

MOTIVAÇÕES PARA A CERTIFICAÇÃO NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO ESTADO DE SANTA CATARINA

Luiz Carlos Carvalho Júnior*
Priscila Hauffe**

40

Resumo: Esta pesquisa teve como objetivo analisar as vantagens obtidas por estabelecimentos produtores com a produção orgânica e a certificação desses produtos no estado de Santa Catarina. Para tal foi aplicado um questionário em oito empresas possuidoras de certificados para se identificar as suas motivações e os resultados alcançados. Um segundo questionário foi respondido por noventa e três consumidores com o intuito de verificar a importância da certificação na sua decisão de compra de produtos orgânicos. Foi constatado que a certificação proporciona maior confiança para o consumidor de que o produto adquirido foi feito a partir do método orgânico, trazendo para a empresa maiores demanda e margem de lucro. Evidenciou-se também que a redução da diferença de preço entre o produto orgânico e o convencional tende a acarretar uma expansão da demanda do primeiro.

Palavras-chave: Certificação, Produtos orgânicos, Segurança alimentar.

Abstract: This research aimed to examine the advantages obtained from manufacturing establishments with organic production and certification of these products in the State of Santa Catarina. For this purpose, a questionnaire was applied in eight certificated companies to identify their motivations and achievements. A second questionnaire was applied with by ninety-three consumers to verify the importance of certification in their decision to buy organic products. It was found that the certification provides greater confidence to the consumer that the product purchased was made from the organic method, bringing to the company more demand and profit margin. It also observed that reducing the price difference between organic and conventional products tends to lead to an expansion of first demand.

Keywords: Certification, Organic products, Food security.

Introdução

A preocupação com o meio em que se vive, bem como a indagação de como será o planeta nas gerações seguintes, são questões constantemente discutidas em nível mundial. A busca por formas alternativas de produção é uma das maneiras encontradas para um desenvolvimento sustentável. A agricultura orgânica surge como uma forma alternativa de cultivo que preserva o meio ambiente, assegurando uma vida digna e economicamente viável aos agricultores.

Agricultura orgânica pode ser definida como um conjunto de atividades agrícolas nas quais parte-se do pressuposto de que a fertilidade é função exclusiva dos organismos já existentes no solo, ou seja, a agricultura orgânica exclui a utilização de fertilizantes, pesticidas, fungicidas ou qualquer outro produto que foi produzido pelo homem e que de alguma maneira influenciará no desenvolvimento da produção agrícola (BNDES, 2002).

*Doutor em Engenharia de Produção, professor da Universidade Federal de Santa Catarina, e-mail: lccj@cse.ufsc.br.

**Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Catarina, e-mail: pri.hauffe@gmail.com.

Determinados produtos já processados também são chamados orgânicos, como por exemplo, geléias, massas, cereais, pães e etc., sendo que para a formulação de cada produto existem regulamentos que apontam os ingredientes que podem ser utilizados na sua produção. No Brasil, quem deseja comercializar um produto orgânico precisa produzir de acordo com as normas estabelecidas pela Legislação - Lei nº 10.831/2003 - (BRASIL, 2003).

Em meados de 1970 surgiram os primeiros indícios de comércio de produtos orgânicos na Europa. A prática de agricultura orgânica foi notificada pela primeira vez na década de 1920, porém com pouca ligação com a agricultura orgânica mais tarde estabelecida, já que não se utilizavam de normas, regulamentos ou interesses em questões ambientais e segurança alimentar (BNDES, 2002).

O IBGE registrou pela primeira vez, no ano de 2006, a prática de agricultura orgânica no Brasil. De acordo com o IBGE, de 68.044 produtores de orgânicos, apenas 1.983 produtores eram certificados por empresas credenciadas (IBGE, 2009).

No mundo, o mercado de produtos orgânicos movimentou US\$ 38,6 bilhões no ano de 2006, valor duas vezes maior do que aquele registrado em 2000 (ORGANIC MONITOR, 2008, apud MORO, 2007). A Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica (IFOAM) estima que as vendas globais atingiram US\$ 50,9 bilhões em 2008 e que a América do Norte e a Europa concentraram 97% da demanda por tal tipo de produto (ZOLDAN; MIOR, 2012). No Brasil, tal mercado atingiu US\$ 680 milhões em 2013 (ORGANIC MONITOR, 2013).

No estado de Santa Catarina, o valor da produção orgânica comercializada no ano de 2010 foi de R\$ 12,6 milhões, realizada por 603 produtores, dos quais 253 possuíam a certificação (ZOLDAN; MIOR, 2012).

Devido à maior preocupação das pessoas com a saúde no decorrer das últimas duas décadas, a demanda por produtos orgânicos cresceu, o que estimulou o aumento da sua produção, através da conversão de propriedades de sistemas produção baseados no uso intenso de insumos químicos para o sistema de produção orgânico. Ao mesmo tempo, foi observado o surgimento de empresas certificadoras de unidades agrícolas que realizam a produção orgânica. Atualmente, produtos orgânicos são frequentemente encontrados nos estabelecimentos comerciais, os quais ostentam em sua embalagem algum certificado de garantia.

O objetivo deste trabalho é identificar os fatores que motivam as empresas, sediadas no território do estado de Santa Catarina, a produzirem de maneira orgânica, bem como as razões dos consumidores para adquirir os produtos certificados. Para atingir tais objetivos, foi aplicado um questionário em oito empresas que possuem um certificado de produção orgânica da Ecocert Brasil Certificadora Ltda. Um outro questionário foi respondido por 93 consumidores, dos quais 70% compravam produtos orgânicos.

Revisão de literatura

Qualidade e segurança alimentar

Os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação à qualidade dos produtos que consomem, o que requer das empresas maior atenção no controle da mesma, e o atendimento das normas e padrões criados para definir os parâmetros de qualidade exigidos pelo mercado. O termo segurança alimentar refere-se não somente à disponibilidade de alimentos para a população, mas também à preservação da saúde do consumidor, através da

adoção de procedimentos produtivos que evitem as contaminações químicas, físicas e microbiológicas dos alimentos (GONÇALO, 2006).

Foram encontradas na literatura duas abordagens relacionadas à problemática da segurança do alimento. A primeira é uma abordagem técnica, na qual é analisado o nível de contaminação, bem como formas de controle de doenças causadas por alimentos, além de formas de mensurar a quantidade de substâncias nocivas presente nos alimentos. A segunda abordagem é a preocupação econômica, ou seja, analisa quanto um consumidor está disposto a pagar por um produto seguro (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Segundo Zylbersztajn e Neves (2000), os principais fatores que contribuem para o interesse no assunto são: aumento da urbanização; crescente preocupação e consciência por parte do consumidor; diminuição da renda gasta com alimentação; crescimento da introdução de novos produtos e processos (aditivos, conservantes, engenharia genética, irradiação iônica, herbicidas, fármacos veterinários); e acirramento da concorrência- crescimento das barreiras não tarifárias.

Para Spers (apud ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000), dadas as características de qualidade que são hoje empregadas, é preciso um enfoque sistêmico. Sob o enfoque sistêmico, o que vai garantir a segurança é a soma de ações desempenhadas pelos agentes, monitoradas pelo governo, e a pressão exercida pelos consumidores. Este autor afirma ainda que o sistema precisa estar devidamente coordenado e monitorado verticalmente.

Certificados e selos

A incorporação de novas tecnologias nos processos de produção alimentar que resultou em crescente distanciamento do consumidor e a elaboração de seus alimentos, além da ocorrência de alguns fatos (doença da vaca louca¹, gripes aviária e suína, intoxicações por dioxinas), ocasionou o surgimento de dúvidas sobre a manipulação dos mesmos. Tais situações aumentaram a preocupação das pessoas com a segurança e qualidade dos produtos consumidos (CALDAS et al., 2012).

Os certificados de qualidade² servem como instrumento para passar credibilidade aos consumidores, que podem identificar a veracidade da qualidade de um produto através de um certificado ou um selo. A demanda por certificação pode partir não somente do consumidor final, mas também dos supermercados e importadores. “O varejo de alimentos, com um expressivo poder de barganha, e o mercado internacional globalizado e com grandes barreiras não tarifárias, repassam estas exigências para os agentes a montante do sistema agroindustrial, chegando até o produtor rural” (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

A certificação contempla a definição de atributos de um produto ou processo, além disso, exige que os mesmos atendam a normas pré-definidas. Em relação à oferta, a certificação facilita o gerenciamento do nível de qualidade dos produtos pela empresa e em relação à demanda, informa ao consumidor sobre os atributos dos produtos. Sendo assim, a certificação é baseada em normas e requer a atuação de um órgão certificador para monitorar e excluir os agentes que não atenderem àquelas normas (NASSAR, 2003).

A certificação não apenas garante a qualidade e segurança dos alimentos perante os consumidores, mas também evita ações oportunistas por parte de empresas, que eventualmente podem alegar a execução de determinados processos ou a utilização de produtos (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

O governo tem um papel essencial quando se fala em certificação, pois é ele quem vai introduzir regulamentos e leis para definirem a segurança de um produto, como por exemplo,

uma legislação específica que regulamente a certificação de produtos orgânicos (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Certificação de produtos orgânicos no Brasil

Em 1º de janeiro de 2011 entrou em vigor a Lei n.º 10.831/03, que regulamenta toda a cadeia de produção e comercialização de produtos orgânicos. Para um produto ser comercializado como orgânico, deve ser produzido de acordo com as normas de produção orgânica (BRASIL, 2003).

A lei considera 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 objetivos 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-BRASIL, 2003).

Para uma área ser considerada orgânica, ela precisa atender todos os requisitos estabelecidos na lei n.º 10831/03. A referida lei, elaborada pelo Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), contempla todos os requisitos que as unidades produtivas, processadoras e distribuidoras precisam atender. Para uma unidade produtiva primária ser considerada orgânica, precisa primeiro atender um período de conversão. Para culturas anuais, o período de conversão é de 12 meses para que a cultura subsequente seja considerada orgânica e para culturas perenes o período é de 18 meses. Durante este período, as culturas devem ser vendidas como convencionais, mas o manejo dado ao solo deve ser orgânico.

Os produtos inseridos no programa no Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica, de que trata o artigo 29 da Lei n.º 10.831/2003, devem obedecer às regras para rotulagem de produtos orgânicos e receber o selo deste sistema (Figura 1), além de obedecer às especificações técnicas vigentes e específicas para o produto que está sendo rotulado.

Figura 1 - Selo de conformidade



Fonte: Lei n.º 10.831/2003 (BRASIL, 2003).

No Brasil existem dois tipos de certificação orgânica, uma delas é a chamada certificação participativa e a outra é a certificação privada com auditoria externa. A certificação participativa não faz uso de uma auditoria realizada por terceiros, a mesma se faz

com a participação e comprometimento dos produtores associados, a cumprirem as normas estabelecidas. Já a certificação realizada com auditoria externa faz uso da contratação de serviços de uma empresa privada, uma certificadora (SANTOS, 2004). A lei estabelece também que pequenos agricultores que praticam venda direta em feiras ou à domicílio não precisam ser certificados, mas devem ser registrados no MAPA, no Cadastro Nacional de Agricultores Orgânicos, que começaria a funcionar no início do segundo semestre de 2011.

O processo de certificação pode ser realizado por produtores individuais, empresas, associações, cooperativas, condomínios, etc. Quando uma empresa privada decide certificar seus produtos, faz-se necessário que seja analisada toda a cadeia produtiva até o produto final, isso é necessário para rastrear cada passo de sua produção e verificar se tudo está conforme a Lei Brasileira de Orgânicos (Lei nº 10.831/2003). A produção de cada fornecedor deve ser certificada, isso pode ocorrer de forma individual ou certificar juntamente com a empresa que compra seus produtos. A vantagem da certificação individual é o fato de que o produtor terá a opção de comercializar seu produto. Caso a opção seja certificar juntamente com a empresa compradora de seus produtos, o produtor estará fadado a vender seus produtos como orgânico apenas para a empresa que certificou sua área. A vantagem da certificação por empresas, cooperativas e associações é o baixo custo nesse serviço (OLIVEIRA, 2003).

O processo de certificação da Ecocert Brasil

A Ecocert S.A., com matriz em L'esli Jourdan, na França e com filiais em mais de 80 países, certifica aproximadamente 5.000 empresas e 80.000 produtores em várias partes do mundo. A Ecocert Brasil foi constituída no ano de 2001 e existem aproximadamente 300 projetos, dentre empresas, produtores individuais, associações e cooperativas, que são certificados por essa entidade (ECOCERT, 2011).

A Ecocert Brasil é habilitada para certificar produtos orgânicos para o mercado nacional, americano, europeu, coreano e japonês. Além disso, a Ecocert Brasil possui alguns referenciais privados que não são regulados por leis nacionais como o referencial sócio-ambiental, a atestação de insumos para as produções orgânicas e bem-estar animal.

O primeiro passo para obter o certificado de conformidade é a solicitação de um orçamento. Quando o cliente – operador - aprova essa estimativa de custo, dá-se início ao processo de certificação.

O preenchimento de uma série de documentos para detalhar a produção e os procedimentos utilizados para a confecção do produto final antecede o processo de auditoria, necessário para obter o certificado. Tal procedimento ocorre na maioria dos locais onde é realizada a produção e/ou processamento dos produtos orgânicos. Quando a área é muito extensa ou quando existem muitos produtores para serem auditados, a inspeção ocorre através de amostragem, o que é previsto por lei (ECOCERT, 2011).

As inspeções nas áreas de produção vegetal são passíveis de análises laboratoriais do solo ou do produto em questão. Quando esse produto não é vendido *in natura*, afirma-se que é um produto processado - é considerado processamento o simples fato de higienizar e embalar os produtos. Todas as etapas do processamento devem ser auditadas para conferir se os produtos utilizados na formulação do produto final estão conforme a legislação (ECOCERT, 2011).

A inspeção nas unidades de processamento leva em conta pontos específicos da lei como o modo através do qual os produtores controlam os insetos nas unidades ou os insumos usados para limpeza dos equipamentos. Há uma lista na Instrução Normativa 18, específica para produtos processados, que regula os insumos permitidos para uso no controle de pragas e

limpeza das unidades. Outro ponto importante verificado na unidade é o modo como se dá a separação tanto da produção quanto dos produtos finais. Isso somente se aplica para as empresas que possuem produção paralela, ou seja, quando produzem alimentos convencionais e orgânicos na mesma unidade. A separação pode ocorrer de dois modos: no tempo ou no espaço. No primeiro tipo, os produtos orgânicos devem ser produzidos após higienização completa dos equipamentos e, além disso, como medida preventiva, muitas empresas descartam o primeiro lote de produto processado. O outro tipo de separação é no espaço, quando as empresas possuem linhas exclusivas e claramente identificadas para os diferentes tipos de produção. Esta opção é bem rara em função dos altos custos de maquinário.

A lei estabelece dois tipos de produtos passíveis de rotulagem com menção à produção orgânica: produtos orgânicos e produtos com ingredientes orgânicos. Para um produto ser dito orgânico, na sua composição ele precisa ter 95% ou mais de ingredientes orgânicos. Quando possui 70 a 95% de ingredientes orgânicos, ele se classifica em produto com ingredientes orgânicos. Se tiver menos de 70% de ingredientes orgânicos, o produto não pode usar o selo do SisOrg e ter menções à certificação orgânica, mas pode citar na lista de ingredientes qual ingrediente é orgânico. Na porcentagem, a quantidade de sal e água não entra neste cálculo.

Após a inspeção, o responsável pelo processo preenche um relatório com os procedimentos identificados na pesquisa de campo, documento que depois é revisado pelo setor técnico da Ecocert Brasil, o qual emite posteriormente uma decisão de certificação com as não conformidades encontradas. Há demandas melhores, que são medidas de melhoria que não bloqueiam a certificação e que serão verificadas somente na próxima inspeção. Algumas não conformidades bloqueiam a certificação e o processo só é finalizado quando estas demandas são atendidas. Assim que estas demandas são atendidas, o setor técnico emite um certificado de conformidade e o operador está apto a vender produtos orgânicos.

Se alguma não conformidade grave for identificada pelo inspetor, a certificação do operador pode ser negada. Em alguns casos, determinados produtos podem ter a certificação negada e outros produtos ter a certificação concedida para o mesmo operador. Por exemplo, uma unidade fabricante de suco de uva e maçã, se não tiver registro para o suco de uva no MAPA, não terá sua certificação concedida para o suco de uva, mas poderá ter para o suco de maçã, se todo o processamento estiver de acordo com a lei.

O processo de certificação é um processo detalhado para garantir o rastreamento do produto e exige empenho dos produtores e/ou empresas para providenciar toda a documentação exigida pela certificadora. Um processo dura em média 90 dias para ser finalizado. A validade do certificado é de um ano após a emissão do mesmo.

Apresentação e discussão dos resultados

Os resultados obtidos nas pesquisas serão apresentados e discutidos nesta seção. A próxima subseção refere-se à pesquisa feita com as empresas que possuem o selo de produto orgânico da certificadora Ecocert Brasil. O questionário foi aplicado em oito empresas, selecionadas de forma aleatória, que possuem o certificado de conformidade Ecocert Brasil. Esse número representa 57% das empresas que são certificadas no estado de Santa Catarina. Vale ressaltar que o questionário foi desenvolvido apenas para empresas que possuem o certificado, sendo desconsideradas as associações, cooperativas e produtores individuais. Foram coletadas informações sobre as motivações das empresas para a adoção da produção orgânica; o tempo de utilização desta forma de produzir; as margens de lucro da produção orgânica comparativamente à produção convencional; a representatividade dos produtos

orgânicos nas vendas; as motivações para a adoção da certificação de produção orgânica; e os requisitos e os efeitos da adoção da certificação.

Na segunda subseção serão apresentados os resultados da pesquisa realizada junto aos consumidores. Para coletar estes dados, foi elaborado um questionário e aplicado a 93 pessoas, sendo que mais de 70% dos entrevistados são consumidores de produtos orgânicos. Foram elaboradas questões para conhecer o tempo de consumo de produtos orgânicos; a frequência do consumo de tais produtos; o grau de conhecimento sobre o sistema de produção orgânica; as barreiras existentes para o consumo dos produtos; a disposição de compra em termos de sobrepreço relativamente aos produtos convencionais; atributos considerados ao comprar um produto orgânico; e as razões da preferência pelo produto certificado.

Resultados da pesquisa junto às empresas

Das empresas consultadas, cinco estão produzindo de forma orgânica há mais de dez anos, duas entre cinco e dez anos, demonstrando que a utilização do método de produção orgânica não é tão recente para a maioria das empresas entrevistadas.

No que se refere às motivações para a adoção da produção orgânica, destacam-se como aspectos importantes tornar os produtos diferenciados aos olhos dos consumidores e a preocupação com o meio ambiente. Em seguida, aparecem a rentabilidade superior relativamente ao método de produção convencional e a constatação do crescimento da demanda. Tal resultado parece indicar, por parte das empresas, que a preocupação social, ligada ao meio ambiente foi a motivação principal para a adoção da produção orgânica, mas que o fator econômico, relacionado à rentabilidade do capital do empresário, foi o elemento impulsionador.

Quando questionadas a respeito da margem de lucro, cinco empresas informaram que a margem de lucro é maior com a produção orgânica, em média 19% superior à margem obtida com os demais produtos.

Outro questionamento feito aos entrevistados foi sobre a representatividade dos produtos orgânicos nas vendas totais da empresa. Três empresas produzem somente produtos orgânicos, para outras três a venda dos produtos orgânicos representa menos de 10% das vendas totais da empresa. Apenas uma empresa informou que as vendas dos produtos em questão representam mais de 50% das vendas totais. Dessa maneira, em nossa amostra, mesmo que todas as empresas adotem a produção orgânica, o sistema de produção convencional ainda responde por parcela significativa da produção. Possivelmente, o crescimento da demanda e a maior margem de lucro podem conduzir no futuro ao incremento da participação da produção orgânica no faturamento das empresas produtoras.

Todas as empresas afirmaram acreditar que a motivação do consumidor para adquirir um produto orgânico é, principalmente, a preocupação com a saúde. Nenhuma empresa considerou que os consumidores priorizam a preocupação com o meio ambiente, a questão da qualidade e o sabor dos alimentos orgânicos na hora de optar por tais produtos.

A Legislação Brasileira de Orgânicos (Lei nº 10.831/03), apesar de ter sido criada no ano de 2003, só entrou em vigor no dia 1º de janeiro de 2011. A fim de esclarecer o porquê de adquirir a certificação de produtos orgânicos, fez-se necessário, primeiramente, evidenciar se os entrevistados possuíam a certificação antes da vigência da Lei nº 10.831/03. Isso porque, com a lei em vigor, todos aqueles que rotulam seus produtos como orgânicos obrigatoriamente necessitam de um certificado de conformidade para comercializar seus produtos. Constata-se que 50% das empresas entrevistadas possuem o certificado de

conformidade antes da vigência da lei, contudo as razões para adquirir a certificação não estão estritamente ligadas ao fato da obrigatoriedade imposta pela legislação.

Dois são os motivos que representam maior importância para as empresas na adoção da certificação, são eles: 1) a exigência dos clientes e 2) garantir que o produto é cultivado de forma orgânica. Ambas as razões obtiveram grau de muito importante para seis entrevistados.

Procurou-se verificar a consciência das empresas no que se refere aos requisitos ou efeitos decorrentes da busca pela obtenção da certificação. Para metade das empresas (quatro), a certificação representou alteração no marketing da empresa e elevação nos custos de produção, ao passo que para outras três, a certificação conduziu ao aumento do poder de barganha da empresa em relação aos canais de distribuição, devido à menor concorrência neste segmento com outras empresas em relação aos produtos convencionais. A alteração no marketing provém da necessidade de divulgar para os compradores potenciais a característica distintiva do produto (orgânico) e seus efeitos sobre a saúde e ao meio-ambiente, como meio de estimulá-los a pagar um preço mais elevado. Os custos de produção mais altos são decorrentes da menor produtividade de terra pela não utilização de insumos químicos industrializados.

Nota-se que existem vantagens na hora de optar pela produção orgânica. Destaca-se que apesar da produção orgânica aumentar os custos de produção, a margem de lucro é, na maioria das vezes, superior à margem obtida com a produção convencional. Outro fator que possui grande relevância para as empresas é o fato de o produto orgânico ser um produto diferenciado e que atende a novos nichos de mercado.

Com relação à certificação, evidenciou-se que essa é importante para uma melhor imagem das empresas no mercado, pois além de padronizar o modo de produção, garante aos consumidores a garantia de qualidade proposta por um produto desta natureza.

Resultados da pesquisa junto aos consumidores

Neste item, serão demonstrados os resultados obtidos na pesquisa de campo aplicada aos consumidores. Pretende-se identificar os motivos que fazem com que as pessoas busquem um produto orgânico, e será discutido também o que representa para os consumidores a certificação destes produtos.

Para alcançar esses resultados, foi aplicado um questionário a 93 consumidores, sendo a maioria deles consumidores de produtos orgânicos. Verifica-se que 52% dos entrevistados consomem orgânicos pelo menos uma vez por semana. Todos os entrevistados afirmaram consumir essa espécie de produto mesmo que raramente, sendo que 8% deles consomem a cada quinze dias, 12% mensalmente e 28% raramente.

Quando questionados há quanto tempo consomem produtos desta categoria, 29% dos respondentes informaram que o fazem há mais de cinco anos, seguido de 26% de consumidores que afirmaram consumir produtos orgânicos há dois até cinco anos. O mesmo percentual (26%) dos entrevistados respondeu que passou a fazer uso destes produtos há um ou dois anos. Os resultados evidenciam que existem consumidores assíduos do produto em questão há pelo menos cinco anos e que ano a ano mais pessoas passam a procurar esse tipo de produto.

Ao analisar o nível de conhecimento sobre o assunto (produção orgânica), 56% dos respondentes informaram que possuem um conhecimento básico sobre o tema, 20% um conhecimento intermediário e outros 20% afirmaram possuir um conhecimento avançado sobre o assunto. Ressalta-se que foi verificado um razoável número de entrevistados que são

consumidores e trabalham na área e, talvez por esse motivo, se justifique o grande número de consumidores que têm conhecimento avançado sobre o assunto.

Outro fator analisado foi a opinião dos entrevistados sobre a importância de consumir produtos orgânicos. Do total de respondentes, 96% informaram que consideravam *importante* consumir tais produtos. Somente 2% afirmaram ser *indiferente* o consumo de orgânicos e outros 2% consideraram esse consumo *não importante*. Evidenciou-se que apesar da maioria dos consumidores considerarem o consumo *extremamente importante* ou *importante*, isso não era feito constantemente devido às barreiras que dificultavam a aquisição dos produtos em questão.

A maior barreira ao consumo desses produtos é o preço (citado por 57% dos respondentes), que em geral, são sensivelmente superiores aos produtos convencionais. A falta de oferta dessas mercadorias foi mencionada por 25% dos entrevistados como uma das maiores dificuldades encontradas na hora de optar pelo consumo de um produto orgânico. A pouca variedade foi apontada por 14% dos consumidores. A dificuldade de encontrar os produtos à venda e a falta de variedade dos mesmos são empecilhos para os consumidores, mas podem servir de oportunidade para as empresas que atuam neste nicho de mercado.

A disposição dos consumidores em pagar a mais por produtos orgânicos também foi questionada aos respondentes. Constatou-se que 41% dos entrevistados estariam dispostos a pagar até 10% a mais por um produto orgânico, seguido de 29% dos entrevistados que pagariam um preço até 30% maior por produto. Foi verificado que 2% dos consumidores pagariam até mais de 100% por um produto rotulado como orgânico. Esta informação reveste-se de grande importância para os órgãos de pesquisa e extensão ligados ao setor agrícola, para envidarem esforços na pesquisa e divulgação de procedimentos que contribuam para aumentar a produtividade e reduzir os custos de produção dos produtos orgânicos.

No momento de optar por um produto feito de acordo com as normas de produção orgânica, o consumidor provavelmente leva em consideração alguns atributos que este produto possui e que o distingue dos produzidos com o processo convencional. Os consumidores mencionaram que os fatores de maior relevância, no momento de optar por um produto de natureza orgânica, são: a) preocupação com a saúde; b) não conter agrotóxicos e c) uma maior qualidade nos alimentos.

A fim de ter uma superficial ideia do tamanho do mercado de consumidores de orgânicos, questionou-se aos entrevistados se os mesmos conheciam outras pessoas que consumiam estes produtos. O percentual de respondentes que conhecem outros consumidores chegou a 95%, ou seja, a maioria dos entrevistados conhece outras pessoas que adquirem esses alimentos.

A respeito da certificação de produtos orgânicos, primeiramente foi perguntado se o entrevistado conhecia algum selo que identificasse os produtos orgânicos. A resposta evidenciada foi que 69% dos entrevistados conhecem algum selo que identifique essa forma de produção.

Com o intuito de identificar as razões existentes para a preferência por um produto orgânico certificado, 45% dos respondentes afirmaram que o certificado de conformidade é uma garantia da qualidade do produto e por isso tem a preferência frente a um produto sem a certificação. Apenas 6% dos entrevistados informaram que é indiferente o produto possuir o certificado de conformidade.

É notório que as pessoas adeptas desse tipo de produto, estão, em sua maioria, preocupadas com a saúde. A grande barreira que aumenta a dificuldade na hora de consumir esses produtos é o preço. A respeito do certificado de conformidade, a maioria dos

respondentes informou que ele proporciona uma garantia na qualidade dos alimentos a serem adquiridos.

Considerações finais

Neste trabalho buscou-se identificar as motivações de empresas catarinenses para produzirem com a forma orgânica e para obter a certificação de conformidade, bem como as razões dos consumidores para adquirir os produtos certificados.

Com relação aos resultados obtidos com as empresas que optaram por essa forma de produção, nota-se que a grande maioria utiliza os produtos orgânicos como estratégia de diferenciação de produto. A margem de lucro obtida com a produção orgânica é maior para a maioria das empresas que participaram da pesquisa, em alguns casos essa margem é até 20% maior do que com outra forma de produção.

A certificação representou para um grande número de empresas uma elevação nos custos de produção e a maioria dos respondentes informou que após obter o certificado houve uma melhoria da imagem da empresa no mercado. Uma das principais motivações para as empresas adquirirem o certificado de conformidade é o fato de garantir a forma de produção do produto em questão. A exigência dos clientes também é um fator relevante ao optar pela certificação.

A respeito da pesquisa realizada com os consumidores, evidenciou-se que existe um grande número de pessoas que consomem esses produtos há pelo menos cinco anos. Isso mostra que o assunto não é tão recente como muitos pensam e que existem consumidores fiéis a esse tipo de produto há um bom tempo.

Grande número de consumidores informou ter apenas conhecimento básico sobre o assunto. Em conversa informal com os entrevistados, foi mencionado que a falta de conhecimento dos benefícios gerados pelo consumo de orgânicos é um fator que faz com que o consumo não seja maior.

A grande maioria dos entrevistados afirmou que o ato de consumir produtos orgânicos é extremamente importante ou importante, mas existem barreiras que dificultam o seu consumo. Como principal dificuldade encontrada, os consumidores informaram que o preço alto era a maior delas, em seguida a pouca oferta dessas mercadorias. Os entrevistados afirmaram que estariam dispostos a pagar mais por um produto desta natureza, e a maioria informou ter disposição para pagar até 10% a mais por um produto orgânico. Houve até quem afirmou que pagaria até 100% a mais por tais produtos.

A preocupação com a saúde é a maior motivação para que os consumidores busquem alimentos produzidos de forma orgânica. Mais da metade dos respondentes informou conhecer algum selo que identifique os produtos orgânicos. Para os entrevistados, o certificado de conformidade traz para os consumidores uma garantia na qualidade dos alimentos orgânicos. Nota-se também que o certificado proporciona uma maior credibilidade para os consumidores, ou seja, o comprador tem uma maior confiança no modo como os alimentos foram produzidos.

Nota

¹ Doença causada pela alimentação de bovinos em confinamento e transmitida ao consumidor pela carne contaminada.

² Definição de atributos de um produto, processo ou serviço e garantia de que eles se enquadrem nestas normas pré-definidas (NASSAR, A. M.; JANK, M. S. Certificação no Agribusiness. In: Cinco Ensaio sobre Qualidade em Alimentos. IX Seminário Internacional Pensa, 1999).

Referências

BRASIL. **Lei nº 10831**, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. 2003.

BNDES. **Agricultura orgânica: quando o passado é futuro**. 2002. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1501.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2011.

CALDAS, Nádia Velleda et al. Certificação de Produtos Orgânicos: Obstáculos à Implantação de um Sistema Participativo de Garantia na Andaluzia, Espanha. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Piracicaba, v. 50, n. 3, jul./set., 2012.

ECOCERT. **Lista de produtos com certificados válidos**. Disponível em: <<http://www.ecocert.com.br/projetos.html>>. Acesso em: 10 out. 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. 2009. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/brasil_2006/Brasil_censoagro2006.pdf>. Acesso em 20 jun. 2011.

GONÇALO, Edson. **Panorama da Segurança de Alimentos no Brasil e no Mundo**. Disponível em: <<http://www.beefpoint.com.br/radares-tecnicos/qualidade-da-carne/panorama-da-seguranca-de-alimentos-no-brasil-e-no-mundo-29259/>>. Acesso em 30 jul. 2013

INSTRUÇÃO NORMATIVA 18. Disponível em: <<http://www.agriculturaorganica.americas.net/Documentos%20Oficiais%20CIAO/Instrucao%20Normativa%20Conjunta%20N%C2%BA018.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2010.

MORO, Eduardo João. **Supermercados e Alimentos Orgânicos no Brasil: Estratégias e Tendências**. Dissertação (Mestre em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

NASSAR, André Meloni. Certificação no agribusiness. In: ZYLBERSZTAJN, Decio; SCARE, Roberto Fava. **Gestão da qualidade no Agribusiness**. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, João Augusto. **A Certificação dos Alimentos Orgânicos**. Florianópolis, 2003.

ORGANIC MONITOR. Disponível em: <www.organicmonitor.com>. Acesso em: 30 jul. 2013.

SANTOS, L. C. R. dos. **Caderno de formação: certificação participativa de produtos ecológicos**. Florianópolis: Ecovida, 2004.

SPERS, Eduardo E. Qualidade e Segurança em Alimentos. In: ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

ZOLDAN, Paulo.C.; MIOR, Luiz C. **Produção orgânica na agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis: Epagri, 2012.

ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.