante o custo da certificação dos produtos, pois esse custo varia de acordo com cada certificadora e podem ser considerados a taxa de filiação, o tamanho da área a ser certificada, as despesas com a inspeção, a elaboração de relatórios, análises de solo e da água, entre outros.

Para facilitar a certificação foi desenvolvida pela Rede Ecovida a Certificação Participativa, que se apoia na responsabilidade e nos valores éticos de cada produtor, onde cada grupo é orientado por comissões de ética das associações de produtores e/ou cooperativas, e o processo de certificação é acompanhado por entidades de assessoria técnica e pelo envolvimento dos consumidores, numa tentativa de retomar o clima de confiança mútua existente nos processos de negociação direta entre produtores e consumidores.

O produto orgânico não apresenta diferenças aparentes relativamente ao produto convencional, portanto, é um bem que tem na confiança seu principal valor. No Brasil, a certificação teve origem informal, através do trabalho desenvolvido por organizações não-governamentais (associações e cooperativas de produtores e consumidores), que estabeleceram padrões e normas internas para produção e comercialização e criaram selos de garantia para seus produtos, os selos de certificação.

Os produtos orgânicos no Brasil possuem três sistemas diferenciados de certificação segundo o Ministério da Agricultura:

Certificação por Auditoria: Organismo de Avaliação da Conformidade – OAC – A certificadora deve ser credenciada pelo MAPA, e não pode ter vínculo direto com quem produz ou compra, e utiliza procedimentos e critérios reconhecidos internacionalmente;

Sistema Participativos de Garantia – SPG – o Organismo participativo de avaliação da Conformidade deve ser credenciado pelo MAPA, e é caracterizado pela responsabilidade coletiva entre produtores, consumidores entre outros, com interesse em participar para avaliar a conformidade dos produtos;

Organização de Controle Social – OCS – Na lei 10.831 art 3º parágrafo 1º, diz que quando o produtor de orgânicos, vende diretamente ao consumidor é facultativo a certificação, porém esse produtor deve fazer parte de uma Organização de Controle Social, para que seja orientado sobre a qualidade dos produtos. Com isso, os agricultores familiares passam a fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos.

CAPITULO IV. PANORAMA DA AGRICULTURA ORGÂNICA

4.1. O uso responsável e saudável no manejo da unidade de produção

O uso responsável e saudável do solo, da água, do ar e da biodiversidade é a base do sistema de produção orgânica e com isso busca-se a redução da contaminação e do desperdício, esse processo faz com que os conhecimentos de ecologia sejam incorporados no manejo da unidade de produção que é trabalhada de forma integrada com a flora e a fauna.

O coordenador de Agroecologia da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), Rogerio Dias, afirma que esse modo de produção garante a distribuição de alimentos saudáveis e mais saborosos. “Não são utilizadas práticas e substâncias que possam colocar em risco a saúde de quem produz e de quem consome, nem causar impactos negativos sobre o meio ambiente”, afirmou em notícia no site do Ministério da Agricultura.

Outro ponto que o coordenador ressalta é a importância que a agricultura orgânica tem em relações sociais e de trabalho, nas quais toda a cadeia produtiva, da produção ao consumo, deve ser considerada com a mesma atenção, procurando sempre a melhoria da qualidade de vida para todos. “A produção orgânica amplia a capacidade dos espaços produtivos de cumprirem suas funções ecossistêmicas, tão importantes para todos os habitantes do planeta, o que contribui para o enfrentamento de problemas cada vez mais visíveis por todos, como o aquecimento global e a escassez de água”, avaliou.

Os consumidores passaram a adquirir produtos orgânicos a fim de terem uma melhor qualidade de vida, prevenindo-se contra certos tipos de doenças causadas pelo excesso de agrotóxico no organismo. A qualidade dos produtos orgânicos não está relacionada apenas à preocupação com a saúde humana, mas também a valorização do agricultor, associação deste com a natureza, fundamentada por meio da preservação dos recursos naturais e de formas naturais de apropriação destes recursos.

O crescimento da produção orgânica e do mercado consumidor ocorreu em todo o mundo. A seguir apresentamos os dados sobre a agricultura orgânica no mundo, Brasil e de Santa Catarina.

4.2. Agricultura Orgânica no mundo

Segundo dados do relatório anual publicado pela IFOAM (Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica) em 2013 a área total destinada a agricultura no mundo era de 4,31 bilhões de hectares, sendo que a área de manejo orgânico foi de 43,1 milhões de hectares, representando apenas 1%, do total, sendo um número ainda pouco representativo porém com grande potencial.

Tabela 1 - Resumo da Agricultura Orgânica no Mundo

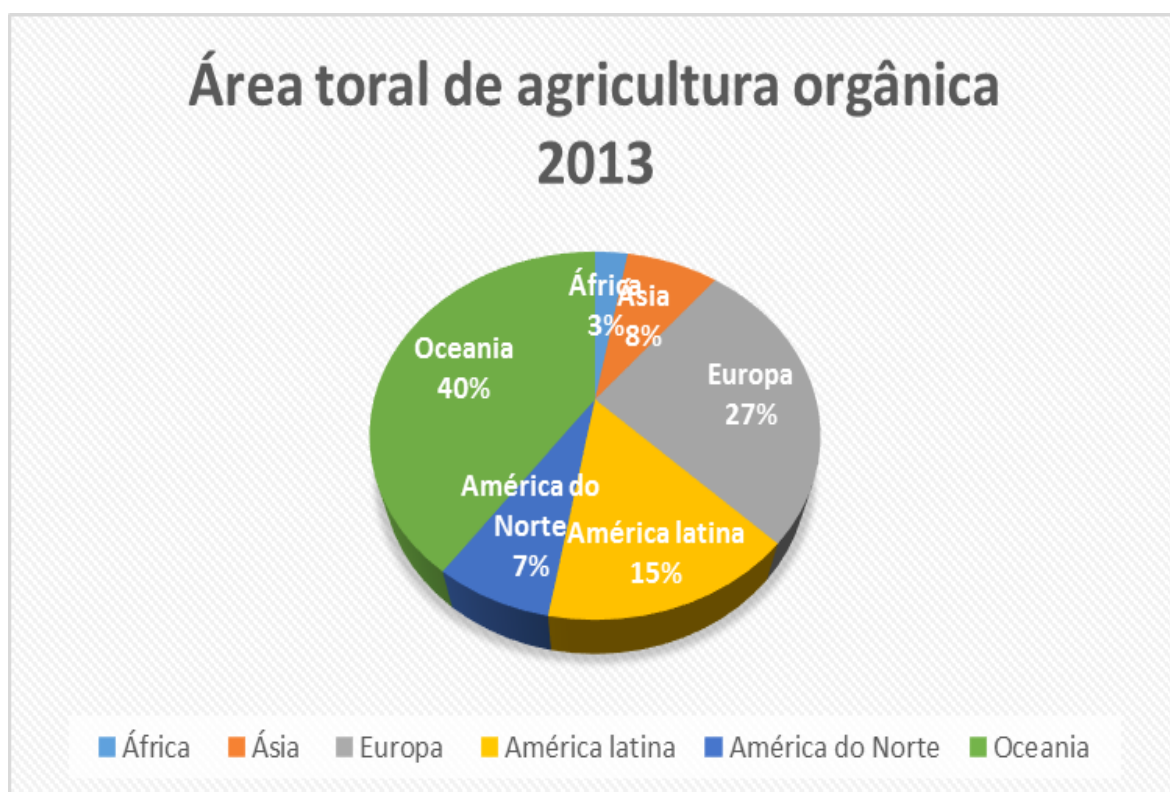
Global	
Informações	2.013
Área destinada a agricultura	4.309.111.300
Área de manejo de produtos orgânicos	43.091.113
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	1.998.592
Tipo	Maiores Produções Orgânicas
Total de terras aráveis	7.659.506
Total de culturas permanentes	3.234.842
Cereais	3.309.788
Forragem Verdes	2.381.943
Oleaginosas	779.803
Vegetais	305.342
Proteaginosas	296.073
Plantas medicinais e aromáticas	86.624
Café	725.627
Oliva	611.452
Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey	

Os produtos orgânicos com maiores áreas de produção no mundo são: os cereais que possuem 3,3 milhões de hectares, forragens verdes com 2,3 milhões de hectares, as oleaginosas com 779 mil hectares e o café com 725 mil hectares.

De acordo com o estudo, estima-se que a área cultivada seja muito maior, pois para alguns países, como a Índia, com grandes áreas agrícolas orgânicas não há muitas informações disponíveis.

O gráfico a seguir mostra como está distribuída a área total da agricultura orgânica no mundo no ano de 2013:

Gráfico 1. Distribuição da área total da agricultura orgânica



A Tabela 2, a seguir, nos mostra a evolução com o passar dos anos, da área total de agricultura orgânica no mundo.

Podemos observar uma evolução de mais de 48 por cento da área total de agricultura orgânica comparando 2005 a 2013.

Nesse mesmo sentido verificamos que o maior crescimento apresentado foi na África com um aumento de mais 150 por cento da área total, seguida pela Europa com mais de 69 por cento da área total, depois a Oceania com mais de 46 por cento da área total, acompanhado pela América do Norte com 37 por cento do total, depois pela América Latina com 30 por cento do total e por último aparece a Ásia com 27 por cento da área total.

Tabela 2 - Evolução da área total de Agricultura Orgânica

Área Total de agricultura orgânica (ha)									
	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Oceania	17.321.733	12.164.316	12.185.841	12.145.031	12.152.106	12.110.667	12.074.550	12.431.820	11.813.754
Europa	11.460.773	11.082.197	10.535.550	10.012.292	9.208.439	8.269.433	7.769.964	7.265.087	6.762.677
América latina	6.611.636	6.836.231	6.855.457	7.543.611	7.660.293	7.238.273	5.586.745	4.950.560	5.056.158
Ásia	3.425.939	3.217.867	3.692.121	2.770.430	3.580.459	3.359.184	2.902.698	3.001.444	2.678.704
América do Norte	3.047.710	3.012.354	3.019.687	2.472.679	2.652.624	2.577.502	2.292.357	1.792.572	2.219.643
África	1.227.088	1.145.827	1.073.404	1.075.797	1.026.619	855.603	862.351	684.803	489.949
Total	43.094.879	37.458.791	37.362.059	36.019.841	36.280.540	34.410.662	31.488.664	30.126.285	29.020.884
Fonte: Elaborados com base nos relatórios FiBL - IFOAM Survey									

Da área de produção orgânica, quase dois terços (27 milhões de hectares) são de áreas de pastagem, e 10,9 milhões de hectares constituídas como áreas cultivadas (onde 7,7 milhões de hectares com terras aráveis e 3,2 milhões de hectares com culturas permanentes).

Em 2013, a área de terra agrícola orgânica, com exceção da América Latina, aumentou.

Podemos observar que o maior crescimento aconteceu na Oceania, apresentando um aumento de 42 por cento ou 5,2 milhões de hectares, (onde foi observado um aumento de 53 por cento de área de produção orgânica totalmente certificada na Austrália), perfazendo um total de 17,3 milhões de hectares o que representa um total de 40 por cento do total de área agrícola no mundo; seguida pela Europa com 11,4 milhões de hectares representando 27 por cento do total; depois a América Latina, que teve uma diminuição na área de cerca de 3 por cento, (pois foram relatados 400 mil hectares a menos, principalmente de área de pastagem, na Argentina), perfazendo um total de 6,6 milhões de hectares, que representa 15 por cento do total; logo após a Ásia com 3,4 milhões de hectares que representa 8 por cento do total; e por último a África com o total de 1,2 milhões de hectares que representa 3 por cento.

Tabela 3 - Resumo da Agricultura Orgânica na Oceania

Oceania	
Informações	Ano de 2015 (ref 2013)
Área destinada a agricultura	422.481.293
Área de manejo de produtos orgânicos	17.321.733
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	22.997
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	38.679
Total de culturas permanentes	70.950
Café	18.308
Nozes	8.800
Côco	3.521
Uva	2.782
Cereais	2.724
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
Austrália	17.150.000
Nova Zelândia (2012)	106.753
Samoa (2012)	33.515
Papúa Nova Guiné	20.939
Vanuatu	4.106
Polinésia Francesa	2.469
Fiji	2.164
Ilhas Salomão	1.307
Tonga	398
Niue	61

Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey

A Oceania em 2013 registrou 422,4 milhões de hectares destinada a agricultura onde 4,1 por cento está sob manejo orgânico, sendo que a Austrália é o país com a maior área de agricultura orgânica.

Os produtos em destaque nessa região são: o café com 18 mil hectares, as nozes com 8,8 mil hectares e o coco com 3,5 mil hectares.

Tabela 4 - Resumo da Agricultura Orgânica na Europa

Europa	
Informações	Ano de 2015 (ref 2013)
Área destinada a agricultura	477.532.208
Área de manejo de produtos orgânicos	11.460.773
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	334.870
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	4.599.369
Total de culturas permanentes	1.296.073
Forragens verdes	1.910.391
Cereais	1.844.578
Oliva	478.445
Uva	258.348
Proteaginosas	226.947
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
Espanha	1.610.129
Itália	1.317.177
França	1.060.756
Alemanha	1.060.669
Polónia	661.956
Reino Unido	567.751
Austria	526.689
Suécia	500.996
República Checa	474.231
Turquia	461.396
Fonte: Elaborados com base nos relatórios FiBL - IFOAM Survey	

A Europa é a região com mais dados e pesquisas relacionadas a produção orgânica no mundo hoje, onde em 2013, 477,5 milhões de hectares foram destinados a agricultura e onde 2,4 por cento disso está sob manejo orgânico. Os países com as maiores áreas com produção na região são Espanha, Itália, França e Alemanha. As maiores produções de orgânicos são as Forragens Verdes com 1,9 milhões de hectares, os cereais com 1,8 milhões de hectares, a Oliva com 478 mil hectares e as Uvas com 258 mil hectares.

Desde o início da década de 1990, o sistema de agricultura orgânica tem se desenvolvido muito rapidamente na Europa. Com aproximadamente 334 mil propriedades orgânicas.

Tabela 5 - Resumo da Agricultura Orgânica na América Latina e Caribe

América Latina e Caribe	
Informações	Ano de 2015 (ref 2013)
Área destinada a agricultura	601.057.818
Área de manejo de produtos orgânicos	6.611.636
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	319.459
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	209.335
Total de culturas permanentes	845.020
Café	445.178
Cacau	204.601
Frutas tropicais	117.782
Vegetais	62.732
Cereais	37.738
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
Argentina	3.191.225
Uruguai (2006)	930.965
Brasil	705.233
México	501.364
Ilhas Malvinas	403.212
Peru	388.448
República Dominicana	180.609
Paraguai	62.274
Equador	42.781
Nicarágua	33.621
Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey	

No que se refere a América Latina a área destinada a agricultura atingiu em 2013, 601,1 milhões de hectares onde 1,1 por cento é destinada a produção orgânica. Os países com as maiores áreas com manejo orgânico são a Argentina, Uruguai, Brasil e México. Os produtos com destaque são o Café com 445 mil hectares, o Cacau com 204 mil hectares e as frutas tropicais com 117 mil hectares. Os países latino Americanos são os principais fornecedores de produtos orgânicos para um dos maiores mercados desses produtos os Estados Unidos.

Tabela 6 - Resumo da Agricultura Orgânica na América do Norte

América do Norte	
Informações	Ano de 2015 (ref 2013)
Área destinada a agricultura	435.387.143
Área de manejo de produtos orgânicos	3.047.710
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	16.393
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	1.321.654
Total de culturas permanentes	67.089
Cereais	624.649
Forragens Verdes	462.059
Oleaginosas	103.657
Vegetais	63.214
Proteaginosas	47.753
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
EUA (2011)	2.178.471
Canadá	869.239
Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey	

Sobre a América do Norte os dados apontam que em 2013, a área destinada a agricultura foi de 435 milhões de hectares, onde apenas 0,7 por cento desses hectares estavam sob manejo orgânico. Os produtos em destaques são os Cereais com 624 mil hectares e as forragens verdes com 462 mil hectares. Os Estados Unidos é um dos maiores mercados produtor e consumidor de produtos orgânicos do mundo.

Tabela 7 - Resumo da Agricultura Orgânica na Ásia

Ásia	
Informações	Ano de 2015 (ref 2013)
Área destinada a agricultura	1.712.969.500
Área de manejo de produtos orgânicos	3.425.939
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	730.744
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	1.253.249
Total de culturas permanentes	388.077
Cereais	793.568
Oleaginosas	325.126
Nozes	74.819
Café	67.598
Vegetais	66.899
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
China	2.094.000
Índia	510.000
Cazaquistão	291.203
Filipinas	101.278
Indonésia	65.688
Vietnã	37.490
Arábia Saudita	36.595
Tailândia	33.840
Timor Leste	24.690
Azerbaijão	23.331
Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey	

A Ásia em 2013 registrou a maior área destinado a agricultura com 1,7 bilhões de hectares, porém apenas 0,20 por cento é usado para a produção orgânica. Os produtos com maior destaque de produção são os Cereais com 793 mil hectares e as oleaginosas com 325 mil hectares. Os países com as maiores áreas destinadas a agricultura orgânica são a China, a Índia, o Cazaquistão e as Filipinas.

Tabela 8 - Resumo da Agricultura Orgânica na África

África	
Informações	2.013
Área destinada a agricultura	1.022.573.333
Área de manejo de produtos orgânicos	1.227.088
Número de propriedades rurais produtoras de orgânicos	574.129
Tipo	Maiores Produções Orgânicas (ha)
Total de terras aráveis	237.219
Total de culturas permanentes	567.634
Café	195.544
Oleaginosas	125.861
Oliva	125.350
Culturas textéis	64.135
Nozes	40.270
Países	Maiores áreas ocupadas com agricultura orgânica (ha)
Uganda	231.157
Tanzânia	186.537
Etiópia	164.777
Sudão	141.479
Tunísia	139.087
Egito	85.801
República Democrata do Congo	51.838
África do Sul	37.466
Madagascar	30.265
Gana	28.201
Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey	

E por último temos as informações da África onde em 2013 teve 1,1 bilhões de hectares destinados a agricultura, mas apenas 0,12 por cento dessa área utilizada para o manejo orgânico. Os países com as maiores áreas de produção orgânicas são a Uganda, a Tanzânia, a Etiópia, o Sudão e a Tunísia. Os produtos em destaque na região são o Café com 195 mil hectares, as oleaginosas com 125 mil hectares e a Oliva com 125 mil hectares.

Na tabela 9 a seguir encontramos a evolução dos países com maior área de produção orgânica:

Tabela 9 - Países com maior área de produção orgânica

Área de Produção Orgânica									
País	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Austrália	17.150.000	12.001.724	12.001.724	12.001.724	12.001.724	11.988.044	11.988.044	12.345.314	11.766.768
Argentina	3.191.255	3.637.466	3.796.136	4.177.653	4.327.372	4.007.026	2.777.959	2.358.376	2.682.268
EUA	2.178.471	2.178.471	2.178.471	1.769.001	1.948.946	1.948.946	1.736.084	1.118.168	1.640.769
China	2.094.000	1.900.000	1.900.000	1.390.000	1.853.000	1.853.000	1.553.000	2.300.000	2.300.000
Espanha	1.610.129	1.593.197	1.621.898	14.586.672	1.330.774	1.129.844	804.884	736.939	622.762
Itália	1.317.177	1.167.362	1.096.889	1.113.742	1.106.684	1.002.414	1.150.253	1.148.162	1.069.462
França	1.060.756	1.032.941	975.051	845.442	677.513	583.799	557.133	552.824	552.488
Alemanha	1.060.669	1.034.355	1.015.626	990.702	947.115	907.786	865.336	825.539	807.406
Uruguai	930.965	930.965	930.965	930.965	930.965	930.965	930.965	930.965	759.000
Canadá	869.239	833.883	841.216	703.678	703.678	628.559	556.273	604.404	578.874
Brasil	705.233	705.233	687.040	932.120	932.120	932.120	932.120	880.000	842.000

Fonte: Elaborados com base nos relatórios FiBL - IFOAM Survey

Em relação ao ano de 2013, o país com maior área de agricultura orgânica é a Austrália, onde podemos observar uma evolução de 45 por cento em relação a 2005, o país que apresentou maior crescimento no período foi a Espanha com um aumento de 158 por cento da área de produção orgânica, outros países que evoluíram bastante foram a França com aumento de 91 por cento da área e o Canadá com o aumento de 50 por cento da área. O Brasil apresentou um decréscimo de 16 por cento em relação a 2005.

Ainda referente aos dados constantes no relatório do IFOAM, foram relatados quase 2 milhões de produtores orgânicos em 2013, sendo que a maioria desses produtores encontram-se na Ásia, África e na América Latina. O país com maior número de produtores é a Índia, seguida pela Uganda e o México.

As vendas globais de comida e bebidas orgânicos em 2013 atingiu mais de 95 bilhões de Euros. Os países com maior mercado de alimentos orgânicos são os Estados Unidos com 24,3 bilhões de euros, seguido pela Alemanha com 7,6 bilhões de euros, a França com 4,4 bilhões de euros e a China com 2,4 bilhões de euros. Podemos observar a demanda por produtos orgânicos ainda está bastante concentrado na América do Norte e na Europa. E ainda podemos verificar que a Ásia, a América Latina e a Oceania são importantes produtores e exportadores de alimentos orgânicos.

Agora referente ao consumo per capita de produtos orgânicos a Europa está na frente, sendo que em 2013, a Suíça teve o maior consumo com 210 Euros por pessoa, acompanhada pela Dinamarca com 163 Euros por pessoa e Luxemburgo com 157 Euros por pessoa.

4.3. Agricultura Orgânica no Brasil

A agricultura brasileira, segundo informações do Ministério do Meio Ambiente, há muito tempo é considerada uma das maiores consumidoras de agrotóxicos no mundo, entretanto, o mercado brasileiro de produtos industrializados orgânicos, cresce 25 por cento ao ano desde 2009, onde a média mundial segundo a consultoria Euromonitor é de apenas 6 por cento ao ano. Mostrando que o mercado de produtos orgânicos no país possui um grande potencial e que está ainda incipiente.

A Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura registra, anualmente, cerca de 300 mil intoxicações agudas e 5 mil óbitos de trabalhadores rurais por uso de defensivos agrícolas. Porém, são precárias as estatísticas sobre as intoxicações humanas no Brasil. A Organização Mundial da Saúde estima que, para cada caso notificado de intoxicação, haja outros 50 não notificados.

E com isso podemos destacar os três principais riscos que a utilização de agrotóxicos traz: primeiro é o risco ao agricultor, ao aplicar o produto em sua lavoura, pode sofrer com a intoxicação tanto pelas vias respiratórias quanto pela pele, segundo o risco do consumidor ao ingerir um alimento contendo agrotóxico, e terceiro o risco ao meio ambiente, pois pode ocorrer a contaminação das águas, flora e fauna.

Podemos observar que o produtor de orgânicos pode apresentar algumas vantagens em relação ao produtor convencional como por exemplo uma maior participação em associações de produtores de natureza econômica, uma menor dependência de financiamento para desenvolver suas atividades, uma maior autonomia e suficiência na produção das próprias sementes e mudas, o uso mais racional dos solos, destinação de maiores áreas para reflorestamento, ainda pode ocorrer uma melhora na capacidade de geração de renda, uma maior eficiência econômica com o aumento do valor agregado de seus produtos, uma maior autonomia financeira e a obtenção de melhores preços por seus produtos.

No Brasil não há uma continuidade dos dados oficiais sobre a agricultura orgânica, considerando que o último censo agropecuário possui dados referentes a 2006, nele verificamos que das mais de 5 milhões de propriedades agrícolas, aproximadamente 1,7% utilizam as técnicas da produção orgânica de alimentos.

Na tabela 10 temos a área destinada a agricultura e a área de manejo de produtos orgânicos – 2001 a 2013 – Segundo relatórios anuais da IFOAM, onde podemos observar que

ocorreu uma oscilação referente à área destinada a produção de orgânicos, sendo que nos últimos dois anos apresenta uma constância nos dados apresentados.

Tabela 10 - Relação área total/área orgânica

Ano	Área destinada a Agricultura (ha)	Área destinada a produtos orgânicos (ha)	Percentual destinado a Agricultura de orgânicos
2001	250.200.000	100.000	0,04%
2002	349.208.695	803.180	0,23%
2003	344.470.000	275.576	0,08%
2004	350.737.083	841.769	0,24%
2005	349.208.695	803.180	0,23%
2006	261.069.705	887.637	0,34%
2007	280.666.667	842.000	0,30%
2008	293.333.334	880.000	0,30%
2009	263.551.194	1.765.793	0,67%
2010	263.551.194	1.765.793	0,67%
2011	254.459.259	687.040	0,27%
2012	261.197.407	705.233	0,27%
2013	261.197.497	705.233	0,27%

Fonte: Elaborados com base nos relatórios Fibl - IFOAM Survey

Dados do Ministério da Agricultura indicam que a adesão de produtores brasileiros ao mercado de orgânicos aumentou, sendo que além de alimentos mais saudáveis, ainda promovem a conservação e a recomposição dos ecossistemas.

No período de janeiro de 2014 a janeiro de 2015, ainda que na conversão da lavoura do sistema convencional para o orgânico é comum o produtor sofrer com uma queda na produtividade, pois deixa de contar com as “vantagens” dos agrotóxicos e precisam esperar para receber os benefícios do manejo orgânico, houve um aumento de 6.719 para 10.194 produtores que optaram pela produção orgânica, representando um aumento de mais de 51 por cento de produtores.

O Nordeste é a região com maior número de produtores orgânicos, seguido pela região Sul com 2.865 e pela região Sudeste com 2.333 produtores orgânicos.

As vendas de alimentos e bebidas tradicionais cresceram 67 por cento nos últimos cinco anos no país, já as de alimentos orgânicos aumentaram 98 por cento no mesmo período. É um mercado que movimenta cerca de 35 bilhões de dólares ao ano no Brasil e com potencial para aumentar ainda mais.

As Unidades de Produção também tiveram um aumento significativo. Passaram de 10.064 em janeiro de 2014 para 13.323 em janeiro de 2015, ou seja, um acréscimo de 32%. Por região, o Nordeste é o que mais possui unidades de produção, com 5.228, seguido da região Sul com 3.378 e do Sudeste com 2.228. No Norte, foram contabilizadas 1.337 unidades de produção e no Centro-Oeste, 592.

A área total de produção orgânica no Brasil já chega a quase 750 mil hectares, sendo o Sudeste a região com maior área produtiva, chegando a 333 mil hectares. Em seguida, estão as regiões Norte com 158 mil hectares, a Nordeste com 118,4 mil hectares, Centro-Oeste com 101,8 mil hectares e Sul, com 37,6 mil hectares.

A distribuição das unidades produtivas certificadas, teve um crescimento de cerca de 30% de 2013 para 2014. As regiões Sul e Sudeste registraram aumento na produção primária, e são as regiões onde o número de certificações é mais representativo.

Hoje no Brasil, a Coordenação de Agroecologia, a Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Cooperativo e o Ministério da Agricultura são os responsáveis pela agricultura de orgânicos no país. Eles desenvolvem a regulamentação de orgânicos e fazem a implementação dos mecanismos de controle.

Em 2012, o país contava com 79 Organizações de Controle Social (OCSs) e quatro Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade (OPACs). Em 2013, estes números subiram para 163 OCSs e 11 OPACs.

A região Sul conta com duas certificadoras, uma OPAC e nove OCSs, que dão credibilidade a 1.896 produtores e 3.165 unidades de produção.

Já os 1.463 produtores orgânicos da região Sudeste estão distribuídos entre 41 OCS, quatro OPACs e seis certificadoras que atendem a todo o país.

A região Centro-Oeste, que conta com 247 produtores e 269 unidades de produção, possui 18 OCSs e duas OPACs.

As regiões Nordeste e Norte não possuem certificadoras, todavia, a região Norte é atendida por 14 OCSs e a Nordeste por 81 OCSs e quatro OPACs, que controlam 317 produtores na região Norte e 2.796 produtores do Nordeste brasileiro.

“Atualmente, temos mais produtores avaliados por controle social que por certificação por auditoria. A criação destes mecanismos facilitou a transição dos produtores convencionais para o modelo agroecológico, porque diminui a distância e reduz os custos de certificação”, endossa o secretário de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo, Caio Rocha.

Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Espírito Santo são os Estados que concentram mais de 70% da produção brasileira. A produção visa o abastecimento do mercado interno, principalmente com legumes e verduras, utilizando diferentes canais de comercialização (feiras, hospitais, cestas a domicílio, lojas de produtos naturais, supermercados).

Tabela 11 - Principais produtos exportados

Principais produtos orgânicos tipo exportação	
Região	Produtos
Sudeste	Café, Suco de laranja, açúcar mascavo e cristal, frutas secas e hortaliças
Sul	Soja, açúcar mascavo, erva-mate, café, hortaliças, Arroz, soja, frutas cítricas, Hortaliças, banana, maçã, kiwi e arroz
Norte	Óleo de palma, palmito, Guaraná
Nordeste	Cacau, Castanha de caju, óleo de dendê e frutas tropicais
Fonte: ARAÚJO e PAIVA (2007).	

Tabela 12 - Destaques dos produtos orgânicos processados

Principais produtos orgânicos processados	
Região	Produtos
Sudeste	Mel, compotas de frutas, café solúvel, torrado e moído, Hortaliças processadas, suco de laranja concentrado e extrato de vegetais secos
Sul	Hortaliças processadas, arroz, barra de cereal e açúcar mascavo
Norte	Mel, guaraná em pó
Nordeste	Castanha de caju e acerola
Fonte: ARAÚJO e PAIVA (2007).	

Os produtos de origem animal ainda estão sendo pouco explorados por problemas de falta de matéria-prima orgânica e legislação inadequada. O mercado de produtos orgânicos além de ser um mercado de crescimento recente também trabalha com preços superiores aos dos alimentos convencionais.

Certamente, há potencial para ser desenvolvido no Brasil. O país tem uma das regulamentações mais voltadas para ao desenvolvimento social do setor produtivo, em especial direcionado ao pequeno produtor e agricultura familiar.

O varejo vem abrindo espaço - e muito - para a expansão de marcas com apelo de saúde. Nas lojas do Walmart, terceiro maior supermercadista do Brasil, esses produtos crescem a uma taxa três vezes maior que a dos demais itens desde 2013. Por isso, a rede ampliou 10% o sortimento dessa categoria de lá para cá, segundo a revista Exame.

Em outubro de 2013 o Brasil anunciou o lançamento de um grande plano para a produção de orgânicos e a agroecologia chamado "Brasil agroecológico". Pelo menos 200.000 famílias serão beneficiadas pelo Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo) "Brasil Agroecológico".

O Objetivo do Governo Brasileiro é promover a produção de orgânicos com a Agricultura Familiar para assim aumentar seu rendimento e aumentar o suprimento de orgânicos aos lares brasileiros. É esperado que ao final de 2015, mais de 50.000 operadores receberão a certificação de produto Orgânico. Em 2013, registrou-se mais de 10.000 operadores, sendo que metade deles foram certificados por terceiros, 25% por programas de controle social e 25% por Sistemas de Garantia Participativa.

O Programa Ecoforte almeja fortalecer o Plano "Brasil Agroecológico" através do apoio à produção e ao processamento feito pelas Cooperativas, Redes e Grupos de Produtores para aumentar o acesso aos canais de mercados convencionais.

A maioria dos recursos serão disponibilizados através do Programa Nacional para o Desenvolvimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e o Plano de Manejo Agrícola e Animal. O Programa custará 175 milhões de reais, desses, 100 milhões virão do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), 50 milhões de parceiros e 25 milhões foram viabilizados como parte de um acordo entre o BNDES e CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento). O Banco do Brasil também disponibilizará 150 milhões em crédito e facilitará o processo para cooperativas selecionadas.

4.4. Agricultura Orgânica em Santa Catarina

Em Santa Catarina, como na maioria dos estados brasileiros, a Agricultura Orgânica ainda é uma atividade incipiente e com grande potencial de desenvolvimento. Para que haja um avanço econômico, social e ecológico correto, o segmento precisa se expandir como um modelo padrão de sustentabilidade para a agricultura e para o setor rural, mostrando assim a sua essência onde ocorre um menor impacto ambiental, e buscando um grande alcance social. Deste modo necessita conquistar o reconhecimento de um maior número de consumidores através de uma produção diversificada e de qualidade que saneie as demandas sociais de segurança alimentar e de saúde, e ainda trazendo em voga o respeito ao meio ambiente.

Além disso, o estado de Santa Catarina possui vantagens comparativas aos demais estados no que se refere à diversidade e à qualidade de clima e solo, à presença da mão de obra familiar em todo o seu território e à existência de centros urbanos importantes e bem distribuídos, os quais favorecem o desenvolvimento de mercados regionais. Ademais, o estado está próximo de grandes centros consumidores de outros estados e é servido por uma boa malha de transportes e comunicações.

Segundo a Comissão da produção Orgânica do Estado de Santa Catarina – CPOrg/SC, Santa Catarina possui cerca de 6,2 milhões de habitantes dos quais cerca de 16% vivem no meio rural (IBGE, 2010).

A economia agrícola do estado está baseada na pequena propriedade de agricultura familiar. Segundo o IBGE (2006), 88,4% das propriedades estão em propriedades com menos de 50 hectares e representam 40,6% da área.

Ao lado dessas tendências populacionais de aumento da população e o êxodo rural, a expectativa de aumento da renda, da melhora da qualidade de vida e dos índices de desenvolvimento humano em várias partes do mundo, especialmente em países como Brasil, China, Rússia e Índia, ocasionará grandes transformações no mercado de alimentos. Essas mudanças ocorrerão não somente no volume produzido e nos fluxos comercializados, mas também nos aspectos referentes à qualidade e diversidade dos alimentos consumidos (EPAGRI/CEPA, 2010).

Dados da Epagri mostram que, com o aumento de renda e a melhora nos níveis educacionais, crescem os cuidados dos consumidores com nutrição e saúde e, por sua vez, aumentam as exigências por alimentos de melhor qualidade.

Assim, a expectativa é de um aumento global significativo no consumo de frutas e hortaliças, de alimentos funcionais e diferenciados, de produtos com selos de procedência e de uma crescente condenação do uso de agrotóxicos na produção de alimentos.

Santa Catarina possui um perfil onde a grande maioria dos agricultores orgânicos é composta de pequenos produtores, por isso a produção voltada à exportação é quase insignificante. Segundo dados do IBGE em 2006, 3.600 famílias produziram alimentos orgânicos no estado, onde a maioria das famílias apresentavam produção para a própria subsistência e comercializam apenas o excedente.

Em 2009 o Centro de Estudos Sócio Econômicos/CEPA da EPAGRI verificou a existência de 277 agroindústrias familiares orgânicas, sendo 110 devidamente formalizadas e apenas 69 certificadas. 82 por cento eram empresas individuais.

A EPAGRI realizou levantamento em 2010 com 603 famílias de produtores orgânicos em todas as regiões do estado que tinham na comercialização de produtos orgânicos sua principal fonte de renda. As 603 propriedades pesquisadas representaram uma área total de 11.160 hectares, dos quais 3.850 hectares eram destinados à produção orgânica.

Nesse levantamento verificou-se que a região de Araranguá é a que tem maior área destinada à Agricultura Orgânica, seguida pela região de São Miguel do Oeste e a de Florianópolis.

A região mais tradicional na atividade orgânica é a de Maravilha, seguida pela de Blumenau e a de Joaçaba. A maioria com 96 por centos dos agricultores pretendem continuar produzindo orgânicos, sendo que 88 por cento pretendem investir na atividade.

Não podemos deixar de apontar que existe um grande número de famílias rurais que produzem de maneira natural, e que estão fora do mercado tradicional. São, por exemplo, os extrativistas, os quintais rurais e urbanos e os produtores de vime.

Também muitas outras necessitam de apoio e orientação para reconversão produtiva, como é o caso dos produtores de fumo, e que têm encontrado grande dificuldade de encontrar alternativas viáveis.

Santa Catarina, por apresentar a grande maioria das suas unidades agrícolas sob regime familiar, apresenta no que diz respeito à construção da Agricultura Orgânica uma característica distinta dos demais estados. Essa agricultura orgânica, de uma certa forma, está associada à agricultura familiar e aos valores da pequena propriedade.

Desta forma podemos destacar que a diversidade de cultivos, a utilização de sementes crioulas, a pouca mecanização ou a adaptação as condições locais, os poucos investimentos externos, a preocupação com os recursos naturais, a busca da valorização dos produtos regionais e do autoconsumo, entre outras características, contribuem para o crescimento e o fortalecimento da Agricultura Orgânica no estado e sua influência no cenário brasileiro.

Uma pesquisa feita em parceria com o Instituto de Planejamento e Economia Agrícola de Santa Catarina (ICEPA), constatou que os produtores orgânicos de Santa Catarina são agricultores familiares e realizam a comercialização a partir de diferentes estratégias e por distintos canais, tendo na venda direta seu maior canal de comercialização.

Esses agricultores e as organizações que os auxiliam são os responsáveis diretos na comercialização, contrariando as estratégias de multiplicação e concentração de agentes intermediários entre o processo produtivo e consumo final (ZOLDAN; KARAM, 2004).

A pesquisa também constatou que a comercialização em circuitos curtos predomina, onde prevalece a relação direta entre o agricultor e o consumidor final sendo as feiras o canal mais importante. Até quando o circuito é longo, o agricultor, mesmo que indiretamente, encontra-se envolvido no processo através das associações, cooperativas ou das entidades representativas e ONGs que prestam assessoria. (ZOLDAN; KARAM, 2004).

Quanto à eficiência econômica, os produtores orgânicos apresentam menor taxa de consumo intermediário e, conseqüentemente, maior taxa de valor agregado. Considerando-se unicamente a área explorada dos estabelecimentos, o valor agregado pela agricultura orgânica é 39,6 por cento maior que o da agricultura convencional. (ALTMANN; OTRAMARI, 2004).

Os principais fatores que contribuem para esse diferencial são a redução nos gastos com insumos e a obtenção de melhores preços para os produtos orgânicos. O preço desses produtos nos supermercados podem variar de 50 por cento a 200 por cento, indicando que há uma forte demanda para os produtos orgânicos e que o mercado na região tem uma demanda insatisfeita (ALTMANN; OTRAMARI, 2004).

Em relação às atitudes frente ao mercado, nota-se uma maior diversificação de estratégias, destacando-se a ampliação de vendas em outros municípios, a ampliação de vendas no próprio município, a produção para merenda escolar e a exportação para outros estados.

Podemos observar através das estratégias desses produtores que os mercados locais ainda podem absorver mais produtos orgânicos. Muitos produtores pretendem exportar produtos para

municípios situados fora da região e para outros estados isso indica que eles têm percepção de que a demanda não está sendo satisfeita e enxergam oportunidades de negócio.

Na percepção dos agricultores orgânicos segundo Altmann; Otramari (2004), as três principais dificuldades para desenvolver seus negócios são a falta de mão-de-obra, a falta de crédito específico e as dificuldades para comercializar a produção.

Quando mencionadas as dificuldades para comercializar a produção, estão se referindo às barreiras de acesso aos agentes varejistas, sem indicar, no entanto, que não haja demanda. A barreira que enfrentam poderiam ser minimizadas com a organização dos produtores em cooperativas ou associações, o que lhes permitiriam complementaridades e ganhos de escala.

No entanto, o grau de organização desses agricultores da Região da Grande Florianópolis pode ser considerado frágil, pois apenas 10 por cento participam de alguma cooperativa ou associação. No entanto, demonstram possuir um melhor nível de conhecimento sobre a importância da organização econômica como fator de competitividade.

Segundo (ZOLDAN; KARAM, 2004) a comercialização dos produtos orgânicos em Santa Catarina é realizada majoritariamente por seus produtores, os quais se relacionam diretamente com os dois circuitos de mercado – o curto e o longo.

No circuito curto as relações comerciais são estabelecidas entre o produtor e o consumidor, situação que ocorre principalmente nas feiras de produtos orgânicos existentes na maioria dos municípios onde há produção, na entrega de cestas/sacolas diretamente ao consumidor, bem como na venda na propriedade do agricultor.

No circuito longo o agricultor distancia-se do consumidor estabelecendo relações comerciais com diferentes agentes. Dentre eles estão estabelecimentos como os supermercados locais, os de rede regional, os hipermercados com características inter-regionais, bem como os estabelecimentos do pequeno varejo.

Além destes, comercializa-se através das associações de agricultores orgânicos, com as agroindustriais de pequeno porte que transformam a produção orgânica e também com atacadistas ou distribuidores de produtos orgânicos.

A feira é a estratégia de comercialização predominante entre os agricultores, em particular nas regiões Norte e Oeste. Cabe destacar também a relevância da comercialização na propriedade do agricultor, que se verifica com mais intensidade na região Oeste.

No caso da região Sul, a feira, embora também importante em dois dos municípios, mostra-se irrelevante em Santa Rosa de Lima. Neste município, onde se encontra a maioria dos agricultores da região, predominam as relações no circuito longo, estabelecidas com as agroindústrias locais de pequeno porte, que congregam de três a seis famílias, sendo que tanto os produtos transformados como os *in natura* eram sempre comercializados através da associação dos agricultores orgânicos locais, a AGRECO (Associação dos Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral), principal responsável pelas estratégias comerciais adotadas.

Nas regiões Norte e Oeste o circuito longo é relevante para a comercialização do grupo dos grãos (feijão e soja), através do agente atacadista/distribuidor, bem como para o grupo do leite, com a atuação das pequenas agroindústrias locais. O principal destino dos produtos orgânicos em Santa Catarina são os próprios municípios onde ocorre a produção.

A agricultura orgânica em Santa Catarina representa uma nova fronteira agrícola e, como ocorre em toda fronteira, os preços na fase inicial costumam ser bem mais elevados, estimulando novos produtores a entrar no circuito.

Quanto maior for o diferencial de preços, maior será o número de produtores que ingressarão no processo, o que provocará, por sua vez, aumentos na oferta. À medida que aumentar a produção, que um melhor domínio da tecnologia possibilitar ganhos de produtividade, a oferta se aproximará da demanda e os preços dos produtos orgânicos – atualmente sobrevalorizados - tenderão a se alinhar com os preços dos produtos convencionais.

CAPITULO V. CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS – BOX CEASA 721

5.1. Box 721: primeiro espaço exclusivo de venda de produtos orgânicos na Central de distribuição

Os canais de comercialização podem permitir uma vantagem competitiva consistente ao setor. O mercado vem vivenciando uma dinâmica onde os atores estão se reposicionando ou até se organizando, para que possam garantir sua presença no segmento onde atua, ou seja, as empresas têm interesse em estar mais próxima de seus consumidores.

Isto posto, o setor de produtos orgânicos de Santa Catarina possui um aliado para o fortalecimento do setor, o Box 721 no CEASA da grande Florianópolis, sendo que se trata de um projeto que consiste no auxílio à comercialização dos produtos oriundos da produção orgânica, e trata-se do primeiro espaço exclusivo de venda de produtos orgânicos na Central de distribuição.

O Box foi idealizado pelo Cepagro, com parceria com a UFSC (LACAF/Laboratório de Comercialização na Agricultura Familiar), e o Ministério do Desenvolvimento Agrário, a solicitação da infraestrutura foi com o objetivo de viabilizar uma Central de reunião e de distribuição de produtos orgânicos, buscando ser um facilitador da gestão operacional da comercialização e de logística do setor, fazendo com que o mercado seja melhor atendido.

O Box 721 foi inaugurado no dia 20/03/13. A verba recebida do Ministério foi para a manutenção do Box no período de 1 ano. Para esse ano os idealizadores já buscaram outras formas de apoio, como outros projetos e também estão buscando se adequando para que os preços dos produtos comercializados sejam o suficiente para que possam se manter.

O Box atenderá ao público em geral e fica aberto às segundas, quartas e sextas feiras no período da manhã. Os principais produtos comercializados serão além das variedades orgânicas de cebola, batata, feijão, maçã, morango, laranja e mini-tomate, banana, milho, caqui, abóbora, alho-poró, maracujá, batata-doce, além de sucos, doces, geleias e polpa de açaí.

As primeiras organizações que apoiaram o projeto foram: a Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Rio Tijucas e Itajaí Mirim (Coopertrento); a Associação de produtores rurais, pescueiros, e artesanais de Garopaba; a Associação Água Corrente, do município de São Bonifácio; a Associação dos Colonos Ecologistas do Vale Mampituba (Acevam); a Cooperativa Ecológica dos Agricultores Artesãos e Consumidores da Região Serrana (Ecoserra); o Instituto ECO, do município de Paulo Lopes; o Centro Motivação Ecológica Alternativas (Cemear); a Associação das Cooperativas e Associações de Produtores Rurais do Oeste de Santa Catarina (Ascooper); e a Cooperativa de Desenvolvimento Regional (Cooperfamília).

O Cepagro é a responsável pelo núcleo litoral catarinense da Rede Ecovida de Agroecologia, e por tanto todas as organizações envolvidas possuem algum vínculo com a Rede. A articulação entre essas organizações, possibilitou também o planejamento da logística de reunião e distribuição de produtos, permitindo aos produtores um acesso mais fácil ao mercado de produtos orgânicos, e sendo um facilitador entre a oferta e a demanda do setor.

O CEASA/ SC possui uma média de circulação anual de 400 mil toneladas de produtos, principalmente de hortifrutigranjeiros e frutas, e será pioneiro na cessão de um espaço exclusivo para produtos agroecológicos. Outras centrais possuem iniciativas semelhantes, porém de cunho privado, com interesses diferenciados do sistema cooperativo aqui proposto.

O objetivo principal do projeto foi se tornar um entreposto em lugar estratégico, em plena BR-101, bem próximo da entrada de Florianópolis, como uma plataforma de apoio e de estudos a comercialização de produtos orgânicos, incentivada principalmente pela necessidade de criarem uma articulação que facilite a logística e gestão operacional da comercialização, permitindo o melhor atendimento ao mercado.

Em conversas com o coordenador da Cepagro Charles Lamp, e nas reuniões ocorridas no Box, foi verificado que, o projeto é ainda bem incipiente, possui pouca experiência, mas já está auxiliando os produtores orgânicos da região, porém, ainda há o que melhorar.

As maiores dificuldades encontradas no período de funcionamento são por exemplo sobre a precificação dos produtos, em relação aos custos que o Box possui, porém que fique dentro dos pressupostos do comércio justo.

Alguns problemas foram apontados como a questão das embalagens, não há entre os produtores uma padronização, nem uma separação para o que os produtos tenham uma boa apresentação. Outro ponto apresentado é que os produtos orgânicos devem ser transportados separadamente dos produtos convencionais, e as embalagens não podem ser reutilizadas.

A fiscalização hoje é feita internamente pelos funcionários solicitando aos produtores os seus certificados de produtores orgânicos, mas também é feito pela CIDASC, de forma oficial.

Também pode ser observado que há muito potencial para o projeto pois com essa iniciativa há um fortalecimento do comércio atacadista principalmente, além do incentivo ao comércio e a produção de produtos orgânico em Santa Catarina.

O Box trabalha prioritariamente com grupos de produtores orgânicos da região da Grande Florianópolis, mas como a produção de alimentos é cíclica também busca em outros mercados regionais os produtos necessários para o abastecimento, além de incentivar os produtores a terem seus produtos expostos no CEASA, um grande facilitador de vendas.

O Box está viabilizando um controle de estoques, para ter um melhor aproveitamento dos dados e com isso possa desenvolver projetos que orientem os produtores na questão da comercialização, logística, distribuição de produtos e nicho de mercado.

CONCLUSÃO

A agricultura Orgânica tem como intuito novas relações de trabalho e de competitividade tanto para a agricultura familiar como no *agrobusiness* brasileiro, facilitando assim o estabelecimento de um novo mercado onde surgem novas estratégias e com isso mudando os padrões de consumo.

Com o presente trabalho, verificamos que os produtos orgânicos são mais do que um produto que não utilizam agrotóxicos, é um sistema que busca o equilíbrio do ecossistema e que por consequência traz maior qualidade aos produtos.

O crescimento da comercialização de orgânicos no ambiente competitivo como o atual também beneficia o setor com os novos métodos de relacionamento entre produção, processamento e comercialização. E isso, pode ser observado no projeto do Box 721 no CEASA/SC, que busca ser um ponto de referência no quesito comercialização para os produtores orgânicos principalmente de Santa Catarina.

Segundo Fonseca e Ribeiro (2003), o preço pago pelos consumidores finais, é em média 250 por cento a mais, dependendo do canal de comercialização, do que o preço pago aos produtores. Sendo assim, canais de comercialização, como o projeto Box 721, que possibilitam uma aproximação maior entre produtores e consumidores, são um importante instrumento de fortalecimento da agricultura orgânica no Brasil.

Entretanto, podemos visualizar que no Brasil, há um grande potencial de mercado para produtos orgânicos, mas que também deve ocorrer um maior incentivo por parte do governo, pois atualmente não há linha de crédito disponível incentivando o produtor a fazer a conversão de sua propriedade para que seja totalmente orgânica, e também aproveitar e retomar os debates sobre políticas públicas diferenciadas, reforma agrária, segurança alimentar e incentivo a agricultura familiar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A agricultura orgânica no Brasil- Disponível em < <http://www.ibd.com.br/> > Acesso em 10/04/2015.
- AGE. Associação de Agricultura Ecológica – Historia. [On line]. 2013. Disponível em . Acesso em 25/04/2015.
- ANSPACH, M. R. **Anatomia da vingança**. Figuras elementares da reciprocidade. São Paulo: Realizações, 2012.
- ALTIERI, Miguel. **Agroecologia**: bases científicas para uma agricultura sustentável. Guaíba: Agropecuária, 2002.
- ALTMANN, Rubens; OLTRAMARI, Ana Carla. **A agricultura orgânica na região da grande Florianópolis**: indicadores de desenvolvimento. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2004
- ARAÚJO, D. F. S.; PAIVA, M.S.D.; FILGUEIRA, J.M. . **Orgânicos**: expansão de mercado e certificação. Holos, v. 3, p. 138-149, 2007.
- ARAÚJO, RODRIGUES, BRITTO. **Dificuldade na expansão de produção e comercialização de produtos orgânicos em uma pequena associação de produtores rurais de Juazeiro –BA**. Rio de Janeiro, n. 15, p. 3-34, mar. 2002. BNDES Setorial.
- BRASIL. **Lei 10.831**. Brasília: Diário Oficial da União, 24/12/2003, acessado em 30/05/2015
- BRASIL. CONSEA. Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica PNAPO. [On line]. 2012. Disponível em < [http://www4.planalto.gov.br/consea/plenarias/ plenarias-de-2012/reuniao-dos-dias-22-e-23-de-maio/politica-nacional-deagroecologia-e-producao-organica](http://www4.planalto.gov.br/consea/plenarias/plenarias-de-2012/reuniao-dos-dias-22-e-23-de-maio/politica-nacional-deagroecologia-e-producao-organica)>. Acesso em 05/05/2015.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Cadastro Nacional dos Produtores Orgânicos. [On line]. Disponível em . Acesso em 01/06/2015.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação. Brasília. 2008.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Produtos orgânicos, sistemas participativos de garantia. Brasília, 2008.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Comissão finaliza Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. 2013. [On line]. Acesso em 01/05/2015.
- BRASIL. PNAPO. Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. [On line]. Disponível em < <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>>. Acesso em 06/05/2015.
- BUAINAIN, BATALHA. **Cadeia Produtiva de Produtos Orgânicos**. Brasília: IICA: MAPA/SPA, P.108; (Agronegócios; v. 5), 2007.
- CAMPOS, Margarida Cássia. **Agricultura Orgânica no Norte do Paraná**: alternativa as imposições do modelo hegemônico da agricultura convencional. 2004. (Mestrado em Geografia) Universidade Estadual de Londrina.

CUNHA, A.R.; CAMPOS, J.B. **O Sistema de abastecimento no Brasil**: Uma rede complexa de logística. Rev. Política Agrícola No4, Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.abracen.org.br/Artigos/ceasa.pdf>. Acessado em: 29/04/2015.

DAROLT, M. R. **Estado e característica atual da agricultura orgânica no mundo**. Revista Brasileira de Agropecuária, ano I, n.9, 2000.

DAROLT, M. R. **As Dimensões da Sustentabilidade**: Um estudo da agricultura orgânica na região metropolitana de Curitiba-PR. 2000. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná e Universidade de Paris VII, Curitiba

DAROLT, M.R. **Agricultura Orgânica**: inventando o futuro. Londrina: IAPAR, 2002. v. 1.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. **A concept of agribusiness**. Boston: Harvard University, 1957.

EHLERS, Eduardo M. **O que se entende por agricultura sustentável?** 1994. Tese (Mestrado em Ciência Ambiental) - Programa de Pós-Graduação FEA/USP, São Paulo

EMATER DF. **Participação dos agricultores familiares orgânicos e em transição agroecológica no Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) – Convenio MDS / SEAGRI-DF/EMATER-DF 2012/2013 e no Programa Nacional de Alimentação Escolar 2012**. Brasília: EMATER, 2013.

EMATER DF. **Para adquirir Produtos Orgânicos no Distrito Federal**. Brasília: EMATER, 2011.

EMATER DF. **Panorama da Agricultura Orgânica – Distrito Federal**. Brasília: EMATER, 2005.

EMBRAPA. **Circular Técnica - Sustentabilidade do manejo orgânico e convencional na produção de hortaliças do Distrito Federal**. Brasília: EMATER, 2007.

EMBRAPA. **Grupo de Agricultura Orgânica e Agroecologia da Embrapa Hortaliça – Pontos de Venda de Hortaliças Orgânicas no DF**. Brasília. 2011.

EXAME, Revista. O Brasil é o quarto maior mercado para produtos saudáveis; Aline Scherer, disponível em <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1083/noticias/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-para-produtos-saudaveis>. Acesso em 17/05/2015.

FARINA, E. M. M. Q; ZYLBERSZTAJN, D. **Competitividade e organização das cadeias agroindustriais**. Texto preparado para o IICA, 1994.

FiBI & IFOAM: The world of Organic Agriculture; on line, Disponível em: <http://www.organic-world.net/yearbook.html?L=0>. Acesso em 30/05/2015

FONSECA, M.F.; RIBEIRO, C. **Cenário mundial e problemas na certificação de produtos orgânicos**: A visão dos produtores brasileiros e das certificadoras. Pesagro, Rio de Janeiro, 2003.

FREITAS, João Carlos de. **Agricultura Sustentável**: uma análise comparativa dos fatores de produção entre Agricultura Orgânica e Agricultura Convencional. 2002. Dissertação (Mestrado em Economia) - Departamento de Economia. Universidade de Brasília, Brasília

GAO – Grupo de Agricultura Orgânica. **Construindo a certificação participativa em Rede no Brasil**: Cartilha para subsidiar as oficinas locais. Florianópolis: Grupo de Agricultura Orgânica, 2004.

GOLDBERG, R. A. **Agribusiness coordination**. Boston: Harvard University, 1968.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **Redução de margem de lucro contribui para venda de produtos orgânicos no varejo. 2013.** [On line]. Acesso em 10/04/2015.

KAGEYAMA, A. et al. (Coord.). O novo padrão agrícola brasileiro: do complexo rural aos complexos agroindustriais. In: DELGADO et. al. **Agricultura e políticas públicas.** IPEA, n.127, 1990 p. 108-225.

KARAM, Karen F.; ZOLDAN, Paulo. **Comercialização e consumo de produtos agroecológicos:** pesquisa dos locais de venda, pesquisa do consumidor – Região da Grande Florianópolis. Florianópolis: Instituto CEPA/SC. 2003

MÜLLER, G. **Agricultura e industrialização do campo no Brasil.** Revista de economia política. São Paulo, v. 6, n.2, p. 47-77, abr./jun., 1982

NEVES, M. F.; SPERS, E. E.. Agribusiness: a origem, os conceitos e tendências na Europa. In: MACHADO FILHO, C. A. P. et. al. **Agribusiness europeu.** São Paulo: Pioneira, 1996. p. 1-15.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. **Agricultura orgânica:** características básicas do seu produtor. Rev. Econ. Sociol. Rural [online]. 2006, vol.44, n.2, pp. 263-293. ISSN 1806-9479. Acessa do em 30/05/2015.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/Internet-MAPA/pagina-inicial/comunicacao/noticias>. Acesso em: 23/05/15.

NIEDERLE, P. A., DE ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Orgs.). **Agroecologia – Práticas, Mercados e Políticas para uma nova agricultura.** Brasil: Karios Edições, 2013.

OLTRAMARI, Ana C.; ZOLDAN, Paulo; ALTMANN, Rubens. **Agricultura orgânica em Santa Catarina.** Relatório Final. Florianópolis: Instituto CEPA/SC. 2003.

ORMOND, J.G.P. et. al.. **Agricultura Orgânica:** quando o passado é futuro. BNDES Setorial. Rio de Janeiro, n. 15, mar. 2002

PAVITT, K. **Sectoral patterns of technical change:** towards a taxonomy and a theory. Research policy, 13. 1984.

SABOURIN, E. **Comercialização dos produtos agrícolas e reciprocidade no Brasil.** Estudos Sociedade e Agricultura, ano 21 vol 1. Rio de Janeiro, 2013, p.5-33.

SABOURIN, E. Acesso aos mercados para a agricultura familiar do Nordeste: uma leitura pela reciprocidade. In: **Revista Econômica do Nordeste, REN.** Edição especial Agricultura familiar, 2014.

SANTOS, L.C.R. Um processo de certificação adequado à agricultura ecológica familiar no Sul do Brasil. Resumo do encontro: Qual o futuro da produção orgânica brasileira frente o comércio internacional? Campinas-SP, Julho, 2003.

SEBRAE. Diagnostico de identificação das necessidades tecnológicas da cadeia produtiva de agricultura orgânica no DF – Relatório de Pesquisa Exploratória. 2005.

SCHULTZ, Glauco. As cadeias produtivas de alimentos orgânicos do município de Porto Alegre- RS frente à evolução das demandas do mercado: Lógica de Produção e/ou de Distribuição. 2001. Dissertação (Mestrado em Agronegócios), CEPAN – UFRGS, Porto Alegre, 2001.

VEIGA, José Eli da. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: HUCITEC, 1991.

VIEIRA, L. M. **Análise da cultura da mandioca.** Disponível em: <http://www.icepa.com.br>. Acesso dia: 30/04/2015.

WEDEKIN, I.; CASTRO, P. R. Gestão do agribusiness na perspectiva 21. In: PINAZZA, L. A. ALIMANDRO, R. (org.). **Reestruturação do agribusiness brasileiro.** Rio de Janeiro: Abag/Agroanalysis/FGV, 1999. p. 111-135.

ZOLDAN, Paulo & KARAM, Karen F. **Estudo da dinâmica da comercialização de produtos orgânicos em Santa Catarina.** Florianópolis: Instituto CEPA/SC, 2004.

ZYLBERSZTAJN, D. Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (org.). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares.** São Paulo: Pioneira, 2000 (b). p.1-21.

ZYLBERSZTAJN, D. Economia das organizações. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (org.). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares.** São Paulo: Pioneira, 2000 (a).