

O COMÉRCIO INTERNACIONAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS: ATUAÇÃO DO BRASIL E DE PAÍSES ATUANTES NO SETOR

Daiane LUIZZI (G – UNIOESTE - Campus Toledo)

Jonathan Dias FERREIRA (UNIOESTE - Campus Toledo)

Mirian Beatriz SCHNEIDER (Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE - Campus Toledo)

RESUMO

Com a globalização, as trocas comerciais entre as nações se intensificaram, tornando o comércio internacional palco de conflitos com o aumento da concorrência. A atividade agropecuária é de grande importância para a economia brasileira. A agricultura orgânica é uma área a ser desenvolvida no país, possuindo uma configuração climática favorável e uma alternativa para alcançar novos mercados no exterior. A utilização e degradação dos recursos naturais, afeta direta ou indiretamente, as atividades econômicas e sociais, a saúde e o bem-estar da população. Neste contexto, a agricultura orgânica surge como uma alternativa. O Brasil, com grande potencial de expansão deste padrão de produção agrícola, vem acompanhando o crescimento do setor frente às exigências e normas rígidas do mercado internacional. O presente trabalho teve como objetivo apresentar uma análise do comércio de produtos orgânicos, traçando um paralelo entre o Brasil e alguns países selecionados. Este estudo possui caráter qualitativo e abordagem comparativa, com objetivo de compreender as dinâmicas existentes nas economias pesquisadas. Como conclusões, pode-se observar a relevância do comércio de produtos orgânicos para economia brasileira e a existência de oportunidades para o desenvolvimento do setor, requerendo a participação constante do governo e organismos relacionados ao setor para contribuir para a harmonização das normas internacionais e dessa forma, facilitar o comércio entre os países.

Palavras-chaves: Comércio Internacional. Produtos orgânicos. Produção e mercado de produtos orgânicos.

1. INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente e a saúde levam a uma crescente procura por bens orgânicos. Com o aumento do comércio desses produtos surge a necessidade da regulamentação, processo que ocorre de forma tensa, principalmente com países de diferentes situações econômicas. Os acordos sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (TBT) e Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (SPS) ocasionam discussões entre diversos países, fazendo com que o processo de regulamentação de orgânicos seja conflituoso.

No Brasil, a Lei 10.831 de 2003, é o primeiro passo para a regulamentação de orgânicos. Porém, sua implementação se depara com muitas dificuldades, como por exemplo, os custos da regulamentação e os padrões para se enquadrar nas normas de outros países (SANTOS, 2005).

Diante dessas divergências entre os produtores dos países em desenvolvimento, como o Brasil, e os países desenvolvidos, são necessárias alternativas para tornar possível a regulamentação da agricultura orgânica de acordo com regras internacionais, levando-se em conta a realidade de cada país, evitando a exclusão de pequenos produtores e consumidores de baixa renda.

Temos novos desafios para o Estado em relação a medidas direcionadas à política comercial. As nações passam a realizar diferentes transações em fluxos cada vez maiores, causando impactos na produção interna do país e em sua Balança Comercial.

Os pequenos produtores com pouca ou sem nenhuma infraestrutura e sem apoio privado ou do governo nem sempre conseguem se enquadrar nas normas. Além disso, países em desenvolvimento como o Brasil, apresentam condições climáticas e geográficas diferentes dos países desenvolvidos, dificultando a adequação com as normas e práticas internacionais (ORMOND, *et al.*, 2002).

A demanda externa por produtos orgânicos brasileiros é maior do que a interna e, a maior parte da produção brasileira de orgânicos é exportada para a Europa, Estados Unidos e Japão. A taxa de produção brasileira desses produtos é relativamente baixa comparada aos países desenvolvidos, porém, a taxa de crescimento de produção orgânica brasileira superou as taxas internacionais.

Estudar o mercado de orgânicos do Brasil é procurar entender a viabilidade econômica de atender a demanda do mercado europeu, norte americano e japonês. Além disso, é importante entender os mecanismos de produção deste setor, para um melhor aproveitamento das vantagens comparativas agrícolas, como clima, extensão territorial e variedade de bens produzidos.

Sendo assim, o objetivo geral deste estudo é realizar uma análise do comércio de produtos orgânicos, traçando um paralelo entre o Brasil e países importantes no setor. Este trabalho tem por ordem um estudo qualitativo, com base em pesquisa bibliográfica para a exposição dos fatores relevantes. O trabalho proposto estará centrado na análise das teorias aplicadas no campo da economia internacional. É também utilizado de uma abordagem comparativa entre os países, em relação à abertura dos mercados. É necessário destacar paradigmas produtivos em relação ao ambiente e a sociedade, como também apreender as dinâmicas existentes em outras economias.

2. AS PRINCIPAIS TEORIAS DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

No período da Escola Mercantilista, na Idade Média, as cidades prosperavam juntamente com o comércio. Essas negociações se davam dentro de cada país ou entre os países, assim o uso da moeda se tornava necessário e comum. Nesse período também, houve a descoberta do ouro no ocidente. Isso intensificava as negociações e a teoria de metais preciosos. Nasceram os Estados nacionais e, com eles, suas rivalidades comerciais (BRUE, 2005).

O comerciante individual estava em ascensão. A necessidade de moeda aumentou e as exportações precisavam ser maiores do que as importações, mesmo que isso prejudicasse a população (MAIA, 2000).

A Escola já defendia em seus dogmas a isenção de impostos, pedágios e outras restrições internas, pois isso encareceria o produto dentro do país como também, as importações deveriam ser isentas de taxas para aquelas matérias-primas que não poderiam ser produzidas internamente (BRUE, 2005).

Havia desestímulos de algumas importações e algumas mercadorias eram até proibidas. Outras pagavam direitos alfandegários muito altos e, por fim, tornaram-se raras no comércio. Dava-se importância à proteção da indústria da Inglaterra, contra concorrentes estrangeiros que tinham interesse em entrar no país (HUNT, 1981).

Brue (2005), diz que embora essa doutrina tenha beneficiado mais os poderosos, ela deixou contribuições duradouras, nos mostrando a importância do comércio internacional. Eles criaram o sistema econômico de contas que hoje conhecemos como balança de pagamentos, mostrando a relação entre o país e o resto do mundo.

Os Fisiocratas promoviam a ideia de ordem natural e o *laissez-faire*. Para eles, o governo deveria intervir o menos possível no mercado, a não ser nas necessidades básicas como proteção, propriedade privada, educação, saúde. O mercado interno deveria ser livre, assim como livre comércio-exterior (BRUE, 2005). A esse respeito, Hunt (1981) argumentava:

Os fisiocratas advogavam a reforma política: a abolição das corporações de ofício e a remoção de todas as tarifas, impostos, subsídios, restrições e regulamentações existentes que prejudicassem a indústria e o comércio (HUNT, 1981, p. 57).

Após essa ideologia, surge a Escola Clássica, em meio da Revolução Científica e no início da Revolução Industrial no ano de 1776. Diante deste cenário, os pensadores clássicos reforçam a ideia do *laissez-faire*. Os Clássicos se apoiavam na doutrina do liberalismo econômico, onde o governo deveria ter interferência mínima e sua atividade deveria ser apenas nas funções básicas da população (BRUE, 2005).

Desde a Escola Clássica, com Adam Smith, as ideias de livre mercado eram defendidas tanto para mercado interno quanto externo, assim os recursos econômicos seriam mais eficientes e a divisão e a especialização do trabalho aumentariam o produto nacional bruto, consequentemente o bem-estar da sociedade (CUDDINGTON; MCKINNON, 1981). Segundo Brue (2005, p.72),

Smith viu um significativo, mas limitado, papel para o estado, ele notou três funções principais do governo: (1) proteger a sociedade do ataque estrangeiro, (2) estabelecer a administração da justiça e (3) elevar e manter os trabalhos a as instituições públicas a fim de que os empresários privados não possam tentar obter lucros excessivos.

As intervenções, regulamentações, concessões de monopólio e subsídios, seriam responsáveis pela má alocação do capital, diminuindo os rendimentos e por consequência o bem-estar da população (HUNT, 1981).

Smith defende intervenções do governo, como a lei que deveria fazer cumprir os contratos, o controle na emissão de moeda e controle sobre taxas de juros. Ele também concordava com as patentes e com os direitos autorais, mas de duração limitada. (BRUE, 2005).

Para Adam Smith, a concorrência livre dos mercados faria com que o capital fosse empregado para setores industriais mais produtivos e por meio da “mão invisível”. Isso se dirigiria a maximização egoísta do lucro para segmentos úteis socialmente, produzindo bens que uma nação mais necessitasse (HUNT, 1981).

Brue (2005), comenta ainda sobre as ideias de Smith, que favoreceram dois tipos de tarifas protecionistas: as que protegem uma indústria nacional essencial para a defesa da nação e as que igualam a carga tributária sobre uma indústria nacional específica ao impor uma tarifa na importação daquele bem.

David Ricardo foi economista cujo pensamento era favorável ao comércio internacional. Para ele o comércio internacional poderia beneficiar ambos os países que estivessem realizando o comércio, mesmo que um país produzisse a maioria das mercadorias de forma mais eficiente que o outro (HUNT, 1981).

David Ricardo aponta em suas teorias, a importância da divisão do trabalho no aumento da produção. Além disso, a alocação dos recursos por meio de vantagens comparativas traria benefícios para o próprio país e o resto do mundo. Portanto as restrições para o comércio deveriam ser evitadas ao máximo possível (CUDDINGTON; MCKINNON, 1981).

Os argumentos de David Ricardo eram contra as restrições ao comércio, pois elas levariam a metrópole a ter benefícios a custas de suas colônias, como também, as restrições beneficiariam os capitalistas a custas do trabalhador, gerando desigualdades (HUNT, 1981).

3. PRODUÇÃO E MERCADO DE ORGÂNICOS NO MUNDO

O comércio e produção de produtos orgânicos é uma das áreas do agronegócio que apresenta maiores taxas de crescimento. A Europa detinha uma participação de 7% no comércio de orgânicos, movimentando 20 bilhões de dólares com uma taxa de 8% de crescimento anual em 2000. Neste mesmo período o Brasil apresentava uma taxa anual de crescimento de 10% neste setor desde 1990, e movimentou US\$ 150 milhões, sendo US\$ 130 milhões em exportações (FARINA; REZENDE, 2001).

A agricultura orgânica vem se desenvolvendo muito rápido, uma prova disso é que ela está sendo praticada em mais de 120 países no mundo. De acordo com a pesquisa de Youssefi e Willer (2007) sobre a agricultura orgânica em todo o mundo, são cerca de 31 milhões de hectares de orgânicos, gerenciados por 633.891 fazendas.

Essas altas taxas de crescimento são resultados de inúmeros produtores incorporando-se às normas de produção orgânica. Nos anos de 1990, a Alemanha possuía 8000 produtores rurais sob o método orgânico e a Itália apresentava, em 1996, 18.000 produtores orgânicos. Após dois anos o número saltou para cerca de 40.000. Na Europa os principais países consumidores em destaque são Alemanha, Holanda, Suíça, França e Inglaterra. Estados Unidos são consumidores e exportadores, exportando principalmente para Europa, seus principais produtos são soja, trigo, feijões (FARINA; REZENDE, 2001).

As áreas de manejo de produtos orgânicos seguem a mesma característica de produção que a agricultura convencional. Produtos com o preço mais alto por unidade são produzidos em áreas maiores, como por exemplo, os derivados da pecuária. Já os produtos com o preço mais baixo por unidade, são produzidos em áreas menores como é o caso da horticultura (ORMOND, *et al.*, 2002).

Os dez países de maior relevância na produção de alimentos orgânicos abrangem três quartos de toda produção mundial. Em ordem crescente de desempenho, tem-se Alemanha, Uruguai, Itália, Índia, Espanha, Brasil, Estados Unidos, China, Argentina, Austrália (BASTOS, 2010).

De acordo com Bastos (2010), comparando dados de 2009 e 2010, percebe-se um aumento de cerca de três milhões de hectares de cultivo orgânico, ou seja, cerca de 9%. Esse aumento se encontra em todos os continentes, sendo que a maior alta foi na América Latina (26%). Dados também apontam que entre o período de 2000 e 2010, a quantidade de áreas com manejo orgânico triplicou.

As pesquisas dos últimos anos apontam para um crescimento do comércio internacional de produtos orgânicos, esse crescimento é de aproximadamente de US\$ 64 bilhões em 2012. A produção de orgânicos hoje em dia é realizada em todo o mundo, mas a crescente demanda é concentrada em apenas duas regiões do globo (Oceania e Europa), além disso, o comércio internacional vem sendo prejudicado pelas normas (SAHOTA, 2014).

Os autores Ormond, *et al.* (2002) falam das dificuldades em mensurar a produção orgânica no mundo, além de poucos números publicados a respeito de quantidades produzidas e áreas cultivadas, há também uma série de produtos orgânicos com características diferentes para contabilizar.

Existe certa dificuldade de analisar a produção de orgânicos, dada à heterogeneidade de subsetores agropecuários envolvidos, que vai desde a pecuária extensiva ao cultivo de hortaliças, passando pelo cultivo de cereais e frutas ou por processos de extrativismo ou coleta de mel, envolvendo manejos que não guardam semelhança de área e volume de produção entre si (ORMOND *et al.*, 2002, p.11).

Apesar das dificuldades apontadas por Yussefi e Willer (2007) estimam que a Oceania apresente 39% de propriedades de orgânicos do mundo, a próxima posição é ocupada pela Europa com 23% e a América Latina vem logo atrás com 19%. Atualmente, os países que detêm as maiores áreas de orgânicos são Austrália com 11,8 milhões de hectares, Argentina com 3,1 milhões de hectares, a China, com 2,3 milhões de hectares e os EUA, com 1,6 milhões de hectares.

Segundo os autores Ormond, *et al.* (2002), a Argentina e a Austrália são países com grande extensão de terras e também os países que possuem maiores áreas de produção de orgânico no mundo, esse resultado é explicado pela prática tradicional da pecuária de corte ou leite. O Reino Unido destaca também sua produção orgânica com a pecuária, ocupando 79% de sua produção orgânica com essa atividade.

De acordo com Sahota (2014), a Europa e os EUA fizeram um acordo por alimentos orgânicos em 2012, mas muitos países ficaram de fora e, em consequência disso, a produção de orgânicos na América Latina, Ásia e África poderá aumentar devido ao crescimento da exportação desses bens.

Para Ormond, *et al.* (2002), na América do Norte, o Canadá e os Estados Unidos estão como terceiro e quinto maiores produtores de orgânicos do mundo. Nestes países, apesar de grande extensão territorial, a atividade orgânica que lidera o setor vem com a produção de cereais e grãos.

Já Brasil, Portugal, México e Suécia possuem características particulares com produção de orgânicos. No Brasil a produção de orgânicos é realizada pelos pequenos produtores, em geral com programas da agricultura familiar, já o México também participa da produção orgânica com micro produtores. Portugal tem produção orgânica dominada pelo cultivo de azeitonas e uvas, e a Suécia, a pecuária e produção de grãos que dominam o setor de orgânicos do país (ORMOND, *et al.*, 2002).

Comparando a exploração da agricultura orgânica proporcionalmente com a exploração da agricultura convencional, o número é mais elevado na Europa (ver figura 1). A América do Norte também apresenta um grande crescimento na exploração com terras orgânicas a partir de 2004, porém no mesmo período houve países que apresentaram quedas com essa cultura, como é o caso da China, Chile e Austrália (YUSSEFI; WILLER, 2007).

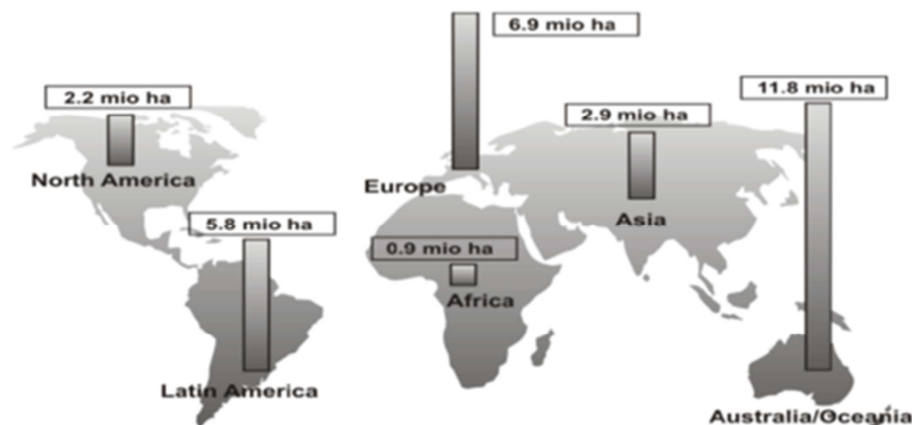


Figura 1 - Produção Orgânica no Mundo
Fonte: Yussefi e Willer (2007)

A pesquisa de Yussefi e Willer (2007) mostra não somente números, mas também os principais usos dessas terras, bem como cada cultura impacta globalmente. Além disso, demonstra a colocação de determinada cultura em um país. Por exemplo, o número um na produção de cítricos orgânicos é a Itália; o México é o maior produtor de café orgânico; e a República Dominicana é um dos principais produtores de cacau orgânico. Em relação à cultura da uva orgânica, a Itália, a Espanha e a França são os maiores produtores. Também a Itália e a Espanha, juntamente com Tunísia, são os países que possuem as maiores áreas de azeitonas orgânicas.

Para Ormond, *et al.* (2002), os demais países produtores de orgânicos no mundo, tem no geral uma produção variada como de frutas, legumes e verduras com destino ao consumo *in natura*. Nestes países, a área média da produção de orgânicos se aproxima da média da produção da agricultura convencional.

Tabela 1 - Agricultura Orgânica no Mundo: Países Selecionados

Agricultura Orgânica no Mundo: Países Selecionados								
MIL ha DE MANEJO ORGÂNICO CERTIFICADO E EM CONVERSÃO	MIL ha DE ÁREA TOTAL DESTINADA À AGRICULTURA	ÁREA DE CULTURA ORGÂNICA	NÚMERO DE PROPRIEDADES RURAIS PRODUTORAS DE ORGÂNICOS	NÚMERO TOTAL DE PROPRIEDADES RURAIS	NÚMERO DE PROPRIEDADES COM MANEJO ORGÂNICO	ÁREA MÉDIA		
		ÁREA TOTAL DE AGRICULTURA			NÚMERO TOTAL DE PROPRIEDADES	Orgânica	Total	
Alemanha	452	17.160	2,63	10.400	534.000	1,95	43,5	32,1
Áustria	290	3.415	8,49	18.360	270.000	6,80	15,8	12,6
Bélgica	20	1.383	1,45	628	67.000	0,94	31,8	20,6
Dinamarca	165	2.689	6,14	3.466	63.000	5,50	47,6	42,7
Espanha	380	25.630	1,48	13.424	1.208.000	1,11	28,3	21,2
França	370	28.331	1,31	9.260	680.000	1,36	40	41,7
Grécia	25	3.499	0,71	5.270	821.000	0,64	4,7	4,3
Holanda	28	2.000	1,40	1.391	94.000	1,48	20,1	21,3
Irlanda	32	4.342	0,74	1.014	148.000	0,69	31,6	29,3
Itália	959	14.833	6,47	49.018	2.135.000	2,30	19,6	6,9
Portugal	50	3.822	1,31	763	417.000	0,18	65,5	9,2
Suécia	172	2.747	6,26	3.329	90.000	3,70	51,7	30,5
Suiça	95	1.071	8,87	5.852	74.000	7,91	16,2	14,5
Reino Unido	425	18.500	2,3	2.975	233.000	1,28	142,9	79,4
Europa	3.463	129.422	2,68	125.150	6.834.000	1,83	27,7	18,9
Canadá	1000	74.627	1,34	1.830	262.000	0,70	546,4	284,8
Estados Unidos	900	450.000	0,20	5.000	2.191.000	0,23	180	205,4
México	85	108.300	0,08	28.000	4.400.000	0,64	3	24,6
Nafta	1.985	632.927	0,31	34.830	6.853.000	0,51	57	92,4
Argentina	3000	169.492	1,77	1.400	1.320.000	0,11	2.142,90	128,4
Brasil	270	353.611	0,08	7.063	4.860.000	0,15	38,2	72,8
Mercosul	3.270	523.103	0,63	8.463	6.180.000	0,14	386,4	84,6
Austrália	7.654	472.000	1,62	1.687	118.357	1,40	4.537,00	3.987,90

Fonte: Ormond *et al.* (2002)

Os países apresentados na Tabela 01 são aqueles em que a agricultura orgânica apresenta taxa de crescimentos em destaque e que a atividade se tornou importante no consumo desses países (ORMOND, *et al.*, 2002).

A produção de hortaliças e legumes é parte importante da produção sob manejo orgânico, mas esses produtos ocupam áreas relativamente pequenas em comparação com o volume obtido. Produções de cereais, oleaginosas, frutas ou café tendem a ocupar áreas maiores, porém é a pecuária de corte ou leite que se apresenta como demandante de grandes áreas (ORMOND, *et al.*, 2002, p.11).

A mudança do consumidor fez com a venda internacional de produtos orgânicos mudasse de cenário. Em 30 anos as vendas passaram de quase nada para U\$ 60 bilhões de dólares. A produção de alimentos orgânicos trouxe a segurança para consumidores que procuram alimentos saudáveis e buscam saber de suas origens e meios de produção. A tendência de

produtos orgânicos vem acompanhada com métodos sustentáveis como, por exemplo, os rótulos ecológicos entre outros meios que visam padronizar e fortalecer a importância de produtos ecologicamente corretos (SAHOTA, 2014).

Ainda segundo o mesmo autor, os Países de Alta Renda (PAR), tem uma demanda muito maior pelo mercado de orgânicos. Essa demanda pode estar ligada a dois fatores: o primeiro está relacionado diretamente à renda, ou seja, a demanda é maior em consequência do maior poder de compra; já o segundo fator está ligado ao fato de esses consumidores terem mais acesso à informação em relação ao modo de produção e rastreabilidade.

O mercado interno de Países de Baixa Renda (PBR) apresenta um comércio do excedente dos produtos orgânicos produzidos para exportação. O consumo é maior com produtos in natura e de origem animal em relação aos produtos processados (BRASIL, 2007b).

O comércio mundial entre os países do Sul-Norte de produtos orgânicos caracteriza-se pela predominância do Sul como exportador de matéria-prima orgânica certificada, deixando para o Norte-Norte o comércio de produtos de maior valor agregado. Os produtos orgânicos certificados e transacionados nos mercados globais incluem: frutas e legumes frescos, nozes e frutas secas, especiarias, ervas, frutas e vegetais processados, cacau, óleos vegetais, doces, alimentos processados e bebidas a base de frutas. Itens não alimentares incluem algodão, óleos essenciais para cosméticos e flores de corte (BRASIL, 2007b, p. 22).

Sahota (2014) explica que desde a crise de 2008, houve uma desaceleração no crescimento do mercado de alimentos orgânicos. Muitos países vêm sofrendo com suas economias enfraquecidas, apesar da recuperação econômica global a exemplo de alguns países europeus. A demanda tem diminuído com o aumento do desemprego e da queda da renda.

Mas estudos da USDA (2014) apontaram que consumidores preferem alimentos produzidos organicamente por causa de suas preocupações em relação à saúde, meio ambiente e bem-estar animal. Ainda segundo o autor, os consumidores mostram uma vontade de pagar os prêmios de preços estabelecidos no mercado.

Na Europa houve um alto crescimento de áreas de produção orgânica com certificação da Comunidade Europeia desde 1991, apresentando três milhões de hectares até 2000. Esse crescimento foi influenciado com a regulamentação aplicada a EC 2092/91. Além da regulamentação desse mercado, outras políticas (públicas e privadas) influenciaram no aumento desse mercado, como pesquisas, assistência técnica, capacitação e informação aos consumidores (BRASIL, 2007b).

Tabela 2 - Mundo: área sob manejo da agricultura orgânica, principais blocos comerciais (mil hectares)

Blocos Comerciais	1999	2000	2001	2002	2003
EU	2.840	3.382	3.798	4.792	4.029
Nafta	1.950	1.174	1.326	1.645	1.847
Mercosul	481	3.121	3.624	4.653	4.455
Oceania	1.752	7.671	7.751	10.050	11.344
Outros	385	467	658	2.929	4.783
Total	7.408	15.814	17.156	24.070	26.458

Fonte: Brasil (2007b)

O comércio de produtos orgânicos nos blocos comerciais apresenta um aumento contínuo. De acordo com a tabela, o grupo do Mercosul apresentou um destaque, com a maior taxa de crescimento. Nesses países, o comércio de orgânicos funciona da mesma forma que o comércio mundial de commodities, portanto, agora exportando matérias-primas orgânicas (BRASIL, 2007b).

Os autores Ormond, *et al.* (2002, p. 13 e 14), destacam o comércio entre os países, para eles, os dados a respeito do comércio de orgânicos no mundo além de escassos tem pouco conteúdo, porém, as trocas entre os países aparecem de forma clara:

Os Estados Unidos, a Alemanha, o Japão e o Reino Unido são polos centrais de importação, destacando-se a Alemanha, que, embora produza 80% do seu consumo interno, é um grande importador e vem se tornando o entreposto dos produtos orgânicos na Europa.

Como fornecedores inter-regionais importantes na União Europeia destacam-se a Espanha, que exporta 75% de sua produção, a Itália e a Dinamarca, que exportam 67%, além da Áustria e de Portugal. No NAFTA, o Canadá exporta 80% de sua produção, a maioria para os Estados Unidos, e o México tem, neste país, seu maior comprador.

Por fora das relações inter-regionais, o Japão complementa o abastecimento de seu mercado com produtos argentinos e australianos, além dos provenientes dos Estados Unidos e da União Europeia. O México e a Argentina também fornecem produtos orgânicos para a União Europeia.

Em relação à produção de orgânicos silvestres, a pesquisa do Centro Internacional de Comércio ITC e Serviços Orgânicos, realizada em 2005, mostrou que existem cerca de 62 milhões de hectares de coleta silvestre orgânica. As maiores áreas estão situadas na Europa e África, apresentando cerca de 27 milhões em cada continente. Em relação a números, os principais produtos são os brotos de bambu, com 36% do total extraído. Logo vêm as frutas e *berries*, conhecidas também como bagas, apresentando 21% das extrações e, posteriormente, as castanhas, com 19%. Logo a extração desses produtos silvestres aumenta nas estatísticas globais para orgânicos (YUSSEFI; WILLER, 2007).

3.1 PRODUÇÃO E MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO BRASIL

O mercado de orgânicos mostrou uma ampliação, de acordo com as autoras Alcântara e Souza (2003, p. 334): “[...] o aumento da demanda por esses produtos vem criando um mercado com um crescimento da ordem de 25% ao ano no Brasil e 20% nos países europeus.”

Para os autores Ormond, *et al.* (2002, p. 14), em relação à produção brasileira de orgânicos, não existem dados seguros desse setor. Todos os dados registrados são baseados com as pesquisas realizadas no setor com produtores, empresas que comercializam estes produtos e até certificadoras, com o objetivo de chegar ao número próximo deste setor.

Os autores ainda colocam que além de não haver registros dos dados do setor de orgânicos encontra-se outra dificuldade, pelo motivo de sigilo comercial, algumas empresas certificadoras não passam informação, o que não permite que se alcance um resultado preciso de produtores, áreas e culturas cultivadas e também a perspectiva de crescimento de produtos orgânicos.

Assim como acontece para o mercado internacional, as informações sobre a produção da Agricultura Orgânica (AO) no Brasil são ainda relativamente escassas, encontrando-se dispersas nos arquivos de Organizações Certificadoras (OCs), de associações de agricultores e de ONGs. Não existe controle sistemático dos dados por nenhum órgão federal. Em alguns estados, este controle está se iniciando, por meio das secretarias estaduais de agricultura, com destaque para o Estado do Paraná que há seis anos realiza anualmente esse levantamento (BRASIL, 2007b, p. 39).

Segundo dados levantados pelo BNDES, é difícil se chegar a um número preciso de produtores de orgânicos, uma vez que um mesmo produtor pode usar mais de um selo,

repetindo a contagem. Fica então mais fácil quantificar as áreas de produção, conforme mostrado na Tabela 3:

Tabela 3: Culturas com Maiores Áreas de Produção sob Manejo Orgânico e Número de produtores em 2002

PRODUTO	NÚMERO DE PRODUTORES	%	PRODUTO	ÁREA (ha)	%
Soja	593	8,4	Frutas	30.364	11,26
Hortaliças	549	7,77	Cana-de-Açúcar	30.193	11,19
Café	419	5,93	Palmito	20.816	7,72
Frutas	273	3,87	Café	13.005	4,82
Palmito	40	0,57	Soja	12.516	4,64
Cana-de-Açúcar	18	0,25	Hortaliças	2.989	1,11
Milho	6	0,08	Milho	264	0,10
Processados	127	1,80	Processados	-	-
Outros + Pasto	5.038	71,33	Outros + Pasto	159.571	59,16
Total	7.063	100,00	Total	269.718	100,00

Fonte: Ormond *et al.* (2002)

Com referência às informações de produção da Tabela 3, em Ormond *et al.* (2002) tem-se:

A área ocupada é de 269.718 ha, sendo 116.982 há utilizados para a pastagem de gado de corte e de leite manejado segundo normas da agricultura orgânica e os restantes 152.736 há destinados ao cultivo dos mais diversos produtos agrícolas, desde commodities a especiarias, incluindo também produtos típicos de atividade extrativista (ORMOND, *et al.*, 2002, p. 14-15).

Ormond *et al.* (2002), também destaca o padrão do Brasil de fornecimento como sendo os produtos primários, comparando com outros países que processam orgânicos, fica bem atrás na relação entre produtores e processadores, com 1,8%, a França é de 7%, na Suécia 13%, no Reino Unido 21% e na Holanda 36%.

O aumento na produção de produtos orgânicos no Brasil desde o início do seu comércio na década de 1970 apresenta um desenvolvimento lento, há dificuldades que limitam o seu mercado, as políticas de estímulo à produção de orgânicos não são suficientes (BRASIL, 2007b).

O Brasil apresentou um desenvolvimento com a agricultura orgânica na década de 90 graças a iniciativas e incentivos do Estado. Atualmente são os produtores rurais em especial os pequenos produtores, que em conjunto com cooperativas de produtos orgânicos e ONGs, respondem pelo desenvolvimento deste setor (ALCÂNTARA; SOUZA, 2003).

Além de problemas com o meio ambiente ocasionados pela forte mecanização, uso de insumos e defensivos químicos incentivados pela agricultura convencional, o fator que mais estimulou o aumento da demanda pelos produtos orgânicos foi à preocupação por um produto seguro e saudável. Após vários episódios no exterior e até no Brasil com alimentos contaminados, a preocupação com a qualidade dos alimentos e a saúde dos consumidores passou a ter maior atenção (ALCÂNTARA; SOUZA, 2003).

O Brasil participa com uma parcela de fornecimento de produtos orgânicos no mercado externo, exigindo que estes produtos tenham a certificação exigida no mercado internacional. Vários itens orgânicos já são exportados pelo Brasil:

[..] soja, café, açúcar, castanha-de-caju, suco concentrado de laranja, óleo de palma e, em volumes menores, manga, melão, uva, derivados de banana, fécula de mandioca, feijão-adzuki, gergelim, especiarias (canela, cravo-da-índia, pimenta-do-reino e guaraná) e óleos essenciais (utilizados como essência no preparo de sorvetes, perfumes, bolo etc.). (ORMOND, *et al.*, 2002, p.16).

Com isso, agentes da cadeia produtiva de alimentos, vem buscando inovar e melhorar as estratégias do mercado para este setor, uma vez que há um crescimento alto e contínuo do consumo dos produtos orgânicos e com boa rentabilidade (ALCÂNTARA; SOUZA, 2003). Levantamento do BNDES mostrou que os produtos orgânicos no Brasil, tem uma margem de lucro bem maior que os produtos convencionais. O preço mais alto de orgânicos deve-se os custos de certificação, produção em menor escala e maior uso de mão-de-obra (ORMOND, *et al.*, 2002).

3.2 PRODUÇÃO E MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NOS EUA

O ano de 2000 foi um grande marco para a indústria de alimentos orgânicos nos EUA, pela primeira vez, alimentos orgânicos foram mais vendidos em relação aos outros produtos nos supermercados convencionais, do que em qualquer outro ponto de venda. As estimativas dessa indústria mostraram que pouco menos de 50% dos 7,8 bilhões de dólares em vendas com orgânicos deste ano, foram adquiridos em pontos de venda convencionais (DIMITRI; GREENE, 2002).

De acordo com pesquisas realizadas pelo United States Department of Agriculture – USDA (2014), a demanda por produtos orgânicos não para de crescer, em consequência disso, o governo dos EUA proporciona incentivos para seus agricultores, conseguindo atingir uma grande diversidade de bens produzidos. Através de dados da indústria, os especialistas apontaram que produtos orgânicos estão disponíveis em cerca de 20.000 lojas de produtos naturais e quase 3 em cada 4 supermercados convencionais.

Segundo Dimitri e Greene (2002), a demanda dos consumidores por esses bens tem mostrado taxas crescentes, de acordo com a USDA, certificadora dos EUA, pode perceber de várias formas essas mudanças, uma prova disso que o cultivo de terras certificadas dobrou do ano de 1992 para o ano de 1997, passando para 1,3 milhões de hectares, e esses números aumentaram significativamente para o ano de 2001. Mais variedades de orgânicos estão sendo introduzidos no mercado, em 2000, 800 produtos chegaram às prateleiras, a partir de então, novos pratos e bebidas estão sendo criados com base em orgânicos.

Os EUA criaram um novo departamento de Agricultura e Normas para Alimentos Orgânicos, com a finalidade de contribuir para o aumento da indústria deste setor. Para a USDA, um produto orgânico é aquele que passa por um sistema de produção de acordo com as normas da Lei de Produção de Alimentos Orgânicos. Essas normas são implantadas respeitando as condições específicas de cada local, funcionando de acordo com sua cultura e meio biológico, promovendo a preservação e o equilíbrio do meio ambiente. Logo um produto para ser comercializado como orgânico, deve obedecer a esses regulamentos que entraram em vigor em outubro de 2002 (DIMITRI; GREENE, 2002).

Não existe uma estatística nacional precisa sobre as vendas de orgânicos para os EUA de acordo com o USDA. Os dados são fragmentados e muitas vezes inconsistentes. Esses alimentos são comercializados em lojas de produtos naturais, supermercados convencionais e/ou direto com o consumidor, uma pequena parte da produção também chega a ser exportada (DIMITRI; GREENE, 2002).

Nos EUA, os supermercados são diferentes da Europa, pois os produtos orgânicos estão concentrados em duas cadeias de varejistas que detêm 10% do mercado total de vendas dos produtos orgânicos no varejo. Enquanto na Europa o crescimento se deu em supermercados locais depois regionais de supermercados, nos EUA, houve uma rápida aquisição de redes regionais, que hoje trabalham em 6 a 07 regiões do país, sendo que as duas cadeias só competem em 7 estados americanos (FONSECA, 2005, p. 67).

Dimitri e Greene (2002) ainda relatam que, desde 1999 uma empresa de pesquisa de mercado dos EUA, a Packaged Facts, publica dados sobre as vendas totais de produtos orgânicos. Neste mesmo ano, o comércio de orgânicos obteve um total de US\$ 6,5 bilhões em vendas, passando para o número de US\$ 7,8 bilhões no ano de 2000. Segundo essa empresa, há um crescimento constante das vendas deste setor desde 1990, alcançando uma taxa de crescimento anual de 20% ou mais.

O comércio de orgânicos nos EUA ocorre basicamente através de supermercados convencionais, lojas de alimentos naturais e mercados diretos ao consumidor, seus preços continuam a subir de acordo com a ampliação da demanda (USDA, 2014).

Especialistas da USDA com dados de *Nutrition Business Journal*, chegaram a uma estimativa de 28,4 bilhões de dólares em venda com os orgânicos nos EUA no ano de 2012 com um acréscimo de 4% no valor total das vendas para o ano de 2014, atingindo 35 bilhões de dólares (USDA, 2014).

3.3 PRODUÇÃO E MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA ÁSIA

A Ásia é um grande exportador de matéria-prima orgânica, o continente também importa quantidades significativas de produtos orgânicos processados com certificação. Economias em desenvolvimento na Ásia têm sua produção de orgânicos exportada principalmente para a UE e para os Estados Unidos. Outros mercados incluem o Oriente Médio, Austrália e outras regiões dentro da própria Ásia (IFOAM; FAO; UNCTAD, 2010).

Os autores ainda relatam que a Índia é um exemplo dos países em desenvolvimento, onde a maioria de sua produção e exportações são produtos primários com baixo valor agregado, por exemplo, matéria-prima seca/processada crua, ao contrário do Japão, Coreia do Sul e Taiwan. A maioria da produção dessas economias em desenvolvimento na região (com exceção da China) é organizada em forma de grupos de produtores com contratos com as empresas exportadoras.

A demanda local concentra-se nos países mais ricos como Japão, Coreia do Sul, Taiwan, Cingapura e Hong Kong, o consumo é moderado em parte por causa dos altos preços dos produtos orgânicos. Embora a maior parte do setor seja motivada pelas exportações, existe um grande número de importações (SILVA, 2012).

Existem também os casos de importações regionais, como é o caso do mercado da Malásia, eles compram feijão e grãos provenientes da China, arroz da Tailândia, Camboja e Indonésia, outros produtos como salgadinhos de Taiwan e bebidas da Coreia do Sul. Grande parte de produtos orgânicos processados vem da Europa e Estados Unidos, alguns de seus produtos utilizam matéria prima exportada da Ásia. A Alemanha também processa alimentos com base em matérias primas de origem das Filipinas (IFOAM; FAO; UNCTAD, 2010).

O total da área orgânica asiática é aproximadamente de 3,1 milhões de hectares e 97.020 propriedades. A Ásia representa 9% das terras agrícolas do mundo e, conta ainda com 6,4 milhões de hectares de florestas e áreas de extrativismo. (TERRAZZAN; VALARINI, 2009).

O continente asiático é um dos maiores mercados do mundo e cenário de variados setores. Os orgânicos hoje são um conceito bem aceito e uma tendência política e de mercado. Os alimentos orgânicos processados vêm sendo produzidos na Ásia e ganhando espaço, embora a maioria da produção seja de alimentos frescos e de cultivos com processamento de baixo valor-agregado, tais como ingredientes crus secos (SILVA, 2012, p. 38).

O Japão representa o maior mercado da Ásia, os consumidores têm conhecimento dos produtos orgânicos e de seus métodos de produção. O Japão produz arroz, chá, sakê, vinagre de arroz, mas também é um grande importador de uma grande variedade de alimentos

orgânicos. É o maior importador de orgânicos na região, com os prêmios nos preços alcançando entre 20% e 50% a mais que os produtos convencionais (BRASIL, 2007b).

Este país tem importado produtos orgânicos como massa, cereais, café (Brasil, América Latina); chá preto, erva-mate (Paraguai); vinho, cerveja, óleo, presunto, mel, vegetais congelados (Estados Unidos, Nova Zelândia, Austrália, Canadá); nozes secas, frutas secas, frutas frescas – kiwi, banana (México e Filipinas); laranja, carne bovina e de aves, açúcar, pão, molhos, grãos e produtos a base de soja (China e Estados Unidos) e salmão (Noruega) (BRASIL, 2007b).

O Japão completa o abastecimento de seu mercado de orgânicos com produtos argentinos e australianos, além dos provenientes dos Estados Unidos e da EU. Porém, dados do Japão para vendas no varejo apresentaram uma queda após a norma de produção implantada (JAS/2001). Alguns produtos foram rotulados como “verde”, assim deixaram de aparecer nas estatísticas oficiais, embora apresentando um consumo em alta (FONSECA, 2005).

As cooperativas de consumidores (15% da população japonesa) sempre venderam tradicionalmente produtos orgânicos. Entretanto, com a introdução das normas japonesas, tem diminuído a variedade de produtos. O sistema TEIKEI (sistema associativo de produção agrícola e comercialização no Japão), as cestas a domicílio e as cooperativas de consumidores, tradicionais canais de escoamento dos produtos orgânicos japoneses estão sendo confrontados com essa estratégia para a agricultura orgânica (FONSECA, 2005).

Os principais canais de comercialização no Japão são o sistema TEIKEI, supermercados, restaurantes e cesta a domicílio. Nos supermercados os orgânicos são adquiridos por empresas de alimentos, exportadores e atacadistas. Segundo o Ministério da Agricultura Japonês a participação dos supermercados e restaurantes no escoamento dos produtos orgânicos é quase igual à participação das cooperativas de consumidores mais as vendas diretas. Os outros canais usados são cooperativas agrícolas, processadores alimentos, atacadistas (FONSECA, 2005).

A autoridade competente chinesa Administração de Certificação e Acreditação da República Popular da China (CNCA), publicou dados referentes à área cultivada na China em fevereiro de 2010. A agricultura orgânica no país alcançou 2,03 milhões de hectares, com mais de 3000 produtores certificados em 2009. No entanto, quando as áreas de coleta selvagem são incluídas, a Índia tem uma maior participação no setor (IFOAM; FAO; UNCTAD, 2010).

De acordo com os autores acima, o Programa Nacional da Índia para Produção Orgânica (NPOP) e, a Autoridade de Agricultura e Desenvolvimento de Alimentos Processados para exportação (APEDA) divulgaram que 3.950.000 hectares estão certificados na Índia para o ano 2008-2009. Desse total, 960.000 hectares eram terra de fazendas e 2.990.000 hectares de áreas de coleta de florestas selvagem.

Os autores ainda colocam que a Índia possui o maior número de produtores orgânicos em todo o mundo, com aproximadamente 338.000 produtores, a maioria dos quais são organizados em grupos. O setor orgânico indiano apresentou uma taxa de crescimento médio anual de 66% na produção de orgânicos, totalizando cerca de 1,62 milhões de toneladas com certificação. Desse total, cerca de 44.000 toneladas (2,74%) foram destinadas para a exportação.

Exportadores estrangeiros se deparam com grande competição com os países próximos ao Japão (China, Coreia do Sul), esses países, que têm custos de produção baixos e proximidade (um importante fator para garantir o frescor de alguns produtos), e também terem desenvolvido rapidamente suas produções orgânicas frescas nos últimos anos (FONSECA, 2005).

Segundo IFOAM, FAO e UNCTAD (2010), o valor das exportações asiáticas registrada em 2002-3 foram de US 13 milhões, em 2008-9 passou para US 116 milhões. Isso incluía 135 variedades de produtos, 70% das exportações foram destinadas para a Europa, 20% para os Estados Unidos, 5% para o Sudeste Asiático, 3-5 % para o Japão e o restante para África Do

Sul. A maior exportação por valor era de algodão, seguido por chá, frutas secas, ervas medicinais, arroz, mel, especiarias, gergelim e outros.

Embora a Ásia não possua uma vasta área de agricultura orgânica, a produção de alimentos vem crescendo gradativamente, seguindo a demanda de países exportadores. Países como Índia, China, Tailândia e Malásia são importantes exportadores de frutas, cereais, grãos, feijão, ervas e especiarias e adotam padrões da Europa, Estados Unidos e/ou Japão (SILVA, 2012).

A produção de carne de gado orgânica na Ásia ainda não está desenvolvida, isso devido às normas de produção de gado orgânico, as quais ainda não conseguiram se enquadrar, principalmente em relação ao uso de alimentos e outros insumos biológicos para os animais, como também o acesso a pastagens orgânicas (IFOAM; FAO; UNCTAD, 2010).

De acordo com os mesmos autores, quantidades de produtos certificados de origem animal são limitadas na Ásia, existem produtos principalmente derivados de aves e porco, que estão disponíveis em alguns mercados do Japão, Coreia do Sul, Taiwan e China. A aquicultura está sendo um segmento emergente do setor em Bangladesh, China, Indonésia, Vietnã, Tailândia e Mianmar.

Esses autores ainda relatam que na Ásia, produtos orgânicos com certificação doméstica podem ter preços com variação de até 500 % acima dos preços de produtos convencionais de acordo a localização de mercado, e qualidade dos produtos.

3.4 PRODUÇÃO E MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA EUROPA

O início do movimento da agricultura orgânica na Europa surgiu no século XX, porém, o aumento da demanda europeia pelo consumo desses produtos é mais recente. Acontecimentos relacionados a doenças e contaminações como a síndrome da “vaca-louca” e dioxina na Bélgica, aumentam a preocupação de consumidores com a segurança alimentar e preservação do meio ambiente (OLIVEIRA, 2003).

O crescimento da produção orgânica de acordo com, Yussefi e Willer (2007), tem sido em média de 30% até o ano de 2001. Essa evolução faz com que a Europa se torne o segundo continente com a maior área de produção orgânica certificada. Um dos fatores responsáveis por esse crescimento, é o incentivo público com políticas voltadas ao estímulo da produção orgânica em alguns países desse continente.

Após a regulamentação de produção do setor pela norma CEE 2092/91, a Europa adotou políticas de subsídios para a conversão de sistemas convencionais para sistemas orgânicos através da regulamentação CEE 2078/92. Outro fato que mostra o interesse europeu pelo setor de orgânicos é sua grande participação no comércio internacional, alguns países necessitam importar para suprir a demanda interna como exemplo Alemanha e Reino Unido, mas também alguns países participam no mercado de exportações com esses bens como é o caso da Espanha e Itália (OLIVEIRA, 2003).

A Itália é um dos maiores produtores de orgânicos da Europa, atualmente aproximadamente 1 milhão de hectares, representando 7-8 % da superfície agrícola total, são cultivos orgânicos por meio de 42.000 fazendas. A produção inclui principalmente cereais que, juntamente com pastagens, ocupam mais de 50% das terras agrícolas orgânicas, seguido pela olivicultura e viticultura. Já a criação de gado, não apresentou aumento na produção, especialmente a produção de aves domésticas, carneiros e porcos (GRANDI; TRIANTAFYLIDIS, 2010).

Segundo os autores acima, na Itália a agricultura orgânica foi adequada para explorações situadas dentro dos parques nacionais. Esses parques não sofrem influências de poluição externa, contam ainda com o benefício proporcionado pelas áreas selvagens, assim torna-se um habitat natural de pássaros e insetos, os quais cumprem com um papel importante na proteção das plantações.

O estudo desses autores também mostrou que a agricultura orgânica nesses parques não prejudica o meio ambiente, essas técnicas ajudam a promover a biodiversidade auxiliando na proteção do ecossistema. Os agricultores são apoiados pelo estado recebendo subsídios pela prática de proteger a natureza.

Porém a agricultura orgânica em áreas protegidas, ainda não é explorada como é no restante do país. De acordo com o estudo encomendado pelo Ministério do Ambiente (INEA), mostrou ser necessário desenvolver e expandir a agricultura nessas áreas. Isso deve ocorrer de acordo com as medidas da UE, gerando mais emprego e renda e aumento das técnicas agrícolas que preservem a natureza, resultando também no crescimento de produtos no mercado com a certificação de orgânicos (GRANDI; TRIANTAFYLLIDIS, 2010).

A agricultura orgânica em áreas protegidas na Itália obteve sucesso devido ao trabalho de agricultores orgânicos e apoio da associação que os representa a AIAB (Associação Italiana de Agricultores Orgânicos), além disso, o apoio do Estado (GRANDI; TRIANTAFYLLIDIS, 2010).

Os autores acima concluíram que o projeto aplicado nos parques Nacionais italianos e nas fazendas pode trazer resultados que mostraram a eficiência em toda cadeia de produção de orgânicos. Essas práticas envolvem ações em vários ciclos interligados promovendo a produção de bens em todas as etapas de forma sustentável, juntamente com a proteção do meio ambiente que também trazem benefício social e econômico para com a sociedade, comprovando ser viável esta gestão.

Já a Alemanha destaca-se como maior mercado orgânico europeu, o canal de distribuição no país ocorre por meio de vendas diretas e em pequenas lojas representam cerca de 2/3 do segmento de distribuição de produtos orgânicos. A Alemanha, embora produza 80% do seu consumo interno, é um grande país importador e esta tornando-se um entreposto de produtos orgânicos na Europa (BRASIL, 2007b).

O Brasil mostra-se presente no mercado alemão de produtos orgânicos, somente como fornecedor de manga. Os consumidores alemães preferem comprar variedades de manga grande (calibre 8-14), em vez de mangas menores produzidas nos países tropicais. Este fato é importante para o Brasil, uma vez que a Alemanha é um dos maiores mercados para produtos orgânicos da União Europeia. O preço da manga orgânica é muito elevado devido ao fato de ser uma fruta muito demandada pelos importadores (BRASIL, 2007b).

Na Alemanha, os prêmios nos preços dos produtos orgânicos variam entre 10% e 15%, mas pode ser menor ou maior, dependendo da oferta na época. A tendência é que os preços finais caiam em razão de economias de escala (maiores quantidades, logística e carregamento mais eficientes), mas isso não significa necessariamente que os preços pagos aos produtores também diminuam na mesma proporção (Brasil, 2007b, p. 54).

No ano de 2012, a produção na Alemanha chegou a uma área de 1,03 milhões de hectares de terras agrícolas com métodos orgânicos por 23.000 fazendas, que representam 7,7% do total. A parte orgânica registrou um crescimento de 6,2% no mesmo ano, de acordo com o Ministério Federal para Alimentação, Agricultura e Proteção do Consumidor (BMELV) em Berlim (YUSSEFI; WILLER, 2007).

O desenvolvimento positivo da indústria orgânica deve-se em grande parte ao fato de que os jovens, em particular, são os que mais compram alimentos produzidos organicamente. As vendas de comida vegetariana, assim como os produtos de conveniência cresceram significativamente, no ano passado. Houve também um aumento na taxa de crescimento de lojas especializadas e supermercados orgânicos. Na Alemanha 105 novas lojas orgânicas especializadas abriram suas portas no ano passado (ORGANICSNET, 2014).

Por outro lado, Alemanha tem um baixo número de produtores convencionais que estão convertendo as propriedades em orgânicas. No ano financeiro de 2012 /13, os rendimentos dos empreendimentos orgânicos aumentaram em média apenas 1,5% por trabalhador chegando a 30.982 €. Ao contrário dos anos anteriores, os resultados foram uma renda média mais baixa que a das fazendas convencionais, provando que a Alemanha tem mais perfil de consumo desses produtos (ORGANICSNET, 2014).

Outros países fora do continente europeu que mais participam nas importações europeias são Israel, Egito, Marrocos, Estados Unidos e países da América do Sul entre eles o Brasil. Esses países aproveitam suas vantagens comparativas para competir no mercado, pois além de suprir a demanda da Europa, eles acabam concorrendo com próprios países europeus, uma prova disso é que os produtos exportados para eles são aqueles que o continente não tem viabilidade econômica para produzir (OLIVEIRA, 2003).

Os produtos orgânicos brasileiros exportados para a Europa são açúcar, café, castanha de caju, derivados de banana, algumas especiarias, fécula de mandioca, feijão adzuki, gergelim, manga, melão, óleos essenciais e soja. Outros autores ainda citam outros produtos como cacau, erva-mate, frutas secas e cereais, alguns produtos brasileiros possuem algum nível de processamento, mostrando interesse do consumidor europeu pelos produtos manufaturados brasileiros (ORMOND, *et al.*, 2002).

4. CONCLUSÕES

A agricultura orgânica esta difundida em todo o mundo, mostrando um potencial crescimento do mercado de produtos orgânicos e áreas produtivas. Nota-se que no comércio internacional desses bens, os Estados Unidos, Europa e Japão são destaques, constituindo os maiores polos de importação. O Brasil tem apresentado um crescimento expressivo do mercado externo de orgânicos, e um potencial crescimento para seu mercado interno.

O consumo de orgânicos tem sido maior nos países desenvolvidos, este fato esta relacionado ao prêmio no preço dos produtos orgânicos, o qual indica maiores demandas para países onde os consumidores têm alto poder de compra. Outro fator relaciona-se ao maior acesso à informação pelos consumidores que buscam segurança alimentar e qualidade de vida. Já no Brasil, o acesso a esses produtos é afetado pelos preços mais altos e falta de conhecimento nos benefícios dessa cultura.

O comercio de orgânicos no Brasil iniciou com a relação direta entre produtor e consumidor. O aumento da demanda provoca distanciamento entre eles com as redes de fornecimento, surgindo à necessidade de controle de origem e qualidade. O principal marco legal da agricultura orgânica brasileira foi a Lei nº 10.831/2003, regulamentada pelo governo em 2007, através do Decreto 6.323. Ela estabeleceu os novos critérios para o funcionamento de todo o sistema de produção orgânica, incluindo desde a produção, o armazenamento, a rotulagem, o transporte, a certificação, a comercialização e a fiscalização dos produtos.

As políticas públicas e também as privadas, tiveram papel imprescindível no desenvolvimento da agricultura orgânica em nações mais desenvolvidas, como os Estados Unidos, Europa e Japão. Nessas nações, a participação de produtos orgânicos certificados no mercado cresceu rapidamente. O apoio do governo para agricultura orgânica nestes países ocorre de forma indireta, com estabelecimento de marcos e políticas de incentivo aos produtores.

A iniciativa privada, por sua vez, contribui principalmente para o financiamento dos custos da certificação. O apoio do setor privado para a produção de orgânicos nos países desenvolvidos ocorre também por meio do varejo, propaganda para conscientização e pelo financiamento inicial de sistemas de produção.

No Brasil, a atuação do governo no setor é recente. As políticas públicas buscam alcançar desenvolvimento da cadeia de orgânicos de duas formas. De um lado, por meio da

regulamentação do mercado com a criação do marco regulatório para a produção e a comercialização de produtos orgânicos. De outro, através do financiamento à agricultura orgânica com a criação de linhas especiais de crédito que contemplam o setor.

Os estímulos privados identificados no Brasil partem do setor produtivo e industrial. A busca dos produtores por um novo modelo produtivo e diferenciação no produto para melhores rendimentos, tem aumentado a adesão de novos agricultores no sistema orgânico. As indústrias buscam novos mercados através do processamento de orgânicos, motivando o consumo interno no Brasil.

Independentemente de ações motivadoras da prática orgânica presente nas diferentes nações, a tendência de crescimento é comum em todas elas, indicando que um novo movimento ganha força, a preocupação com segurança alimentar, meio ambiente e saúde, assim como a necessidade do desenvolvimento de práticas agrícolas sustentáveis.

5. REFERÊNCIAS

- ALCÂNTARA, R. L. C.; SOUZA, A. P. de O. Alimentos orgânicos: estratégias para desenvolvimento do mercado. In: **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. (Org.). São Paulo: Atlas, 2003.
- BASTOS, C. M. **Produção e Comercialização de Alimentos Orgânicos**: Relações Comerciais Brasil - União Europeia. 2010. 67 f. Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/118236/bastos_cm_tcc_arafcl.pdf?sequence=1>. Acesso em 25/10/2015.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. Coordenadores: Antônio Márcio Buainain, Mário Otávio Batalha. Série Agronegócios, Brasília, v. 5, 108 p. 2007b.
- BRUE, Stanley L. **História do pensamento econômico**. 6 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- CUDDINGTON, J. T. MCKINNON, R. I. Política Macroeconômica e Problemas de Comércio. In: Institute for Contemporary Studies (Org.). **Tarifas, cotas e comercio**: a política do protecionismo. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- DIMITRI, Carolyn; GREENE, Catherine. Recent Growth Patterns in the U.S. Organic Foods Market. **U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Market and Trade Economics Division and Resource Economics Division**. Washington, sept. 2002. Agriculture Information Bulletin Number 777. Disponível em: <http://www.ers.usda.gov/media/249063/aib777_1_.pdf>. Acesso em 18/07/2015.
- FARINA E. M. M. Q.; Rezende C.L. Assimetria informacional do mercado de alimentos orgânicos. In: **II Seminário Brasileiro da Nova Economia Institucional**, Campinas, 2001. Disponível em: <<http://pensa.org.br/artigos-congressos/assimetria-informacional-no-mercado-de-alimentos-organicos/>>. Acesso em 25/10/2015.
- FONSECA, M. F. de A. C. **A institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil**: uma interpretação. Trabalho de Conclusão de Curso (Doutorado em Sociologia)-Universidade Federal Rural do Rio De Janeiro, Seropédica, 2005.
- GRANDI, Cristina; TRIANTAFYLLIDIS, Alessandro. **Organic agriculture in protected areas the italian experience**. Natural Resources Management And Environment Department Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome, Sept. 2010. Disponível em: <<http://www.fao.org/publications/card/en/c/f4dde607-bc38-57d7-b798-7c61bda7a430/>>. Acesso em 15/07/2015.

- IFOAM. FAO, UNCTAD. **Equivalence and Harmonization of Organic Standards and Technical Regulations in the Asia Region**. Global Organic Market Access (GOMA), 2010. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-am017e.pdf>>. Acesso em 15/07/2015.
- HUNT, E. K. **História do pensamento econômico**. 17 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1981.
- ORMOND, P.J. *et al.* Agricultura Orgânica: Quando o passado é futuro. **BNDS Setorial**, Rio de Janeiro, n. 15, p. 3-34, mar. 2002. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Agroindustria/200203_4.html>. Acesso em 15/07/2015.
- OLIVEIRA, L. H. S. de. **Mercado de Produtos Orgânicos na Europa: Um Estudo Exploratório de Alternativa de Investimentos para o Agronegócio Sustentável Brasileiro**. 2003. 136 f. Trabalho de conclusão de curso (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/4156>>. Acesso em 02/11/2015.
- ORGANICSNET. **Como vai o mercado orgânico na Alemanha?** Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2014/02/como-vai-o-mercado-organico-na-alemanha/>>. Acesso em: 19/11/2015.
- MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SAHOTA, A. The Global Market for Organic Food & Drink. In: **The world of organic agriculture: statistics and emerging trends 2014**. IFOAM & FiBL, Germany, 2014. Disponível em: <<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1636-organic-world-2014.pdf>>. Acesso em: 26/03/2015.
- SANTOS, L. C. R. **Regulamentação da Agricultura Orgânica no Brasil: Caminhos, “descaminhos” e sua contribuição na construção do sistema de comércio ético e solidário**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <http://www.cnph.embrapa.br/organica/pdf/caminhos_descaminhos.pdf>. Acesso em: 22/10/2015.
- SILVA, J. C. de. **Agricultura Orgânica no Mercado Internacional Com Foco no Desenvolvimento da Agricultura Orgânica Brasileira**. Trabalho de Iniciação Científica (graduação). Universidade do Vale do Itajaí. Itajaí, 2012. Disponível em: <<http://www.univali.br/Lists/TrabalhosGraduacao/Attachments/1010/joice.pdf>>. Acesso em 25/11/2015.
- USDA. United State Department of Agriculture. **Organic Market Overview**. Catherine Greene, April 7, 2014. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov/topics/natural-resources-environment/organic-agriculture/organic-market-overview.aspx>>. Acesso em 7/06/2015.
- YUSSEFI, M.; WILLER, H. Organic Farming Worldwide 2007: Overview & Main Statistics. In: **The world of organic agriculture: statistics and emerging trends 2007**. IFOAM & FiBL, Germany, 2007. Disponível em: <<http://orgprints.org/10506/1/willer-yussefi-2007-p1-44.pdf>>. Acesso em 26/03/2015.