

Fatores motivacionais para a produção de produtos orgânicos no Brasil

Motivating factors for the production of organic goods in Brazil

Resumo

Nos últimos anos, no Brasil, as pessoas passaram a se conscientizar cada vez mais e a aderir ao consumo de produtos orgânicos. Este consumo somente poderá se consolidar se houver oferta suficiente desses bens e uma conseqüente queda de preços. O objetivo deste trabalho é analisar a motivação que leva a produzir bens orgânicos, quais são os desafios e as perspectivas deste mercado no Brasil; O trabalho vai tentar entender o que leva um produtor a entrar num nicho ainda não totalmente estabelecido e com diversos desafios a ser superados. O estudo é de caráter exploratório e as fontes utilizadas para a sua realização são documentais. Foram realizadas também entrevistas semi-estruturadas com diversos produtores de bens orgânicos. Os resultados mostram que, assim como os consumidores, os produtores são altamente conscientes e começam a produzir bens orgânicos muito mais por acreditar numa filosofia de vida, do que por buscar uma maior possibilidade de obtenção de lucros.

Abstract

In recent years, in Brazil, people have become increasingly aware and they adhere to the consumption of organic products. This consumption can only be consolidated if there is sufficient supply of these goods and there is also a consequent fall in their prices. The objective of this work is to analyze the motivation that lead producers to produce organic goods, what are the challenges and prospects of this market in Brazil, in order to understand what makes a producer to enter in a niche not yet fully established and with many challenges to be overcome. The sources used for this study are documentary and bibliographical and it was also carried out semi-structured interviews with several producers of organic goods. The results show that, as consumers, producers are highly aware and begin to produce organic goods much to believe in a philosophy of life, than to seek greater opportunity to profit.

1. Introdução e Objetivos

Durante muitos anos, a humanidade esteve preocupada se iria ou não se alimentar. É certo que em muitos países do planeta, ainda hoje isso é uma realidade, mas cada vez mais a preocupação é com o que vamos comer. Problemas de saúde causados pela alimentação errada, como a obesidade infantil, a cultura do *fast-food* sendo atacada em documentários e reportagens, a difusão de ciências como a nutrição e a nutrologia, o culto ao corpo e a preservação do meio ambiente são fenômenos de massa que formam um conjunto de preocupações e despertam para a seguinte pergunta: qual a alternativa de consumo que pode ser saudável, mais nutritiva, sem os perigos dos agrotóxicos e que não afeta de maneira tão agressiva o meio ambiente? Essa pergunta, ou pelo menos parte dela começou a ser elaborada nos anos 60, com a publicação de publicação do livro “Primavera Silenciosa”, de Rachel Carson, que foi um dos estopins para o aparecimento do atual ambientalismo. Na publicação, a autora explicava os malefícios da utilização de pesticidas. A partir daquele momento, houve um significativo crescimento no interesse público e acadêmico a respeito da questão ambiental, paralelamente ao surgimento de legislações ambientais mais rigorosas em todo o mundo (ALPERSTEDT; QUINTELLA; SOUZA, 2010).

As inovações no campo da agricultura, até então, apenas levavam em conta como produzir cada vez mais, sem se preocupar com as externalidades negativas que pudessem vir a causar às pessoas e ao meio ambiente. O objetivo principal deste artigo é analisar as motivações que levam os produtores a produzir bens orgânicos, no Brasil, nos dias atuais e quais são as perspectivas e desafios desse mercado no país.

1.1. A ruptura na agricultura

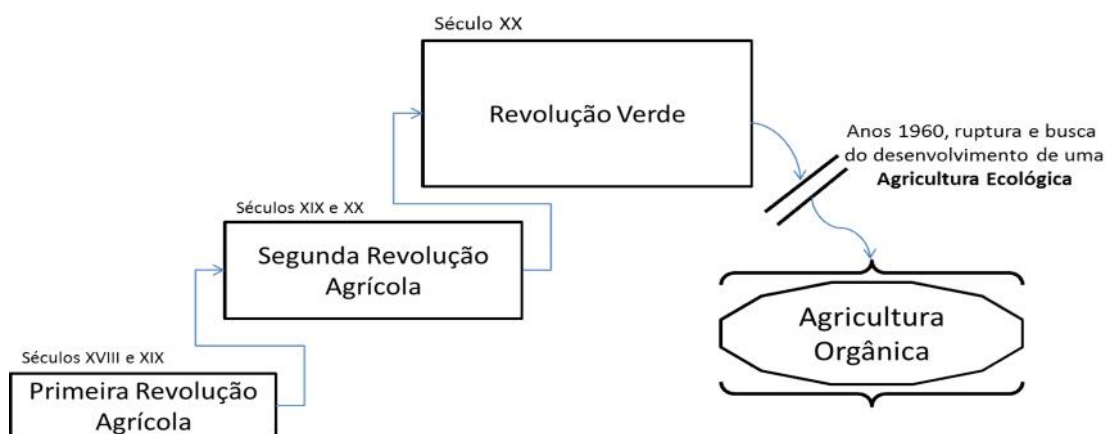
A Primeira Revolução Agrícola dos séculos XVIII e XIX foi marcada pela aproximação da agricultura e pecuária em varias regiões da Europa, iniciando uma nova fase na produção de alimentos, que teve um papel fundamental para o fim da escassez de alimentos (VEIGA, 1991). A Segunda Revolução Agrícola, em meados do século XIX foi marcada por avanços tecnológicos que levaram a melhora genética das plantas, marcou o início da introdução de fertilizantes químicos e da utilização de motores a combustão, em detrimento da utilização da força animal. Esses processos mecânicos ligados à utilização da adubação química, revolucionaram a produção, pois produtores não mais necessitavam de terras para a obtenção de forragem para animais, que até esta fase eram responsáveis por

esterco e tração (VAN BATH, 1976), além disso não havia mais uma necessidade de rotação de culturas, graças ao avanço nos estudos relacionados à área agrícola.

O pós-guerra trouxe um avanço da ciência química, o que revolucionou o campo dos fertilizantes e dos agrotóxicos. Esses avanços, aliados à intensiva moto-mecanização e à evolução dos estudos na área genética, culminaram com a chamada Revolução Verde, na década de setenta (EHLERS, 1994).

A agricultura, até o início dos anos 1960, apenas pautava-se pela incumbência de produzir cada vez mais e a custos cada vez mais baixos sem que essa ordem fosse contestada com muita veemência. A publicação do livro “Primavera Silenciosa”, de Rachel Carson, no ano de 1962, discute o uso de inseticidas e abre um debate sobre formas alternativas de produção agrícola. As discussões sobre formas alternativas de produção desencadeia, já no início dos anos setenta, em plena Revolução Verde, o início de movimentos alternativos focados para o desenvolvimento de uma agricultura ecológica.

Figura 1: A Evolução da Agricultura e a ruptura para a Agricultura Ecológica



Fonte: adaptada pelos autores, a partir de EHLERS (1994).

A figura 1 apresenta a evolução dessas mudanças em termos históricos.

1.2. A agricultura orgânica

Uma das evertentes que surgiram através do desenvolvimento dos movimentos alternativos foi a chamada Agricultura Orgânica. Entre 1925 e 1930, um pesquisador inglês, Sir Albert Howard, realizou estudos sobre a compostagem e adubação orgânica na Índia. Duas de suas obras *Manufacture of Humus by Indore Process* (1935) e *An Agricultural Testament* (1940) são das mais relevantes para pesquisadores e praticantes do modelo orgânico

(YOUNGBERG, 1984), apesar da péssima recepção que receberam, quando de sua publicação. As obras de Howard ressaltavam a importância da utilização da matéria orgânica nos processos produtivos e que o solo não é apenas um conjunto de substâncias, pois nele há uma série de processos vivos e dinâmicos essenciais a saúde das plantas.

O mais importante seguidor de Howard foi J. I. Rodale. Ele aplicou os ensinamentos motivado pela convicção de que alimentos produzidos de maneira orgânica eram mais adequados a saúde humana. Em 1940, Rodale comprou uma fazenda nos EUA. no estado da Pensilvânia passando a produzir alimentos segundo os preceitos de Howard. Apesar do entusiasmo o projeto acabou não tendo o êxito esperado. Somente a partir dos anos sessenta, graças ao início do atual ambientalismo, esta vertente de produção agrícola se ampliou (BELASCO 1990; VEIGA 1991), tornando-se um sucesso em termos de empreendimento comercial.

Na visão de Cidade (1996), o ambientalismo desta época é egresso do ecologismo, mas procura equalizar o conflito entre crescimento econômico e preservação ambiental. A Agricultura Orgânica não significa ausência de tecnologia ou retorno ao passado, assim, o uso de técnicas modernas desenvolvidas para o sucesso econômico também são aceitas pelas entidades que certificam os produtos como sendo orgânicos.

O reconhecimento da importância da Agricultura Orgânica pode ser atestado pelo reconhecimento e definição do que seria esse modo de produção pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, 2013), em 1984, que formou um conceito bem definido do que é essa atividade e, que praticamente não foi mudado até hoje. Na Europa da década de oitenta, a partir de incentivos por parte do governo da Suécia, Dinamarca e Alemanha, para conversão de sistemas de produção convencionais para orgânicos, o emprego das práticas agrícolas alternativas ganharam força e respeito. Os consumidores por sua vez, mudaram sua percepção acerca de qualidade e segurança dos alimentos o que originou novas dimensões de qualidade para os alimentos no final do século XX.

Na Tabela 1, podemos ver a evolução no número de produtores em uma amostra com os 20 países da Europa que possuíam o maior número de produtores de alimentos orgânicos, no ano de 2011. Alguns dados importantes podem ser encontrados na amostra. Dentre eles, pode-se verificar, que o número de produtores orgânicos quase dobrou, no período de 2002 a 2011. Outra constatação é que no início do período de apuração, alguns países que quase não produziam orgânicos, aumentaram em muitas vezes o número de produtores desse tipo de atividade.

Tabela 1 : Os 20 países da Europa com maior número de produtores orgânicos (2002-2011)

País/Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Alemanha	15.626	16.476	16.603	17.020	17.557	18.703	19.813	21.047	21.942	22.506
Áustria	18.576	19.144	19.826	20.391	20.162	19.922	20.089	21.000	22.132	21.575
Dinamarca	3.714	3.510	3.166	3.036	2.794	2.841	2.753	2.694	2.677	2.677
Eslovênia	1.150	1.125	1.590	1.718	1.953	2.000	2.067	2.096	2.218	2.363
Espanha	16.521	17.028	16.013	15.693	17.214	18.226	21.291	25.291	27.877	32.195
Estônia	583	766	810	1.013	1.173	1.211	1.259	1.277	1.356	1.431
Finlândia	5.071	4.983	4.887	4.359	3.966	3.971	3.991	4.087	4.022	4.114
França	11.177	11.359	11.059	11.402	11.640	11.978	13.298	16.446	20.604	23.135
Grécia	6.299	6.642	9.002	14.614	23.900	23.769	24.057	23.665	21.274	21.274
Holanda	1.560	1.522	1.469	1.468	1.448	1.465	1.473	1.488	1.554	1.672
Hungria	1.116	1.255	1.731	1.553	1.553	1.389	1.614	1.617	1.577	1.433
Itália	51.118	43.928	36.955	44.860	45.115	45.221	44.371	42.925	41.807	42.041
Letônia	352	550	1.043	2.873	4.105	4.108	4.203	4.016	3.593	3.484
Lituânia	393	1.811	1.811	1.811	2.348	2.348	2.797	2.652	2.623	2.623
Polônia	1.977	1.977	3.760	7.182	9.187	11.887	14.888	17.092	20.578	23.430
Portugal	1.093	1.196	1.250	1.479	1.550	1.949	1.902	1.651	2.434	2.603
Reino Unido	4.104	4.012	4.321	4.263	4.639	5.506	5.383	5.156	4.949	4.650
Rep. Tcheca	721	810	836	829	963	1.318	1.834	2.689	3.517	3.904
Romênia	0	0	1.200	2.920	3.033	2.238	2.775	3.078	2.986	9.471
Suécia	3.530	4.294	3.138	2.951	2.380	2.848	3.686	4.816	5.208	5.508

Fonte: WILLER; LERNOUD; KILCHER (2013).

Apenas a Itália e a Finlândia tiveram uma redução no número de produtores. A Itália, perdeu, no período, aproximadamente 18% de seus produtores, porém, como podemos verificar na tabela 2, o total de hectares plantados manteve-se praticamente estável. A Finlândia, em 2002, tinha 5071 produtores, contra 4114 em 2011. Uma variação negativa de 19%, mas houve um aumento da área plantada de 22%.

Se a porcentagem total de aumento de produtores foi de 74%, na área plantada total foi de 123%. Esses números refletem a nova posição de médios e grandes produtores, que também vêm aderindo ao movimento de produção orgânica na Europa. A Espanha tornou-se o país com a maior área plantada em 2011, com 1.621.898. Outro destaque desta amostra é a Polônia, que passou de 22.000 hectares, em 2010, para 609.412 ha em 2011; uma variação de 2668% no período.

Tabela 2: Os 20 países da Europa com maior área plantada de orgânicos em milhares de hectares (2002-2011)

País/Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Alemanha	697,0	734,0	767,9	807,4	825,5	865,4	907,8	947,1	990,7	1.015,6
Áustria	425,3	448,0	460,8	479,8	477,8	482,3	492,6	518,8	543,6	542,5
Bélgica	29,1	24,0	23,7	23,0	29,3	32,6	35,7	41,5	49,0	59,2
Dinamarca	174,3	165,1	154,9	134,1	138,1	142,8	150,1	156,4	162,9	162,2
Espanha	510,8	544,8	561,5	622,7	736,9	804,9	1.129,9	1.330,8	1.456,7	1.621,9
Estônia	30,5	40,9	46,0	59,7	72,9	79,5	87,3	95,2	113,0	133,8
Finlândia	156,7	160,0	162,0	147,6	144,7	148,8	150,4	166,2	169,2	188,2
França	518,0	551,0	534,0	550,5	552,8	557,1	583,8	677,5	845,4	975,1
Grécia	77,1	244,5	249,5	288,7	302,3	279,9	317,8	326,3	309,8	309,8
Hungria	103,7	116,5	133,0	128,6	122,8	122,3	122,8	140,3	127,6	124,4
Itália	1.168,2	1.052,0	954,4	1.069,5	1.148,2	1.150,3	1.002,4	1.106,7	1.113,7	1.096,9
Letônia	16,9	24,4	43,9	104,2	150,0	150,5	161,6	160,2	166,3	184,1
Lituânia	8,8	23,3	36,9	64,5	96,7	120,4	122,2	129,1	143,6	152,3
Polônia	53,5	76,3	82,7	159,7	228,0	285,9	313,9	367,0	522,0	609,4
Portugal	91,0	120,7	169,9	211,5	214,2	229,7	211,1	151,5	201,1	200,2
Reino Unido	724,5	695,6	690,3	613,0	605,7	682,2	737,6	721,7	699,7	638,5
Rep. Tcheca	235,2	255,0	263,3	255,0	281,5	312,9	341,6	398,4	448,2	460,5
Romênia	43,6	56,8	73,3	92,8	107,6	131,4	140,1	168,3	182,7	229,9
Eslováquia	50,0	50,0	51,2	90,2	120,4	117,9	140,8	145,5	174,5	166,7
Suécia	214,2	227,8	222,1	222,7	225,4	308,3	336,4	391,5	438,9	480,2

Fonte: WILLER; LERNOUD; KILCHER (2013).

Os primeiros movimentos em favor do sistema de produção de orgânicos pouco estão relacionados com a atual agricultura orgânica de hoje (ORMOND *et al.*, 2002). Inicialmente, não havia padrões, regulamentos ou interesse em questões ambientais e de segurança alimentar. Para a comprovação de que os produtos seguem padrões de manejo e se encaixam nas normas vigentes, produtores e consumidores se apoiam na figura de entidades que certificam os produtos. Essas certificações seguem as normas governamentais, como por exemplo, a da União Européia, que foi uma das primeiras legislações que apareceram (ALBERSMEIER; SCHULZE; SPILLER, 2009), em 1991, e a dos Estados Unidos, que definiram o que era orgânico em 1984 e regulamentaram a produção em 2000 (USDA 2013). No entanto, a certificação orgânica é principalmente uma certificação de processos produtivos principais (exceto armazenagem e transporte) e não do produto (BONAPACE, 2001). Os produtos comercializados, por exemplo, nos

Estados Unidos, que utilizam o selo USDA ORGANIC são definidos como (USDA, 2013, p. 01):

“... alimentos e outros produtos agrícolas que foram produzidos por métodos aprovados, que integram um modo cultural, biológico e mecânico, que promovem o balanço ecológico e conservam a biodiversidade”.

1.3. O Brasil e a produção de produtos orgânicos

Os produtos orgânicos no Brasil começaram a aparecer como forma de consumo alternativo na década de 90 (GUIVANT, 2003). Ofertados em grandes redes de supermercados e lojas especializadas, a partir do final da década de 90, antes os produtos eram comercializados diretamente aos consumidores finais por produtores que não usavam defensivos e adubos sintéticos, geralmente produzidos em pequenas propriedades. A consciência acerca dos males causados para a saúde pelos produtos químicos, embarcada na Revolução Verde, era conhecida, mas as grandes cadeias de distribuição e os grandes centros não contavam com oferta de produtos orgânicos (ORMOND *et al.*, 2002). A partir da introdução nesses grandes centros a produção e distribuição de orgânicos vem crescendo de ano para ano. Em 1999, o Brasil contava 1200 produtores (WILLER; YUSSEFI, 2000) e, catorze anos depois, em 2013 conta com 14437 produtores (WILLER; LERNOUD; KILCHER, 2013), ou seja, nesse período, o aumento no número de produtores teve um aumento de 1200%.

Não foi apenas o número de produtores que teve um aumento nesses anos, a área destinada a produção de orgânicos, nesse período também cresceu, mas não com a mesma intensidade. Em 1999, o Brasil contava com 100.000 hectares de área plantada, em 2013, a quantidade de terras destinada a agricultura orgânica é de 687.000 hectares (WILLER; YUSSEFI, 2000; WILLER; LERNOUD; KILCHER, 2013).

1.4. Os consumidores de produtos orgânicos

O desafio do cuidado com o meio ambiente é uma das questões centrais do século XXI, como demonstraram diversas pesquisas. Os alimentos orgânicos representam parte desta preocupação, além de integrar interesses com a saúde do consumidor e qualidade do alimento (KRYSTALLISE; CHRYSOHOIDIS, 2005).

O comportamento do consumidor de alimentos está diretamente ligado à sua cultura, à sua família, ao seu ambiente e também à sua realidade econômica (HOPPE *et al.*, 2010).

Para os consumidores de produtos orgânicos, eles representam muito mais do que um simples alimento ou, a sua função fisiológica simples (PEROSA *et al.*, 2009). Os produtos fazem parte até mesmo de uma filosofia de vida para alguns grupos de indivíduos e, o

quanto ele representa, depende diretamente dessa ou aquela vertente a qual estão envolvidos.

O comportamento do consumidor de produtos orgânicos no Brasil começou a ser estudado com maior intensidade, a partir dos anos 2000. Esses estudos apontam como fatores decisivos para a compra e consumo de produtos orgânicos questões relacionadas à saúde, o cuidado com o meio ambiente, além da segurança dos alimentos e do sabor (PEROSA *et al.*, 2009).

1.5. Certificação

A certificação é uma garantia de que o produto está dentro do padrão definido pelo governo do país, de que ele é orgânico. Além disso, no caso do Brasil, a lei só permite que os produtos sejam vendidos entre empresas, se possuírem essa certificação. As definições estão regulamentadas pela Instrução Normativa nº 46, de 06 de outubro de 2011. Ela estabelece os sistemas orgânicos de produção animal e vegetal, bem como as listas de substâncias permitidas para uso nos sistemas orgânicos (MAPA 2013a). Nela também encontramos a regulamentação dos certificadores, que é quem verifica e atesta que produtos ou estabelecimentos produtores ou comerciais atendem ao disposto no regulamento da produção orgânica. A empresa não pode ter vínculo com os produtores e deve ser cadastrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), além de ser credenciada pelo Inmetro.

Os produtores não são obrigados a obter a certificação no Brasil. Eles podem se organizar em grupo e se cadastrar junto ao MAPA para realizar a venda direta. Nesse caso, não há como vender para terceiros, só em feiras livres (direto ao consumidor) e para as compras do governo.

Os países podem ter diferenças em suas definições do que é ou não orgânico, assim o Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, estabelece, no Brasil, algumas regras para produtos de exportação e produtos importados. No caso dos produtos de exportação que atendam a legislação do país destino, mas que porventura sejam diferentes, na utilização de substâncias ou mesmo no manejo que sejam proibidos na lei brasileira, estes produtos não poderão ser comercializados internamente no país. Para serem comercializados no Brasil como orgânicos, os produtos importados deverão estar de acordo com a regulamentação do país para produção orgânica. Para a comprovação eles precisam possuir certificação concedida por organismo de avaliação credenciado junto ao MAPA ou ser provenientes de

países que possuam acordos de equivalência ou de reconhecimento mútuo de sistemas de avaliação da conformidade orgânica com o Brasil(MAPA 2013b).

2. Metodologia

O método de pesquisa adotado por este artigo consistiu na elaboração de um estudo qualitativo exploratório, com base na análise documental de referências bibliográficas, materiais de *websites* e relatórios de pesquisa, complementado pela aplicação de entrevistas presenciais, baseadas em questionários semi-estruturados. A preocupação em estudos qualitativos é responder a pergunta “O que está acontecendo aqui?” (GIBBS, 2009), e esta é exatamente a proposta desta pesquisa. O foco principal é fornecer uma descrição dos processos estudados, enfatizado a estratégia adotada pelas organizações e os produtores. Para a escolha e definição da população do estudo, foram adotados os critérios: empresa brasileira (sede no Brasil), possuir certificação orgânica, ter mais de 2 anos na atividade.

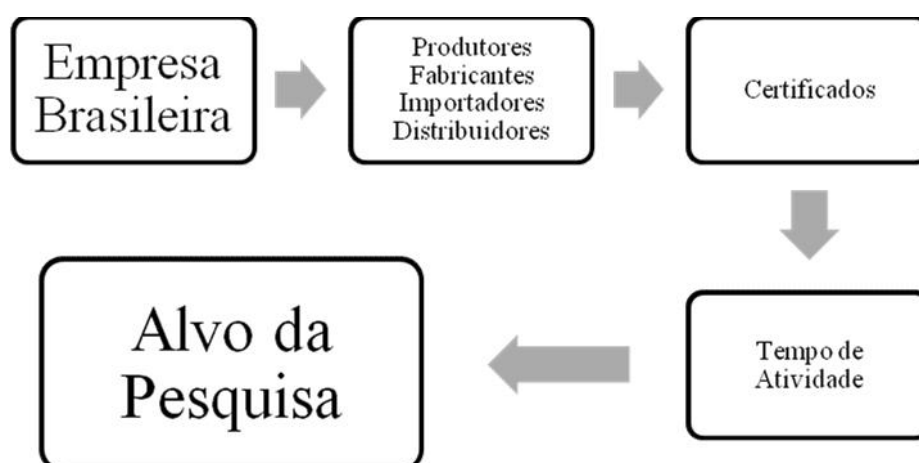


Figura 2: Critérios para escolha da amostra.
Fonte: Elaborada pelos autores.

Numa pesquisa qualitativa, de acordo com Vieira (2008, p. 99), “o pesquisador busca basicamente levantar as opiniões,...dos participantes da pesquisa” e foi isso que procurou se fazer neste estudo.

Para a seleção das empresas alvo da pesquisa, foi utilizada a relação de expositores que estariam presentes a BioBrazil Fair, realizada em abril de 2012, no Pavilhão do Ibirapuera, em São Paulo. Este evento reúne, anualmente, os principais produtores, fabricantes, distribuidores e importadores de produtos orgânicos do Brasil. Dentre os participantes, foi identificada a presença de 18 empresas, que se enquadravam nos critérios, das quais 16

concordaram em participar desta pesquisa, tendo sido entrevistadas pessoas que atuam no comando gerencial destas organizações e com conhecimento sobre todas as suas atividades. As entrevistas duraram em torno de 20 a 30 minutos. Foram fornecidos pelos expositores também alguns materiais com informações sobre as empresas.

No Brasil temos a operação de diversos setores da cadeia produtiva na área de bens orgânicos, seja como produtor, importador ou distribuidor. A Figura 3 mostra a representatividade da amostra, que foi dividida em duas grandes famílias: produtos *in natura*, ou seja, produtos que são comercializados basicamente como são colhidos, sem nenhum método de processamento, a não ser embalagem e, produtos processados. Estes produtos representam toda uma variedade de bens, que passam por etapas de processamento após a colheita, para a elaboração do produto final. Nesta categoria estão contemplados desde sucos de frutas, chás e mel até vinhos, fertilizantes e fraldas.

Figura 3: Categorias de Produtos Orgânicos: *in natura* e processados

<p>Produtos Orgânicos <i>in Natura</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frutas • Verduras • Legumes • Quinoa • Grãos • Mudas Orgânicas • Carne de porco • Frango
<p>Produtos Orgânicos Processados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Farinha • Pães • Doces • Açaí Polpa • Açaí Pó • Geléia • Banana Passa • Barrinha de Frutas • Temperos • Achocolatados • Açúcar • Polpas • Óleos • Mel • Fertilizantes • Sucos • Vinhos • Espumantes • Chás • Madeira • Néctar de Fruta • Fraldas

Fonte: elaborada pelos autores.

3. Resultados e discussão

Metade dos entrevistados afirmou que entrou nesse negócio em função de uma escolha de filosofia de vida, dois deles para agregar valor aos seus produtos, uma vez que, normalmente, os bens orgânicos, em média, alcançam preços de venda 30% maiores que os preços de bens similares não orgânicos, apesar dos custos de produção desse tipo de bens ser algo, em torno, de 20% mais altos do que o dos produtos convencionais; e 6 deles porque achou que a produção de orgânicos poderia abrir as portas para outros nichos de mercado e também para a possibilidade de exportações.

Todos os entrevistados acreditam que os produtos orgânicos são melhores para a saúde e para a qualidade de vida que os produtos normais, mas mais de um terço desses produtores têm problemas com os fornecedores de matérias-primas. Principalmente os produtores de bens processados. A maioria deles vende seus produtos em vários canais de distribuição como lojas, redes de supermercados, internet, etc.

Devemos considerar que, na produção, 10 deles empregam até 50 funcionários, 3 empregam entre 51 e 200 e 3 empregam mais do que 200 funcionários.

Em relação ao faturamento médio anual, 7 deles preferiram não informar (alegaram que não sabiam nada sobre isso), 3 deles recebem têm um faturamento até 500 mil reais, 2 entre 501 mil e 1,2 milhões de reais e 4 dos produtores entrevistados têm um faturamento anual maior do que 1,2 milhões de reais. Considerando o lucro médio, 7 produtores responderam: o produtor de sucos, vinhos e espumantes afirmou que seu lucro médio gira em torno de 10%, o de geléias e chás 15%, o de frutas, polpas e sucos 17%, o de frutas, legumes e grãos 21%, o distribuidor de quinoa 30%, o produtor de mel e própolis 35% e o distribuidor de polpa de açaí 38%.

Todos são bastante otimistas e acreditam que há muita expectativa de crescimento das vendas nesse mercado, no Brasil, em função, principalmente, do aumento da consciência e do conhecimento dos brasileiros em relação à qualidade e propriedades dos bens orgânicos, da queda relativa do preço desses produtos no mercado e do aumento de renda da população, predominantemente da classe D, que, em parte, migrou para a classe C e que vem se tornando cada vez mais exigente em termos de qualidade dos produtos que consome.

4. Conclusões

É importante destacar que todos os produtores acreditam na qualidade do produto que vendem, consumindo, inclusive, esses bens em suas próprias residências. A maioria deles passou a produzir orgânicos a partir da década de 90, quando as preocupações com o meio ambiente e com a qualidade de vida se amplificaram em termos mundiais. Para todos eles, a qualidade e a credibilidade dos produtos vendidos é fundamental. Muitas vezes, eles têm um aumento significativo nos custos de produção, porque precisam garantir a idoneidade das matérias-primas utilizadas. Aliás, esse é um dos problemas levantados por todos os entrevistados de bens processados: é muito difícil, ainda hoje, no Brasil, trabalhar com os fornecedores de matérias-primas para a produção de orgânicos. Esse é um dos gargalos que precisaria ser resolvido no médio e longo prazos para que se possa ampliar a produção.

Como já foi dito anteriormente, praticamente todos eles entraram nesse negócio em função de uma filosofia de vida, e estão preocupados em fornecer o melhor produto possível para os consumidores. Foi constatado na pesquisa, como já apontava parte da bibliografia consultada, que para esses produtores, não é só o lucro o que importa, como ocorre na maior parte dos negócios tradicionais. Eles levam em consideração outros valores, difíceis de ser mensurados, ligados à religiosidade, em alguns casos, mas principalmente relacionados com o respeito à natureza e aos consumidores.

5. Referências

ALBERSMEIER F; SCHULZE H; SPILLER A. Evaluation and reliability of the organic certification system: perceptions by farmers in Latin America. Sustainable Development, v. 17, n. 5, p. 311-324, September 2009.

ALPERSTEDT, R.; QUINTELLA, R.H.; SOUZA, L.R. Estratégia de gestão ambiental e seus fatores determinantes: uma análise institucional. RAE- Revista de Administração de Empresas, v. 50, n. 2, p. 170-186, abril/jun. 2012.

BELASCO, W. J. Appetite for Change: How the Counterculture Took on the Food Industry. New York: Pantheon, 1990.

BONAPACE, U. I valori della ruralità nel mondo attuale. Milano:TCI – Touring Club Italiano: 2001.

CIDADE, L.C.F. A questão ambiental urbana: perspectivas de análise. In: Encontro Nacional da Anpur, 06, 1996, Brasília: Anpur, p. 290-301, 1996.

EHLERS, E. M. **O que se entende por agricultura sustentável?** Dissertação de Mestrado em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

GIBBS, G. **Análise de Dados Qualitativos**. São Paulo: Artmed Editora, 2009.

GUIVANT, J. S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip**. *Ambiente e Sociedade*, v.6, n.2, p. 63-81, jul./dez. 2003.

HADWIGER, Don F. (ed.). **The New Politics of Food**. Lexington:Lexington Books, 1978.

HOPPE, A. *et al.* **Comportamento do consumidor de Produtos Orgânicos: uma aplicação da Teoria do Comportamento Planejado**. In: Encontro da ANPAD, 34, Rio de Janeiro, 2010.

KRYSTALLIS, A.; CHRYSOHOIDIS, G. **Consumer's willingness to pay for organic food: Factors that affect it and variation per organic product type**. *British Food Journal*, v. 107, n. 5, p.320-343, mai./2005.

MAPAa- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO.

Instrução Normativa No. 46. Disponível em:

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Organicos/Legislacao/Nacional/Instrucao_Normativa_n_0_046_de_06-10-2011.pdf . Acesso em: 15 maio 2013

MAPAb- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO.

Decreto no. 6.323. Disponível em:

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Organicos/Legislacao/Nacional/Decreto_n_06_323_de_27-12-2007.pdf. Acesso em: 15 maio 2013.

ORMOND, J.G.P.; PAULA, S.R.L. de; FAVERET FILHO, P.; ROCHA, L.T.M. da. **Agricultura orgânica: quando o passado é futuro**. Rio de Janeiro: BNDES Setorial, n. 15, p. 3-34, 2002

PEROSA, J.M.Y. et al **O estímulo local e o consumo de produtos orgânicos em Botucatu, S.P**. *Revista de Estudos Sociais*, v. 02, n. 22, p. 59-77, 2009.

USDA- United State Department of Agriculture. **National Organic Program**. Disponível em: <http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/nop>. Acesso em 14/04/2013. Acesso em: 15 maio 2013.

VAN BATH, B.H. Slicher. **The agrarian history of Western Europe**. Londres: Arnold, 1963.

VEIGA, J. E. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica.** São Paulo: Hucitec/Editora da USP, 1991.

VIEIRA, S. **Como escrever uma tese.** 6ª. Ed..São Paulo: Atlas, 2008.

WILLER H.; LERNOUD J.; KILCHER L. (Eds.). **The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends.** Research Institute of Organic Agriculture (FiBL). Bonn: Frick and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), 2013.

WILLER, H.; YUSSEFI, M. **Ökologische Agrarkultur weltweit - Organic Agriculture World-Wide. Statistiken und Perspektiven - Statistics and Perspectives.** Dürkeim: Stiftung Ökologie & Landbau / Foundation Ecology & Agriculture (SOEL), 2000.

YOUNGBERG, G. **Alternative Agriculturists: Ideology, Politics and Prospects.** In: HARDWAY; WILLIAN. **The new politics of food.** Toronto: Llexicogton Books, 1984.