

A CERTIFICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA DOS PRODUTOS DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO ESTADO DE SANTA CATARINA (BRASIL)

Luiz Carlos de Carvalho Júnior
Priscila Hauffe
Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)
e-mail: lccj@cse.ufsc.br

Resumo

O presente trabalho 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, e outro 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 ao proporcionar maior confiança para o consumidor de que o produto adquirido foi feito com o método orgânico, traz 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 Chaves: Produção orgânica; Certificação; Estratégia de diferenciação; Sinalização de mercado

Abstract

The objective of this study is to analyze the advantages firms can get with organic production and product certification of their products in the case of Santa Catarina. A questionnaire was applied to eight firms that currently own product certification. The aim was to identify firms' motivation and results with this strategy. On the other hand, 93 questionnaires were answered by consumers to evaluate the role of product certification to their choices in terms of certified products. The results indicate that the certified product yields more credibility to consumers and also higher demand and profit margins to producers. Besides, a reduction of the difference between the price of the certified product and of the conventional product was found to increase the demand for the certified product.

Keywords: Organic production; Product certification; Product differentiation; Market signaling

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio em que vivemos, bem como a indagação de como será o planeta nas gerações seguintes, são questões constantemente discutidas em nível

[Digite texto]

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.

Por agricultura orgânica entende-se que é um conjunto de atividades agrícolas onde 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 irá influenciar no desenvolvimento da produção agrícola (BNDES SETORIAL, 2002).

Os produtos orgânicos podem ser também, produtos já processados, 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, para quem deseja comercializar um produto orgânico, é necessário que a sua produção siga 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 SETORIAL, 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 são certificados por empresas credenciadas (IBGE, 2009). No Estado de Santa Catarina, foi constatada a existência de 1.897 estabelecimentos agropecuários cujo produtor declarou possuir certificação para produtos orgânicos (ICEPA/SC, 2003).

Devido à maior preocupação das pessoas com a saúde no decorrer das últimas duas décadas, a demanda por produtos orgânicos apresentou elevadas taxas de crescimento, 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 que certificam que unidades agrícolas realizam a produção orgânica. Atualmente, é freqüente se encontrar nos estabelecimentos comerciais produtos orgânicos que ostentam em sua embalagem algum certificado de garantia.

[Digite texto]

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 tal, 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.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Qualidade e segurança alimentar

Encontram-se na literatura, duas abordagens relacionadas à problemática da segurança do alimento. A primeira é uma abordagem técnica, onde 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. (ZYBERSZTAIN; NEVES, 2000)

Segundo Zybersztain 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 (1993, *apud* ZYBERSZTAIN; 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 sobre a pressão exercida pelos consumidores. Spers (1993, *apud* ZYBERSZTAIN; NEVES, 2000) afirma ainda que o sistema precisa estar devidamente coordenado e monitorado verticalmente.

2.2. Certificados e Selos

Os consumidores passaram a ficar mais atentos às questões que envolvem a qualidade de alimentos. Doenças, como a da vaca louca¹, fazem com os consumidores intensifiquem a preocupação com a segurança de alimento. Os certificados de qualidade² servem como instrumento para passar credibilidade aos consumidores, onde estes 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” (ZYBERSZTAIN; NEVES, 2000).

A certificação não apenas garante a qualidade e segurança dos alimentos perante os consumidores, mas também evita ações oportunísticas por parte das empresas, onde estas alegam processos ou produtos que não realizam ou utilizam (ZYBERSZTAIN; NEVES, 2000).

O governo tem um papel essencial quando falamos de certificação, pois é ele quem irá introduzir regulamentos e leis para definirem a segurança de um produto. Como por exemplo, uma legislação específica que regulamente a certificação de produtos orgânicos (ZYBERSZTAIN; NEVES, 2000).

2.3. Certificação de Produtos Orgânicos no Brasil

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

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

[Digite texto]

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 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- BRASIL, 2003))

Para uma área ser considerada orgânica, ela precisa atender todos os requisitos estabelecidos na Lei 10831/03. A 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, primeiro ela precisa 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, na Lei 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 específica para o produto que está sendo rotulado.

Figura 1: Selo de Conformidade



Fonte: Lei 10.831/2003, Brasil, 2003.

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

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, 2005). 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 e etc.. Quando uma empresa privada decide certificar seus produtos, se faz necessário que seja analisada toda a cadeia produtiva até o produto final, isso 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 são os baixos custos nesse serviço (OLIVEIRA, 2003).

2.4. 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 5000 empresas e 80000 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).

[Digite texto]

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 o processo de certificação.

Antecedente à auditoria, ocorre o preenchimento de uma série de documentos para detalhar a produção e os procedimentos utilizados para a confecção do produto final. O processo de auditoria, necessário para obter o certificado, ocorre na maioria dos locais onde acontece 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 específicos pontos da Lei como o modo como 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 praga 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. Isto somente se aplica para as empresas que possuem produção paralela, ou seja, quando produzem alimentos convencionais e orgânicos na mesma unidade. A separação pode se dar 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

[Digite texto]

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. Tendo de 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 na conta.

Após a inspeção, o inspetor preenche um relatório com os procedimentos identificados na pesquisa de campo que é então, revisado pelo setor técnico da Ecocert Brasil. O setor técnico emite 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 sua 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 torno de 90 dias para ser finalizado). A validade do certificado é de um ano após a emissão do mesmo.

4 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

[Digite texto]

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. Na segunda subseção serão apresentados os resultados da pesquisa realizada junto a consumidores. Para coletar estes dados foi elaborado um questionário e aplicado com 93 pessoas, sendo que mais de 70% dos entrevistados são consumidores de produtos orgânicos.

4.1 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 e apenas há menos de um ano, o que mostra que a utilização do método de produção orgânico não é tão recente para a maioria das empresas entrevistadas.

No que se refere às motivações para a adoção da produção orgânica, foram considerados 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.

Outra questão feita 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 representa 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.

[Digite texto]

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 o que leva o consumidor a 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 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 em adquirir a certificação de produtos orgânicos, fez-se necessário, primeiramente, evidenciar se os entrevistados possuíam a certificação antes da vigência da Lei 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 possuem 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.

[Digite texto]

Nota-se que existem vantagens na hora de optar pela produção orgânica. Apesar desta aumentar os custos de produção, a margem de lucro é, na maioria das vezes, superior a 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.

4.2 Resultados da pesquisa junto aos consumidores

Neste item, irão ser demonstrados os resultados obtidos na pesquisa de campo aplicada com 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 com 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 5 anos, seguido de 26% de consumidores que afirmaram que consomem produtos orgânicos de 2 a 5 anos. O mesmo percentual (26%) dos entrevistados respondeu que passou a fazer uso destes produtos entre 1 a 2 anos. Os resultados evidenciam que existem consumidores assíduos do produto em questão há pelo menos 5 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. É válido ressaltar que a pesquisa possui um razoável número de entrevistados que são consumidores e trabalham na área e talvez por esse motivo se

[Digite texto]

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 por mais que a maioria dos consumidores considerasse o consumo *extremamente importante* ou *importante*, isso não era feito constantemente por barreiras que dificultavam a aquisição dos produtos em questão.

A maior barreira para o consumo desses produtos são os preços (citado por 57% dos respondentes), que na grande maioria 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 de 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.

Na hora 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 em diferença com os demais. 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 leve idéia do tamanho do mercado de consumidores de orgânicos, questionou-se aos entrevistados se os mesmos conheciam outras pessoas que

[Digite texto]

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 pela preferência de 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 possuir o certificado de conformidade.

É notório que as pessoas que optam por esse tipo de produto, estão, em sua maioria, preocupadas com a saúde. A grande barreira que faz com que aumente 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

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho identificar as estratégias utilizadas pelas empresas que utilizam desta forma de produção, o que faz com que elas busquem possuir o certificado de conformidade e o que leva os consumidores a comprarem esse tipo de produto.

Apesar da dificuldade de encontrar dados atuais referentes à produção orgânica e certificação, evidenciou-se que o mercado de orgânicos é um mercado em ascensão no mundo inteiro. No estado de Santa Catarina, no ano de 2001 esse mercado movimentou aproximadamente quatorze milhões de reais. O número de entidades que dizem produzir de forma orgânica chega a setecentos e quatro nesse estado, de acordo com Instituto Ceba, e apenas 34% dessas propriedades fazem certificação de seus produtos. É válido ressaltar que esses dados são referentes ao ano de 2001 e que a vigência da Lei 10.831/03 começou no dia 1º de janeiro de 2011, a qual diz que todos os produtos, para serem comercializados como "orgânicos", precisam estar certificados por uma entidade credenciada. Com a vigência da Lei, espera-se que o mercado de orgânicos tenha um crescimento ainda maior no Brasil.

[Digite texto]

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. Um dos principais motivos com que fez que as empresas adquirissem 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 exista em grandes proporções.

A grande maioria dos entrevistados afirmou que o ato de consumir produtos orgânicos é extremamente importante ou importante, mas que 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 pagar até 100% a mais por tais produtos.

A preocupação com a saúde é o fator principal que faz com 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 traz uma maior credibilidade para os consumidores, ou seja, os consumidores têm uma maior confiança no modo como os alimentos foram produzidos.

[Digite texto]

REFERÊNCIAS

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

BNDES (Org.). **Agricultura Orgânica: Quando O Passado É Futuro**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set1501.pdf>. Acesso em 13 de março de 2011.

ECOCERT (Org.). **Lista de Produtos com Certificados Válidos**. Disponível em: <<http://www.ecocert.com.br/projetos.html>>. Acesso em: 10 out. 10.

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 junho, 2011.

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

SPERS, Eduardo E. Qualidade e Segurança em Alimentos. In: ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos F. **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000. p. 283- 317.

TOLEDO, José A. Gestão da Qualidade na Agroindústria. In: GEPAI (Org). **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997. p. 439- 487.

TURCHI, Lenita M. **Qualidade Total: afinal de que estamos falando?** Texto para discussão no. 459, **IPEA**, fevereiro, 1997.