



ESTUDO

PERFIL DOS PRODUTORES DE ORGÂNICOS NO BRASIL

**E UM OLHAR SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE
ORGÂNICOS NAS REGIÕES CENTRO-SUL, SERRANA I
E NOROESTE FLUMINENSE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

SEBRAE

Este estudo é uma publicação do Programa Sebrae Inteligência Setorial, criado pelo Sebrae Rio.

O programa tem como objetivo oferecer às micro e pequenas empresas informações estratégicas estruturadas sobre diversos setores da economia brasileira, e gerar conhecimento sobre e para os pequenos negócios a partir de uma ferramenta digital, com produtos de Inteligência Competitiva (IC) visando auxílio aos empresários para tomadas de decisões mais rápidas e assertivas para que cresçam de forma sustentável e competitiva.



www.sebraeinteligenciasetorial.com.br

ESTUDO

PERFIL DOS PRODUTORES DE ORGÂNICOS NO BRASIL

**E UM OLHAR SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE
ORGÂNICOS NAS REGIÕES CENTRO-SUL,
SERRANA I E NOROESTE FLUMINENSE
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

Rio de Janeiro
Ano 2020



Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Antonio Florencio de Queiroz Junior

Diretor-superintendente

Antonio Melo Alvarenga Neto

Diretor de Desenvolvimento

Sergio Malta

Diretor de Produto e Atendimento

Julio Cezar Rezende de Freitas

Gerência de Projetos

Ana Lucia de Araujo Lima

Coordenação de Agronegócios

Marcos Augusto Cerqueira de Vasconcellos – Coordenador

Marcos Gentil Cunha Carvalho – Analista

Gerência de Atendimento

Leandro Luis de Sousa Marinho

Coordenação de Integração do Atendimento Presencial

Jose Leônicio de Andrade Neto

Escritório Regional Centro-Sul

Jorge Luiz Gomes de Pinho – Coordenador

Luis Filipe Silva Salgado – Analista

Escritório Regional Noroeste Fluminense

Nelson Rocha Filho – Coordenador

José Alcino Cosendey Nascimento – Analista

Escritório Regional Serrana I

Fernanda Gripp – Coordenadora

Raquel Mattos Stumm – Analista

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Cezar Kirszenblatt – Gerente

Mara Godoy – Analista

Bernardo Medina Lopes – Consultor

Glaudson Mosqueira Bastos – Consultor

Projeto Gráfico e Diagramação

Sigla

Bibliotecário catalogador – Leandro Pacheco de Melo – CRB 7ª 5471

A49 Medina, Bernardo.

Perfil dos produtores de orgânicos no Brasil e um olhar sobre a comercialização de orgânicos nas regiões Centro-Sul, Serrana I e Noroeste Fluminense do Estado do Rio de Janeiro / Bernardo Medina ; Glaudson Bastos ; Mara Godoy. – Rio de Janeiro : Sebrae/RJ, 2020.

72 p.

ISBN 978-65-5818-011-1

1. Alimentos. 2. Orgânicos. 3. Comercialização. I. Bastos, Glaudson. II. Godoy, Mara. III. Sebrae/RJ. IV. Título.

CDD 641.302

CDU 63.33

PREFÁCIO

O Sebrae Rio – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro – é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo e a formalização de empresas, estimulando a geração de emprego e renda, utilizando programas específicos de desenvolvimento da cultura empreendedora e de capacitação empresarial.

A Coordenação de Agronegócios do Sebrae Rio tem como principal objetivo fomentar o empreendedorismo no campo, a profissionalização gerencial do produtor e o incremento de renda no agronegócio fluminense. Para isso, criou o Projeto SebraeBio que tem como finalidade ajudar no aumento da competitividade, no desenvolvimento sustentável e no acesso a mercados diferenciados entre os pequenos negócios do campo estabelecendo conexões com as redes de varejo e comércio, por meio da agregação de valor da biodiversidade e a aplicação de soluções inovadoras e sustentáveis.

E por meio de uma ação específica dessa Coordenação/Projeto, em parceria com a Gerência de Conhecimento e Competitividade do Sebrae Rio, foi elaborado esse estudo de conhecimento e inteligência territorial, com a finalidade de apresentar a real situação do setor de orgânicos em três macrorregiões trabalhadas no Estado do RJ e suas potencialidades.

Espera-se que, por meio deste estudo, os pequenos negócios possam se valer dessas informações estratégicas e territoriais, e tomem decisões mais assertivas e seguras, principalmente nesse momento em que o mundo passa por transformações significativas, e ainda, contribua para que os produtores rurais, empreendedores e empresários do ramo possam vencer os crescentes desafios do mercado, além de fortalecer a cadeia produtiva do setor de orgânicos no Estado do Rio de Janeiro.



APRESENTAÇÃO

Este estudo objetiva apresentar um panorama atual da produção de produtos orgânicos em três macrorregiões do Estado do Rio de Janeiro: Centro-Sul, Serrana I e Noroeste Fluminense.

A partir do levantamento de bases secundárias e entrevistas em profundidade, procurou-se descrever e analisar as particularidades e os desafios da produção de orgânicos nessas regiões.

No **capítulo 1** são relatados os aspectos da produção nacional onde é explicitada a real situação das produções sobre de orgânicos no Brasil. Foi realizado um comparativo entre os resultados do *Censo Agropecuário de 2006 e 2017*, onde notou-se um aumento da quantidade de estabelecimentos agropecuários declarados como orgânicos e com certificação no último recenseamento, apesar das mudanças na metodologia e no conceito das variáveis nos dois censos agropecuários.

No **capítulo 2** são abordados os ciclos de comercialização de produtos orgânicos no Estado do Rio de Janeiro, ressaltando sobre os circuitos curtos de produção, suas vantagens e possíveis oportunidades, além de apresentar um retrato das feiras orgânicas das regiões Centro-Sul e Serrana I do Estado do Rio de Janeiro.

No **capítulo 3** é apresentada uma análise da comercialização e do mercado de consumo na capital fluminense, onde são citados alguns varejistas de médio e grande portes, com o intuito de identificar como são os seus comportamentos de compra de produtos orgânicos para venda ao consumidor final.

No **capítulo 4** são mencionados alguns pontos de discussão para reflexão visando incentivar o investimento e a difusão de pesquisas e estudos técnicos, por meio da captura contínua e sistemática de dados oficiais sobre o setor de orgânicos, deixando este de ser um grande entrave para entender o real crescimento da produção orgânica, uma vez que dificulta a elaboração de planos estratégicos e o dimensionamento da demanda a fim de organizar e priorizar os investimentos dos produtores e das empresas.

SUMÁRIO

1. ASPECTOS DA PRODUÇÃO	13
1.1. O tipo de manejo orgânico	13
1.2. Tipos de equipamentos empregados na produção orgânica nacional	16
1.3. Tamanho da área ocupada	18
1.4. Principais produtos orgânicos no mix do produtor nacional	23
1.5. Tamanho estimado da produção nacional de orgânicos.	25
2. CICLOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.....	27
2.1. Feiras.....	28
2.2. Outros canais de comercialização do ciclo curto.....	32
2.3. Mercados institucionais e a merenda escolar	33
2.4. Venda de orgânicos a pequenos, médios e grandes varejistas	34
2.5. Modus operandi da comercialização de orgânicos em três macrorregiões do Estado do Rio de Janeiro: Centro-Sul, Serrana I e Noroeste Fluminense	37
2.6. <i>Benchmarking</i>	41
3. ANÁLISE DA COMERCIALIZAÇÃO E DO MERCADO DE CONSUMO NA CAPITAL FLUMINENSE.....	57
3.1. Preços ao consumidor final observados na Cidade do Rio de Janeiro.....	57
3.2. Conhecendo alguns varejistas locais na capital fluminense.....	59
4. PONTOS PARA DISCUSSÃO.....	65
FONTES	67

1. ASPECTOS DA PRODUÇÃO

1.1. O TIPO DE MANEJO ORGÂNICO

O sistema de manejo orgânico é um processo que possui peculiaridades em cada propriedade onde é aplicado. As diferentes características de solo, fauna, flora, ventos, posição em relação ao sol, recursos hídricos, interferem diretamente sobre o sistema, e exige um conhecimento profundo sobre o ambiente, para desenvolver soluções únicas para cada tipo de cultivo, criação ou problema encontrado no exercício da atividade (BNDES 2002).

O manejo do solo inclui diversas atividades relacionadas principalmente à fertilidade, cultivo e correção. Várias práticas de conservação utilizadas na agricultura tradicional são usadas também na agricultura orgânica como, por exemplo, curvas de nível, faixas de retenção e cordões de contorno.

A diferença mais marcante entre as duas é que o manejo do solo na agricultura orgânica prioriza a utilização de fontes orgânicas de nutrientes, não fazendo uso de fertilizantes químicos.

O manejo de um sistema orgânico segue os princípios agroecológicos e práticas específicas para a produção orgânica. Exemplos:

ALTERNÂNCIA DE CULTURAS POR MEIO DA SUCESSÃO VEGETAL E ROTAÇÃO

Essa prática permite explorar os nutrientes do solo de maneira mais racional, evitando seu esgotamento, uma vez que se podem alternar culturas mais exigentes com outras menos exigentes em nutrientes, além de explorar seções diferentes do solo pela diferença na estrutura radicular. Uma boa estratégia costuma ser a rotação de plantas de enraizamento denso, boa produção de palhada, elevada capacidade de extração de nutrientes do solo e fixação de nitrogênio, que pode ser conseguido combinando espécies de gramíneas, que melhoram a estrutura física do solo e leguminosas, que fixam o nitrogênio biologicamente.

PRODUÇÃO DE BIOMASSA E FIXAÇÃO DE NITROGÊNIO

Preferência por espécies de crescimento rápido, com boa cobertura do solo e com grande produção de biomassa vegetal. A incorporação é realizada, principalmente, na época do florescimento, período de maior produção de biomassa e fixação de nitrogênio. No verão, as espécies que compõem os adubos verdes mais utilizadas são a mucuna preta, *Crotalaria juncea*, *Crotalaria spectabilis*, feijão-de-porco, girassol, milheto e sorgo forrageiro. Ao passo que no inverno, as principais espécies utilizadas são a aveia preta, nabo forrageiro, ervilhaca e ervilha forrageira.

UTILIZAÇÃO DE ADUBOS ORGÂNICOS

São utilizados na forma de esterco animais, compostos ou outras fontes orgânicas indicadas pelas normas técnicas de produção. Quando o adubo utilizado é oriundo de fontes externas à propriedade ou de sistemas convencionais de criação, recomenda-se a compostagem para eliminar possíveis problemas de contaminação química e/ou microbiológica. Adubações com adubos minerais de baixa solubilidade são utilizadas para a correção temporária de deficiências.

FOSFATAGEM

Em relação à fosfatagem, as fontes de fósforo distintivas no cultivo orgânico, são os termofosfatos, fosfatos naturais e fosfatos reativos. Adubações suplementares são feitas com compostos a base de farelos e microrganismos eficientes (EM), tipo bokashi e com biofertilizantes líquidos via solo ou foliar.

ESTRATÉGIAS NO MANEJO DE PRAGAS

Nos sistemas orgânicos de produção, o equilíbrio ecológico entre as espécies vegetais e os micros e macrorganismos é de fundamental importância para manter as populações de pragas ou agentes causadores de doenças em níveis que não causem danos econômicos às culturas comerciais.

Os métodos empregados para o manejo de pragas e doenças no sistema orgânico podem ser sintetizados em algumas estratégias como o aumento da resistência das plantas através do manejo adequado:

- utilização de espécies adaptadas e biofertilizantes;
- controle biológico e uso de feromônios;

- proteção física; e
- repelentes e tratamentos curativos a base de produtos naturais.

PROTEÇÃO FÍSICA

Uma das principais formas de proteção física é a delimitação dos talhões de cultivo por cordões de contorno ou cercas vivas. A cerca viva funciona como um quebra-vento, reduzindo o impacto dos ventos frios ou quentes e a movimentação de algumas pragas e doenças. Cria-se uma sequência de microclimas, com maior ou menor sombreamento, umidade e temperatura, garantindo eficiência na fotossíntese, evitando ventos fortes e temperaturas extremas.

Os microclimas são aproveitados para a acomodação de diferentes espécies vegetais e animais, inclusive de pragas e de seus inimigos naturais. Por isso, a cerca viva funciona também como uma espécie de **tampão fitossanitário** e um componente da biodiversidade da propriedade orgânica.

A composição destas barreiras pode ser com espécies de interesse econômico diversos, como por exemplo, o café, espécies frutíferas, madeiras etc. ou com outros fins como o capim napier, o guandu, a leucena, o hibiscus, o malvavisco, a primavera e a flor do mel que são fontes de biomassa para as áreas de produção devido a necessidade de podas frequentes.

O produtor costuma prioritariamente aumentar a diversidade da paisagem de sua propriedade de forma a restabelecer o equilíbrio entre todos os seres vivos da cadeia alimentar, desde microrganismos até animais maiores, conseguindo assim atingir a sustentabilidade da unidade produtiva. Para isto, o produtor orgânico incorpora ao manejo da propriedade características de ecossistemas naturais, como:

- reciclagem de nutrientes;
- uso de fontes renováveis de energia;
- manutenção das relações biológicas que ocorrem naturalmente;
- uso de materiais de origem natural, evitando aqueles oriundos de fora do sistema;
- estabelecimento de padrões de cultivos apropriados com espécies de plantas adaptadas às condições ecológicas da propriedade; e
- ênfase na conservação do solo, água, energia e recursos biológicos.

PREVENÇÃO

No manejo da vegetação infestante em sistema orgânico a principal medida é a prevenção. Portanto, preza-se sempre o uso de práticas que evitem a ressemeadura de invasoras a

manutenção de uma boa quantidade de palha, o uso de plantas com efeito alelopático, o plantio antecipado para ganhar a concorrência com as invasoras e evitar períodos de pousio entre as culturas. O método químico é substituído, na maior parte das vezes, por métodos manuais combinados com mecânicos, como é o caso do uso de roçadeiras.

A transição da cultura tradicional para a orgânica requer substituição dos herbicidas dessecantes e dos herbicidas durante o ciclo da cultura. Para esta substituição no sistema orgânico são utilizadas plantas de grande capacidade de abafamento das infestantes para a formação da cobertura morta e que são roladas na fase de formação de grãos (aveia-preta, centeio, aveia-preta + ervilhaca-comum) ou são deixadas completar o ciclo (azevém, ervilhaca-peluda). Para substituição dos herbicidas durante o ciclo da cultura tem-se utilizado frequentemente a capina manual (catação) ou a roçada, aliado a outras práticas culturais de manejo.

1.2. TIPOS DE EQUIPAMENTOS EMPREGADOS NA PRODUÇÃO ORGÂNICA NACIONAL

Uma das diferenças entre a agricultura convencional e a orgânica é a diversidade de produtos. Como a orgânica trabalha, às vezes, com mais de 60 (sessenta) tipos de alimentos em uma propriedade, os agricultores podem se tornar altamente qualificados.

A rotação de culturas e as opções de comercialização são importantes para a competição no mercado. No que diz respeito à tecnologia, segundo ABRAHÃO et al (2007) os equipamentos, implementos e ferramentas mais utilizadas nas unidades de produção de hortaliças são:

- tratores;
- subsoladores;
- rotativas;
- grades;
- arados;
- roçadeiras (costais e mecânicos);
- pulverizadores (costais e mecânicos);
- tesouras de poda;
- pás;
- enxadas (dos mais variados tamanhos);
- cavadeiras;
- aspersores;
- caixas e cestas;
- carretas de transporte;
- plantadeiras, trituradores, debulhadoras, arrancadoras de batatas; e
- distribuidoras de esterco.



DISTRIBUIÇÃO DE DESPESAS

O perfil de dispêndios e despesas do produtor rural ainda não se encontra totalmente estabelecido em dados censitários como o Censo Agropecuário, por exemplo.

A partir de uma avaliação dos resultados dos censos de 2006 e 2017, último com tratamento agropecuário, e por meio de interpretação e projeções próprias (Bastos, G., 2020, neste estudo), ter-se-ia o seguinte quadro de distribuição de despesas do produtor orgânico:

Arrendamento de terras	7,1%
Contratação de serviços ¹	5,7%
Salários pagos ²	17,5%
Adubos orgânicos	10,9%
Transporte da produção	6,0%
Sementes e insumos diversos	14,9%
Energia elétrica	10,6%
Outras despesas ³	27,3%

Quadro de distribuição de despesas do produtor orgânico

FONTE: BASTOS, G. (2020)

DESAFIOS LIMITADORES PARA O USO DO PLANTIO DIRETO

Uma das práticas de plantio mais utilizadas na agricultura orgânica, o plantio direto, consiste no plantio em solo não mobilizado e com presença de cobertura morta que tem como objetivo reduzir o impacto das gotas de chuva sobre o solo e o escoamento superficial, com efeitos significativos na redução da erosão.

Esta prática aumenta o rendimento das culturas, auxilia o controle de plantas invasoras e a manutenção da fertilidade do solo, principalmente pela preservação dos componentes químicos, físicos e biológicos do solo.

1 Tratos culturais, colheita, construção de benfeitorias, manutenção de cercas etc.

2 Incluindo 13º e diárias pagas aos trabalhadores temporários.

3 Compra de utensílios, sacarias, impostos e taxas.

Segundo SOUZA (2012), um dos limitadores para o uso do plantio direto é o manejo das plantas de cobertura, já que no sistema orgânico de produção o uso de herbicidas dessecantes não é permitido. Como solução se utiliza, no manejo de palhada, implementos agrícolas como roçadeiras e rolos-faca, que quando utilizadas de maneira incorreta acarretam desvantagens no custo operacional.

De maneira similar, existe também uma oferta limitada de plantadeiras adaptadas para o plantio direto. Esta deficiência em ferramentas próprias pode ser considerada uma das principais causas da dificuldade do aumento do uso desta técnica pelos agricultores orgânicos.

Outros aspectos que ainda são considerados entrave para o desenvolvimento da agricultura orgânica apontados pelos agricultores são:

- falta de sementes orgânicas ou crioulas;
- necessidade por tecnologias específicas para a agricultura familiar;
- burocracia demasiada para acessar créditos;
- ausência de incentivos aos agricultores voltados à viabilização de subsídios (insumos orgânicos, aquisição de máquinas e equipamentos para mecanização com juros menores), além da necessidade de maior apoio para os produtores que estão iniciando o processo de conversão;
- necessidade de recurso financeiro destinado a melhorias na estrutura.

Segundo o especialista Reginaldo Morikawa, um dos caminhos para se ampliar o cultivo orgânico em larga escala seria a existência de maquinários e implementos agrícolas específicos para este tipo de cultivo.

O maior desafio do orgânico em larga escala são as perdas que ocorrem na etapa da colheita, justamente pela falta de equipamentos adequados.

1.3. TAMANHO DA ÁREA OCUPADA

A produção e o consumo de produtos orgânicos no mundo têm crescido de forma impulsionada, principalmente, pela expansão da demanda por alimentos e bebidas orgânicas na Europa e América do Norte LIMA (2020).

A demanda por produtos orgânicos no mundo apresenta uma tendência de crescimento para os próximos anos, principalmente porque os produtos têm sido associados com melhora na saúde e menores impactos sociais e ambientais.

No Brasil, tanto a produção como o consumo de produtos orgânicos acompanham a tendência de crescimento, porém em uma taxa menor. Alguns dos principais motivos para esse menor crescimento são:

- a concentração de terras e a predominância de monocultivos, que limitam o aumento da conversão para agricultura orgânica e da diversificação produtiva;
- o baixo investimento e a dificuldade da difusão de pesquisas, experiências; e
- as inovações tecnológicas baseadas nos princípios da produção orgânica.

AUSÊNCIA DE DADOS OFICIAIS SOBRE O SETOR

A ausência de dados oficiais sobre o setor - padronizados em um *outlook* anual ou com uma periodicidade bem definida - é um entrave ao crescimento da produção orgânica, uma vez que dificulta a elaboração de planos estratégicos e o dimensionamento da demanda a fim de organizar e priorizar os investimentos dos produtores e das empresas.

Portanto, a ampliação da participação do país no promissor mercado internacional de produtos orgânicos e do acesso desses produtos à população brasileira depende de esforços adequados à dimensão e complexidade dos desafios.

Os dados coletados por LIMA (2020), de 2000 a 2017 mostram que:

- a área agricultável mundial destinada a cultivos orgânicos aumentou 365%, quase 10% ao ano;
- em área total, a agricultura orgânica saltou de 15 milhões para 69,8 milhões de hectares nesse período.

Participação dos continentes na área total da produção orgânica

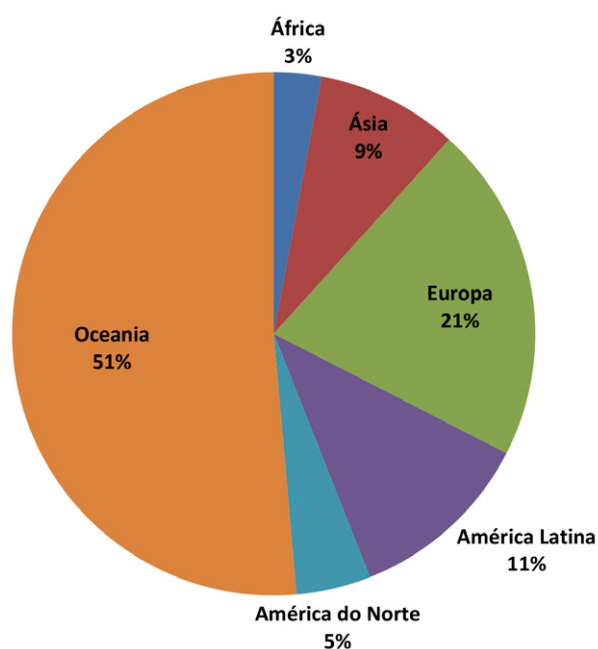


Gráfico: Área destinada à produção orgânica

Fonte: LIMA et al 2020

Apesar do crescimento significativo, a área destinada ao cultivo orgânico em relação ao total da extensão das terras agrícolas disponíveis nas regiões ainda é pequena, em 2017, por exemplo, representava apenas 1,4% da área agricultável do mundo.

DIFERENÇAS NOS DADOS OFICIAIS

Existem diversas fontes de dados oficiais que colaboram para caracterizar o setor de orgânicos no Brasil. Porém infelizmente, há diferenças significativas que precisam ser refinadas e compreendidas para obter maior precisão dessas informações.

A principal fonte é o Censo Agropecuário, que possui informações sobre:



OS PRODUTORES RURAIS



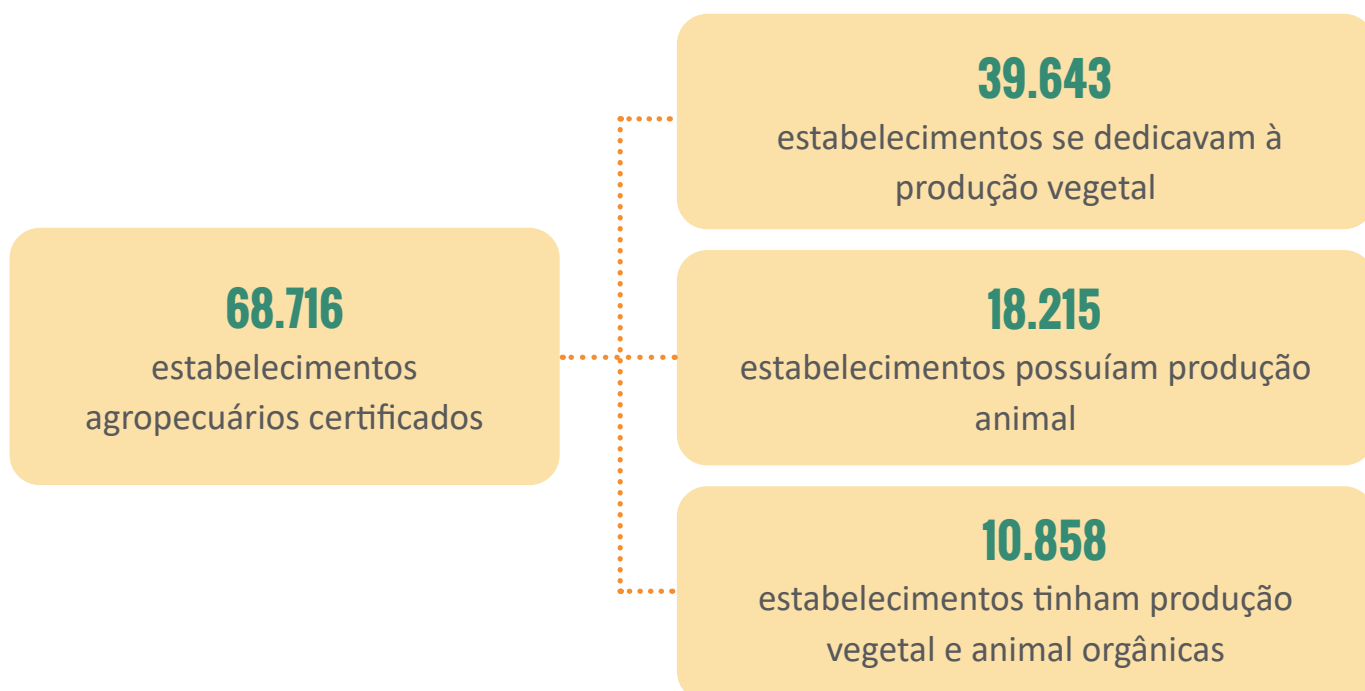
**OS ESTABELECIMENTOS
AGROPECUÁRIOS**



**AS ATIVIDADES NELES
DESENVOLVIDAS**

RESULTADOS DO CENSO AGROPECUÁRIO DE 2017

Os resultados preliminares do Censo Agropecuário de 2017, disponíveis no Sistema IBGE de Recuperação Automática (Sidra), apontam a existência de 68.716 estabelecimentos agropecuários certificados, nos quais o responsável declarou que fazia uso da agricultura ou pecuária orgânica:



RESULTADOS DO CENSO AGROPECUÁRIO DE 2006

O Censo Agropecuário anterior, de 2006, havia registrado 90.497 estabelecimentos agropecuários orgânicos, dos quais:



Fonte: IBGE (2006)

Em princípio, parece ter ocorrido um aumento da quantidade de estabelecimentos agropecuários declarados orgânicos e certificados em 2017.

Contudo, por conta de mudança na metodologia e no conceito das variáveis nos dois censos agropecuários, não é possível estabelecer uma comparação definitiva entre os dois resultados.

DADOS DO MAPA

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), contribui com uma importante fonte de dados oficiais em razão do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO), que possui caráter obrigatório, e que registra produtores orgânicos certificados de acordo com a legislação vigente.

As informações são repassadas e atualizadas pelos organismos certificadores ou pelas superintendências federais da agricultura dos Estados, responsáveis pela inserção ou retirada dos produtores do cadastro.

A partir dessa fonte, registraram-se, em 2020:



CRESCIMENTO MÉDIO ANUAL DE UNIDADES DE PRODUÇÃO ORGÂNICA

No país, entre 2010 e 2018, o crescimento médio anual de unidades de produção orgânica foi de 19% e um aumento médio anual de quase 17% do número de produtores orgânicos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Essas unidades de produção orgânica estão distribuídas em todas as regiões brasileiras com maior concentração:

- na região Nordeste;
- na região Sul; e
- em parte dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

DADOS DO FIBL STATISTIC

Mesmo sem a unificação oficial dos dados em relação à área agrícola, o *FiBL Statistic* disponibiliza algumas informações baseadas no cruzamento de estimativas das certificadoras de orgânicos.

Confira os cálculos da área agrícola ocupada pela produção orgânica no Brasil:

Em 2017	ultrapassou 1,13 milhão de hectares, representando 0,4% da área agricultável brasileira, com mais de 15 mil produtores.
Em 2000	a área ocupada com produção de orgânicos era de 932 mil hectares.

Ocorreu um
aumento médio
anual de 2% entre
2000 e 2017

Porém, WILLER e LERNOUD (2019), afirmam que além da área destinada a agricultura orgânica no Brasil, em 2011 ainda havia mais de 1,2 milhão de hectares sendo utilizados para apicultura e extrativismo orgânico.

1.4. PRINCIPAIS PRODUTOS ORGÂNICOS NO MIX DO PRODUTOR NACIONAL

PRODUÇÃO NO BRASIL

Segundo informações do Portal Ambiente Brasil, os principais alimentos orgânicos produzidos no Brasil são representados pela:



SOJA



HORTALIÇAS



CAFÉ

Porém a maior área plantada é com:



FRUTAS



CANA-DE-AÇÚCAR



PALMITO

CULTIVO DE SOJA

O cultivo de soja para consumo humano é uma alternativa para pequenos produtores já que o consumo de produtos à base de soja para alimentação humana deve crescer 300% nos próximos cinco anos.

Essa alta está sendo provocada pelas descobertas das pesquisas que identificam no grão substâncias que combatem certos tipos de cânceres, osteoporoses e outras doenças.



Ponto de atenção!

A demanda pode ser uma oportunidade para pequenos produtores terem na soja uma alternativa de renda.

PRODUÇÃO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Para o Estado do Rio de Janeiro, utilizando dados do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO) e de algumas certificadoras, foi possível identificar os principais produtos das propriedades orgânicas certificadas.

Uma das características apresentadas foi a diversificação de produtos nas propriedades, principalmente o consórcio entre fruticultura, olericultura e produção de grãos, que ocorre em 511 das 752 propriedades listadas.

A tabela a seguir apresenta os produtos cadastrados pelos produtores no CNPO e o número de propriedades em que são produzidos.

PRODUTOS ORGÂNICOS	Nº PRODUTORES
FRUTICULTURA	624
OLERICULTURA	581
PRODUÇÃO DE GRÃOS	539
PLANTAS ORNAMENTAIS, FLORES E MUDAS	31
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA	29
OVOS	28
AVICULTURA	22
PRODUÇÃO DE LEITE E DERIVADOS	21
PRODUTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS	19
MEL DE ABELHA	16
COGUMELOS	16
PRODUTOS COM BASE DE SOJA	6
MOLHOS E GELEIAS	6
PRODUÇÃO DE CANA-DE-AÇÚCAR E DERIVADOS	5
CACAU	5
HOMUS	3
CAFÉ	2
AÇAÍ	1
CHÁ MATE	1
RAÇÃO ANIMAL	1
NÃO DECLARADO	79

Produtos orgânicos declarados pelas certificadoras no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos.

Fonte: CNPO (outubro 2020).

1.5. TAMANHO ESTIMADO DA PRODUÇÃO NACIONAL DE ORGÂNICOS

Assim como os dados sobre a extensão das terras utilizadas para as práticas orgânicas, a produção nacional dos produtos orgânicos também não apresenta valores totalmente consolidados.

Os produtos que são comercializados nas vizinhanças das áreas produtivas, como as hortaliças e frutas, não possuem registros oficiais necessariamente uniformizados.

Resta ainda uma oportunidade de melhoria na construção de dados oficiais unificados e harmonizados sobre o setor - padronizados em um outlook anual ou com uma periodicidade bem definida.

Os tomadores de decisão, no entanto se valem de estudos especialistas, recortes regionais e relatórios de inteligência ad hoc (sob demanda).

APICULTURA

Com relação à apicultura, WILLER e LERNOUD (2019), apontam que o Brasil é o país com maior número de colmeias orgânicas no mundo, com 898.640 unidades.

A tendência é que a produção apícola continue crescendo devido à ascensão da demanda por mel e outros produtos apícolas orgânicos, especialmente pelo mercado externo.

DESTAQUE PARA O AÇÚCAR

Além do mel, outro produto de destaque é o açúcar. No Brasil, estão localizadas as duas maiores empresas produtoras mundiais de açúcar orgânico: Grupo Balbo e Jalles Machado.

Grupo Balbo

Detentora da marca Native, é a maior produtora mundial de açúcar e álcool orgânicos. Com uma produção de 87 mil toneladas de açúcar orgânico e 8,3 milhões de litros de etanol hidratado neutro, esses produtos são exportados para 64 países.

Jalles Machado

Proprietária da marca Itajá, exporta para mais de vinte países e é a segunda maior produtora mundial de açúcar orgânico, com uma produção que se aproxima de 45 mil toneladas por safra, com expectativa de expansão para 70 mil toneladas até 2020.

PRODUÇÃO DE ARROZ ORGÂNICO X CONVENCIONAL

Segundo uma reportagem da BBC Brasil, em 2017, apesar da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), órgão do governo federal, ainda não diferenciar por completo a

produção de arroz orgânico do convencional, o Brasil é o maior produtor de arroz orgânico da América Latina, com um volume de mais de 27 mil toneladas produzidas.



Fonte: Sperb, 2017

AGRICULTURA ORGÂNICA NO RIO DE JANEIRO

Conforme informações colhidas no site do Fórum Permanente de Desenvolvimento Estratégico do Estado, o Rio de Janeiro é um dos pioneiros na comercialização de orgânicos cultivados pela agricultura familiar.

A AGRICULTURA ORGÂNICA REGISTROU NO ANO DE 2018, NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, UM AUMENTO DE 15% A 25%

O significativo crescimento demonstra que o sistema orgânico de produção tem se consolidado, possibilitando a geração de emprego e renda de forma sustentável no campo.

PROGRAMA CULTIVAR ORGÂNICO

No Estado do Rio de Janeiro, destaca-se o Programa [Cultivar Orgânico](#), que disponibiliza recursos financeiros para investimento nas lavouras e assistência técnica para produção, através de crédito de investimentos e crédito de custeio, além de facilitar a entrada nos circuitos de comercialização.

2. CICLOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Do lado do produtor fluminense, há mais vantagens na comercialização por cadeias curtas. Os circuitos curtos permitem:

- maior independência do agricultor;
- contato direto com o consumidor;
- transações financeiras com menos (ou sem) intermediários;
- remunerações maiores;
- menor risco de perdas.

Além disso, o investimento em capacitação dos produtores, a gestão da propriedade e o planejamento de produção são chaves para minimizar as dificuldades de falta de mão de obra, ajustes entre oferta e demanda, investimento em infraestrutura e logística.

DIFICULDADE DE AGREGAR VALOR AO PRODUTO ORGÂNICO

A dificuldade consiste em agregar valor ao produto orgânico vendido diretamente pelo produtor, geralmente sem embalagem sofisticada e sem a experiência de consumo proporcionada por uma loja decorada ou um varejista de cestas online por assinatura.



Cadeias curtas de produtos orgânicos

Fonte: Medina, B. (2020).

OPORTUNIDADES POR MEIO DAS CADEIAS CURTAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Do ponto de vista do consumo, as cadeias curtas de comercialização trazem oportunidades para estimular mudanças de hábitos alimentares, incentivo à educação para o gosto, organização e mobilização de consumidores fluminenses em formas inovadoras de apoio aos agricultores e campanhas para uma alimentação saudável.

Nesse sentido, a comercialização em circuitos curtos se constitui em experiência que pode ajudar a criar novas políticas públicas do estado rumo a padrões mais sustentáveis de consumo nas regiões Centro-Sul, Serrana I e Noroeste Fluminense, conforme será melhor detalhado adiante neste estudo.

Contudo é fundamental observar que esse é um processo lento de reflexão dos consumidores sobre os seguintes aspectos:

- sazonalidade da produção ecológica;
- conhecimento das dificuldades dos produtores;
- mudança de valores em relação a quesitos de regularidade, quantidade e diversidade facilmente atendidos pela agricultura industrial;
- deficiente na produção de orgânica.

Por estes motivos a comercialização de produtos agroalimentares por meio de programas do governo ou mercado institucional surgiu no Brasil em 2003 com o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e vem ganhando espaço no Rio de Janeiro.

2.1. FEIRAS

As feiras orgânicas e agroecológicas diretamente do produtor estão entre os mecanismos de comercialização mais difundidos no Brasil e são a principal porta de entrada de agricultores orgânicos/agroecológicos para o mercado local (IDEC, 2012).

Também na região fluminense as feiras são espaços educativos e de lazer que permitem grande interação entre produtores e consumidores, oferecendo maior autonomia dos agricultores.



COMO OCORREM AS FEIRAS LIVRES:

- em áreas públicas, destinados à comercialização da produção;

- são um dos espaços de comercialização mais antigos que existem e são encontradas tanto nos vilarejos e pequenos municípios, onde se vê os agricultores familiares comercializando suas próprias produções;
- são encontradas nos grandes centros urbanos, onde aqueles foram, em grande parte, substituídos por feirantes/comerciantes que adquirem produtos dos Ceasas para comercializá-los nas feiras livres.

SOBRE A LOCALIZAÇÃO DAS FEIRAS

As localizações das feiras são locais geralmente fixas, situadas em locais estratégicos onde há grande circulação ou concentração de pessoas. Em parte dos casos, os pontos de venda são de certo modo informais.

ESCOAMENTO POR MEIO DE PEQUENOS COMÉRCIOS

Os pequenos comerciantes surgem devido à grande parte dos agricultores buscarem a comercialização com os pequenos comércios locais, como por exemplo os mercadinhos, quitandas e até lanchonetes e restaurantes.

Essa opção de escoamento é considerada corriqueira em função da pequena escala de produção e a facilidade de negociação, pois estes estabelecimentos são menos exigentes em relação à legislação sanitária em vigor e às embalagens.

CONSOLIDAÇÃO DAS FEIRAS DE PRODUTORES NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A consolidação das feiras de produtores nas regiões pesquisadas no estado do Rio de Janeiro se desenvolvem em 4 etapas:

Criação

no início, muitos consumidores aparecem para conhecer a novidade e impulsionam o mercado

Queda (depois de 2 a 3 anos)

após a novidade, alguns clientes deixam de frequentar a feira, acompanhados por agricultores

Recuperação (3º e 4º anos)

os clientes mais fiéis acabam por fazer divulgação boca-a-boca e ocorre retomada do crescimento

Estabilização (após 5 anos)

após esse período, ocorre estabilização do número de produtores e do número de clientes fiéis

MAPA DE FEIRAS ORGÂNICAS

Trata-se de uma ferramenta de busca em – <http://feirasorganicas.org.br> idealizada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) com o objetivo de estimular a alimentação saudável no Brasil e mostrar que os produtos orgânicos podem ser acessíveis aos consumidores. O mapa visa encurtar o caminho do consumidor até o produtor para ampliar o acesso aos alimentos orgânicos.

Embora pesquisas realizadas pelo Idec entre 2010 e 2012 tenham identificado que consumidores prefeririam orgânicos se eles fossem mais baratos e se houvesse mais canais de comercialização próximos de suas residências, nota-se que os orgânicos ainda são relativamente mais caros nos supermercados em comparação com as feiras.

Em um levantamento realizado em 2016 pelo Institutos Terra Mater e Kairós, o preço de uma cesta de 17 produtos orgânicos custava, em média, 50% mais barato nas feiras do que nos supermercados.

Descrição de feiras orgânicas nas regiões Centro-Sul e Serrana I do Estado do Rio de Janeiro:

CENTRO-SUL	
Feira Agroflorescer - Município: Paty do Alferes	
Alimentos oferecidos	• Ervas e temperos • Frutas • Hortaliças • Laticínios • Mel • Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC)
Funcionamento	Entrega em domicílio mediante encomenda prévia
Certificação	SPG ABIO Grupo

CENTRO-SUL	
Feira do Produtor de Vassouras - Município: Eng. Paulo de Frontin	
Alimentos oferecidos	• Pães de fermentação natural • Kombucha
Funcionamento	Entrega em domicílio mediante encomenda prévia
Certificação	Não informado

CENTRO-SUL

Feira Sítio dos Sonhos - Município: Três Rios

Alimentos oferecidos	• Ervas e temperos • Frutas • Hortaliças • Geleias • Conserva de pimenta
Funcionamento	Entrega em domicílio para os municípios de Três Rios, Areal e Petrópolis.
Certificação	Não informado

SERRANA I

Feira Beiro Rio Cogumelos - Município: Nova Friburgo

Alimento oferecidos	• Cogumelos
Funcionamento	Região de entrega em domicílio: Rio de Janeiro
Certificação	Não informado

SERRANA I

Fazenda Monte Cristo Agroflorestal - Município: Trajano de Moraes

Alimentos oferecidos	• Castanhas e sementes • Ervas e temperos • Frutas • Hortaliças • Laticínios • Leguminosas • Mel • Ovos • Panificados • Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC) • Geleias • Caponatas
Funcionamento	Entrega em domicílio para as cidades de Nova Friburgo, Bom Jardim e Trajano de Moraes
Certificação	Não informado

Descrição de feiras orgânicas nas regiões Centro-Sul e Serrana I do Estado do Rio de Janeiro

Fonte: Medina, B. (2020 baseado no portal Mapa das feiras orgânicas).

Obs: Informação relativa aos municípios da região Noroeste Fluminense do Estado do Rio de Janeiro não foi localizada no portal “Mapa de feiras orgânicas”.

Por ser uma iniciativa jovem, muitas feiras ainda estão por ser mapeadas.

O portal Mapa das Feiras Orgânicas, reúne atualmente cerca de:

795 feiras orgânicas
e/ou agroecológicas
em todo o Brasil

64 estão no Estado
do Rio de Janeiro
(a maioria na região
metropolitana).

Nas três macrorregiões
foco deste estudo, foram
identificadas apenas
5 feiras, sendo:
3 na região Centro-Sul,
2 na Região Serrana I.

2.2. OUTROS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DO CICLO CURTO

Parte dos consumidores de orgânicos complementam suas compras em lojas especializadas, sobretudo nas capitais.

LOJAS FÍSICAS

Em cidades de menor porte, as lojas podem estar associadas a organizações de produtores familiares com pontos de venda coletiva ou consumidores ecológicos funcionando - em muitos casos - com o apoio do poder público municipal e estadual.

As vendas nas propriedades estão em fase de expansão e são geralmente associadas a propriedades que fazem parte de circuitos de turismo rural e agroecológico. São mais comuns em áreas próximas às regiões metropolitanas.

LOJAS VIRTUAIS

As lojas virtuais de produtos orgânicos vêm ganhando espaço, com tendência de crescimento, sobretudo nas regiões metropolitanas, mas nem sempre representam um circuito curto, conforme discutido nesse trabalho.

Entretanto, são procuradas pela facilidade de compra via aplicativos de celulares e internet, comodidade nas entregas ao consumidor e preços inferiores aos supermercados, atendendo às exigências da vida moderna.

VENDAS EM DOMICÍLIO

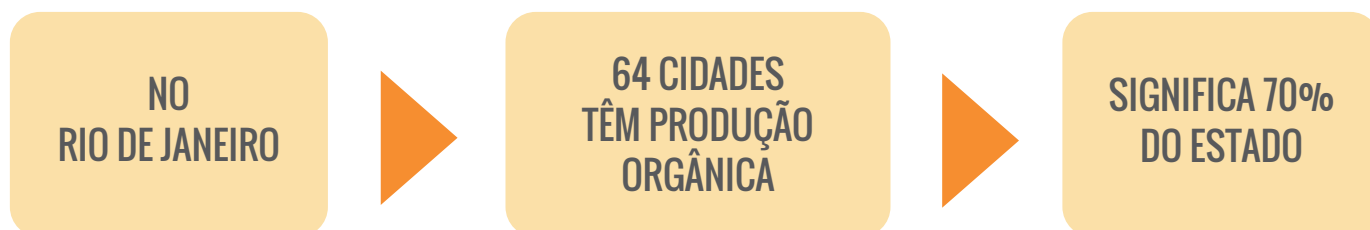
O canal chamado de “venda em domicílio” pode ser visto de três formas:



2.3. MERCADOS INSTITUCIONAIS E A MERENDA ESCOLAR

Os mercados institucionais são instrumentos que possibilitam as esferas do governo utilizar seu poder de compra para apoiar a agricultura familiar. Existe um conjunto de programas e instrumentos governamentais implementados no Brasil para fomentar a agricultura familiar, nas esferas Federal, Estadual e Municipal.

Para Ana Paula Pegorer*, consultora do Rio Rural e articuladora da Rede de Agroecologia, o apoio dos municípios é essencial para a expansão do setor.



A consultora defende que quanto mais as prefeituras comprarem orgânicos para a merenda escolar e ajudarem com espaço para feiras, mais o pequeno agricultor terá a oferecer.

PAA E PNAE

No âmbito federal, existem dois principais programas governamentais que auxiliam os pequenos agricultores e assentados rurais a **escoarem sua produção**, garantindo assim a

*Ana Paula Pegorer- In Memoriam (faleceu em setembro/2020).

comercialização de produtos agropecuários, além de viabilizar o acesso aos alimentos por pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional:

- Programa de Aquisição de Alimento (PAA)
- Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)

A Lei do Plano Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) determina que pelo menos 30% de toda a merenda escolar deve ser comprada da agricultura familiar nos estados e municípios.

Para o agricultor familiar vender para o governo, precisa ter a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), além de outros documentos para participar da chamada pública (esses documentos são listados nas chamadas públicas).

2.4. VENDA DE ORGÂNICOS A PEQUENOS, MÉDIOS E GRANDES VAREJISTAS

Em todos os municípios pesquisados das três macrorregiões, foco deste estudo, observou-se a mesma tônica:

- dificuldade de organização dos pequenos produtores de orgânicos, ocasionando pouca escalabilidade e inconstância na produção; e
- a baixa ou inexistente venda para os varejistas maiores (médio e grande porte).

SOBRE AS VENDAS

Predominam os seguintes tipos de vendas:

- diretas ao consumidor em diferentes formatos;
- para merenda escolar e banco de alimentos; e
- para distribuidores (em menor volume).

Pequenos varejistas

Os pequenos varejistas locais dos municípios mais humildes, por lidarem com clientes de baixo poder aquisitivo e pouco esclarecimento a respeito dos benefícios dos orgânicos, não investem na compra de folhas, legumes e verduras (FLV's) ou processados orgânicos por medo de não terem a quem vender.

Varejistas locais de nicho

Eventualmente há varejistas locais de nicho (minimercados e delicatessens) com foco em

turistas da região que compram pequenos volumes de orgânicos de produtores locais. Essa relação existe, mas é pouco comum.

Médios/grandes varejistas

Para comercializar para médios/grandes varejistas, o obstáculo passa a ser outro: os produtores locais precisam garantir constância no fornecimento e absorver (ao menos parcialmente) as possíveis perdas no ponto de venda em caso de demanda inferior à oferta. Esta é a dinâmica do ponto de venda de grandes volumes. Como pequenos produtores não conseguem atender a tais requisitos, raramente vê-se grandes varejistas adquirindo orgânicos diretamente dos produtores.

Varejistas de porte dos municípios do interior

Nos municípios do interior, a grande maioria dos varejistas de porte simplesmente não oferece alimentos orgânicos ao consumidor.

Varejistas de porte da capital fluminense

Já na capital fluminense, a maioria dos grandes varejistas que possui orgânicos nas prateleiras adquire o produto através de intermediários ou atravessadores, que compram de pequenos produtores onde são reunidas variedades e absorvem a logística e os riscos do processo.

Varejistas de pequeno porte da capital fluminense

Os pequenos varejistas da capital adquirem eventualmente de forma direta dos pequenos agricultores familiares, porém trata-se de volume ainda irrelevante.

Relação comercial dos pequenos produtores de orgânicos com os varejistas

Em resumo, são fatores críticos para a pouca relação comercial e baixo volume de vendas diretas de pequenos produtores de orgânicos aos varejistas de todos os portes:

- incapacidade de os produtores locais atenderem aos requisitos de fornecimento dos varejistas, como continuidade, previsibilidade e absorção de riscos e perdas;
- baixa demanda da população local, da maioria dos municípios, por produtos orgânicos, devido à falta de esclarecimentos ou de possibilidade financeira para pagar preços acima dos produtos da agricultura tradicional; e
- falta de capacidade de planejamento empresarial e tino comercial por parte dos produtores, que pensam que seu trabalho se “resume” a plantar e colher.

RESUMO DA CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS NO RIO DE JANEIRO

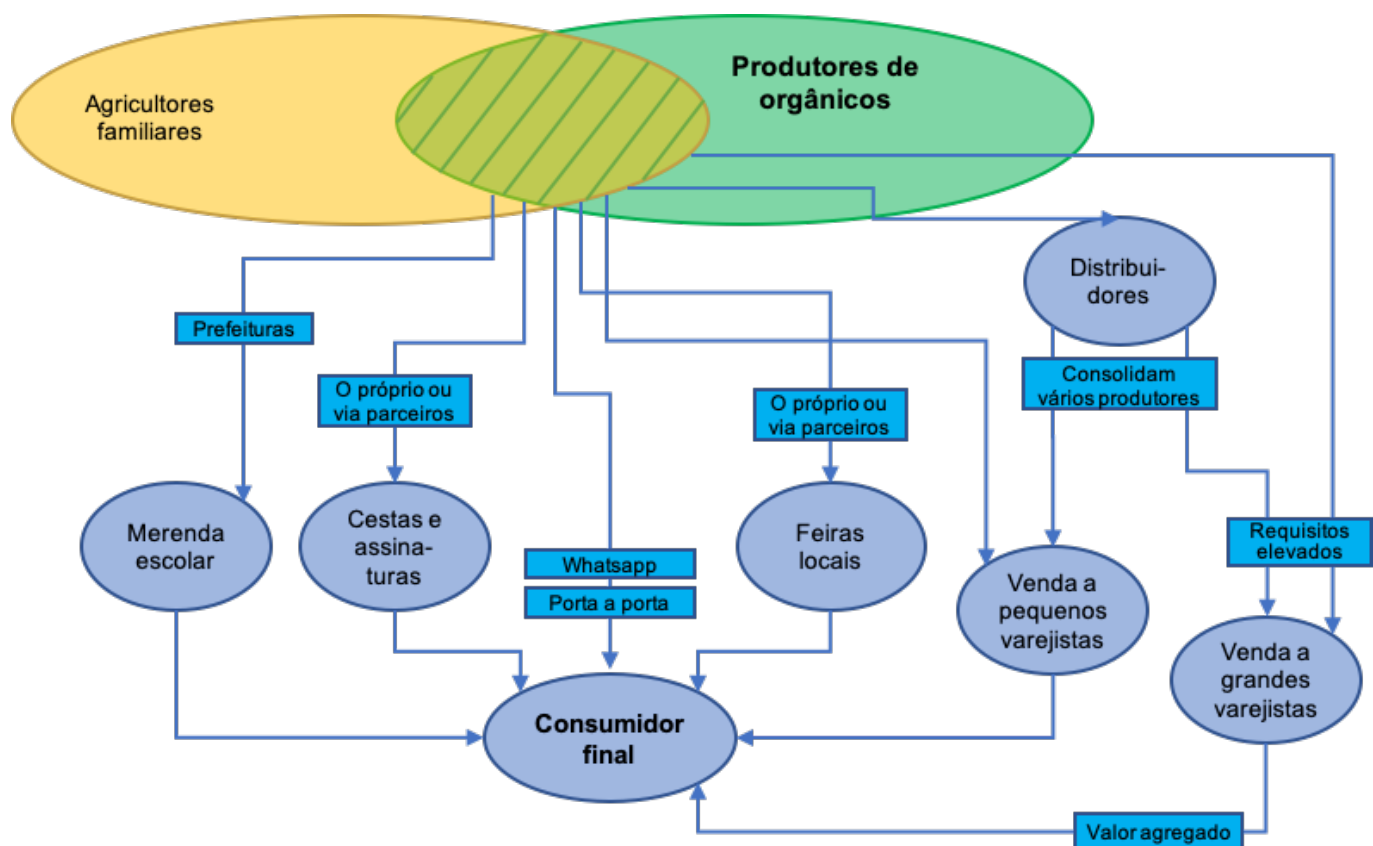


Gráfico: Resumo da cadeia de comercialização de orgânicos no Rio de Janeiro

FONTE: MEDINA, B. (2020).

Em certo sentido, pode-se considerar que a **proposta de valor do modelo de negócio relativo à venda de produtos orgânicos varia conforme o ciclo de comercialização:**

CICLO CURTO

Neste tipo de comercialização a venda é direta

Consumidor

- Enxerga valor em estar comprando diretamente do produtor

Vantagens consideradas pelo consumidor

- Por receber um produto ultrafresco
- Por remunerar o agricultor diretamente

CICLO LONGO

Neste tipo de comercialização, geralmente, termina num varejista mais distante (loja especializada, física ou online) ou num supermercado de referência

Consumidor

- Enxerga como valor mais evidente a facilidade logística de comprar orgânicos junto com outras necessidades

Vantagens consideradas pelo consumidor

- O fato de receber em casa uma cesta organizada
- A sofisticação da experiência do varejo moderno (pois recebe muitas vezes um produto com algum beneficiamento e/ou melhor aspecto visual); e
- Simplesmente no fato de estar pagando mais caro (pesquisas apontam que o que custa mais caro é percebido pelo cérebro como de qualidade superior, em muitos casos).

2.5. MODUS OPERANDI DA COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS EM TRÊS MACRORREGIÕES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: CENTRO-SUL, SERRANA I E NOROESTE FLUMINENSE

Neste estudo, objetivou-se compreender o modus operandi do mercado de orgânicos, da produção ao consumo, em três macrorregiões específicas do Rio de Janeiro.

Entretanto, por não existir uma base centralizada de dados a respeito do setor nem no Brasil nem no estado, as informações encontradas nem sempre serão tão específicas. A própria nomenclatura das regiões do estado varia conforme o órgão pesquisado.

Outra limitação é a falta de números que separam a agricultura orgânica da agricultura convencional.

A seguir é apresentado um mapa panorâmico amplo da agricultura familiar no Rio de Janeiro, das três macrorregiões definidas neste estudo, com:

- os municípios que compõem cada macrorregião;
- número de agricultores familiares;
- número de Declarações de Aptidão ao Pronaf (DAP);
- área de produção/e ou potencial de produção; e
- produtos comercializados (orgânicos e não orgânicos).

PANORAMA DA AGRICULTURA FAMILIAR NAS TRÊS MACRORREGIÕES ESTUDADAS

REGIÃO	CENTRO-SUL	SERRANA I	NOROESTE FLUMINENSE
Municípios	Areal, Comendador Levy Gasparian, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paraíba do Sul, Paty de Alferes, Rio das Flores, Sapucaia, Três Rios	Bom Jardim, Cachoeiras de Macacu, Cantagalo, Carmo, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, Nova Friburgo, Santa Maria Madalena, São Sebastião do Alto, Sumidouro, Trajano de Moraes	Aperibé, Bom Jesus do Itabapoana, Cambuci, Italva, Itaocara, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula, Santo Antônio de Pádua, São José de Ubá, Varre-Sai
Nº de agricultores familiares	3.093	9.823	10.915
Nº de DAP's (Declarações de Aptidão ao Pronaf)	1.157	2.074	3.008 produtores (+ 75 pescadores)
Área de produção ou com potencial	85,2 ha	142,07 ha	435,2 ha
Produtos comercializados (orgânicos e não orgânicos)	abóbora, acerola, alface, aipim, batata doce, beterraba, banana d'água, banana prata, banana passa, bananada, cenoura, coco verde, couve mineira, cheiro verde, coentro, chuchu, inhame, jiló, laranja, limão, manga, maracujá, milho verde, quiabo, repolho, tangerina, tomate e vagem	abacate, abobrinha, alface, aipim, berinjela, beterraba, banana d'água, banana prata, banana passa, batata doce, brócolis, caqui, cenoura, cheiro verde, chuchu, coentro, couve-flor, espinafre, hortelã, inhame, jiló, laranja, lima da pérsia, limão, pepino, pimentão, quiabo, repolho, tomate, tangerina e vagem	abacate, abobrinha, alface, aipim, berinjela, beterraba, banana d'água, banana prata, banana passa, batata doce, brócolis, caqui, cenoura, cheiro verde, chuchu, coentro, couve-flor, espinafre, hortelã, inhame, jiló, laranja, lima da pérsia, limão, pepino, pimentão, quiabo, repolho, tomate, tangerina e vagem

Fonte: SIS/Sebrae Rio (2020) a partir de dados gerados pela UNACOOOP

PRODUÇÃO DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A agricultura orgânica registrou no estado do Rio de Janeiro aumento de produção de 15% a 25% ao ano, gerando emprego e renda de forma sustentável no campo.

PERFIL DOS PRODUTORES NAS TRÊS MACRORREGIÕES PESQUISADAS

Nos municípios que compõem as três macrorregiões pesquisadas, os produtores têm perfil predominantemente familiar e, ainda estão começando suas trajetórias no conceito de produção orgânica e agroecológica. Pode-se dizer que a maioria dos produtores locais ainda trabalha com práticas tradicionais de agricultura (não orgânica).

A produção de orgânicos nos municípios do interior do estado, infelizmente, ainda é pontual. Entre os motivos para a predominância da agricultura não orgânica estão:

Os pequenos agricultores estão acostumados às técnicas usuais de produção agrícola

Motivos:

- temem mudar seus processos por falta de conhecimento;
- falta de capital de giro; e
- incertezas com relação à demanda pelos orgânicos (e consequentemente, retorno sobre seu investimento na mudança).

A demanda pelos orgânicos é puxada pela capital e algumas poucas cidades de maior PIB (como Rio de Janeiro, Niterói, Petrópolis, Nova Friburgo, Volta Redonda, Resende, etc.)

Motivo:

- no interior a procura ainda é baixa, sobretudo devido ao preço mais elevado versus baixa renda da população.

A logística de escoamento da produção de orgânicos para a capital é onerosa e complexa

Motivo:

- geralmente demanda intermediários e a geração de um ciclo longo de comercialização.

INCENTIVO À ECONOMIA LOCAL

As políticas públicas de incentivo à agricultura familiar praticadas nas últimas décadas ainda não são suficientes para convencer o produtor local a uma ruptura radical com seu modus operandi.

É preciso um novo *driver* que impulse a economia local a partir de normas e regulações ou incentivos fiscais que tornem o produto orgânico mais atrativo também no interior, não somente na capital e cidades com melhor desempenho socioeconômico.

MIGRAÇÃO DA PRODUÇÃO CONVENCIONAL PARA A ORGÂNICA

No interior, algumas famílias produtoras migraram da produção convencional para a orgânica há poucos anos.

Outras vieram da capital ou cidades maiores vizinhas com objetivo de mudar o estilo de vida, migrando para o interior e já iniciando na vida da lavoura como produtor de orgânicos.

A maioria das propriedades é certificada pelo sistema SPG e são raros os casos de produtores mais organizados com operação estruturada.

DIFICULDADES DOS PRODUTORES DAS TRÊS MACRORREGIÕES

As dificuldades dos produtores fluminenses das regiões Centro-Sul, Serrana I e Noroeste Fluminense podem ser divididas em 3 categorias:

Dificuldade	Motivo
Compreender e atualizar as técnicas de produção	■ para melhorar a eficiência dos processos (reduzindo custos por unidade em cada safra); ■ para respeitar as regras e requisitos para manutenção da certificação como produtor de orgânicos.
Utilizar ferramentas de gestão e planejamento empresarial	■ para a organização e cronograma de produção (levando em conta sazonalidades climáticas e aspectos mercadológicos); ■ para harmonização do fluxo de caixa.
Exercer um maior espírito empreendedor e tino comercial	■ para identificar e perseguir oportunidades, principalmente no que diz respeito a agregar valor aos próprios produtos; ■ desenvolver uma rede própria de clientes, sejam intermediários ou consumidores finais.

2.6. BENCHMARKING

Nesta seção do estudo são apresentadas informações obtidas em municípios-chave que compõem cada uma das três macrorregiões delimitadas, e alguns casos de marcas que servem como referência e **benchmarking**⁴ para adoção de novas políticas públicas ou mesmo para inspiração de empreendedores do setor e para planejamento de gestores da área.

MUNICÍPIOS DE NOVA FRIBURGO E CARMO – REGIÃO SERRANA I

Particularmente em Nova Friburgo, notadamente a cidade símbolo da região Serrana I e um dos destaques de todo o estado, a produção de orgânicos está em expansão.

São encontrados nas prateleiras de supermercados, restaurantes e feiras produtos como:



FRUTAS



DERIVADOS DO LEITE



FLORES



HORTALIÇAS



GRÃOS

Além de hortifrutigranjeiros, a região se destaca pela produção e oferta de:

Produtos processados			Produtos de limpeza
açúcar de coco	escabeche	suco de uva	desengordurante
açúcar mascavo	cervejas	goiabada	lava louça
berinjela em conserva	café capsula torrado	conservas de laranja, pêssego e pepino	
café	erva mate		
café expresso	geleia de tomate		

⁴ As marcas citadas em todo o presente estudo e em cada uma das macrorregiões são citadas a título de referência em práticas de gestão e comercialização úteis para a técnica de estudos por benchmarking, não significando endosso do relatório ou informe de prevalência de mercado.

MERCADO MUNICIPAL DE NOVA FRIBURGO - COOPFEIRA

Os alimentos produzidos de forma orgânica - sem a utilização de agrotóxicos, podem ser encontrados no Mercado Municipal de Nova Friburgo - Coopfeira (tradicional feira das manhãs friburguenses de sábado), nas prateleiras de alguns supermercados e nos restaurantes locais, dando um toque especial à gastronomia friburguense.

OFERTA DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM NOVA FRIBURGO

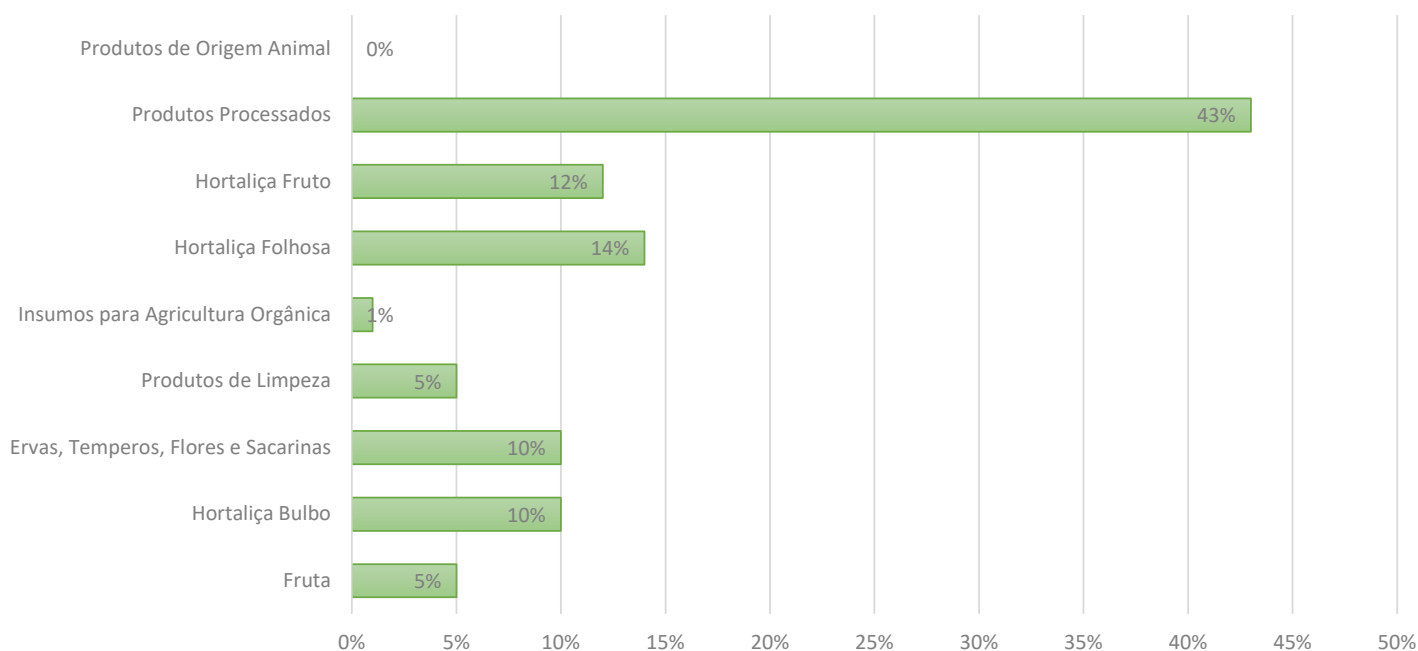


Gráfico: Oferta de produtos orgânicos em Nova Friburgo

Fonte: Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 – Anais do VI CLAA – Vol. 13, N° 1, julho 2018.

MARCA SÍTIO CULTIVAR (NOVA FRIBURGO, SERRANA I)

Sobre o Sítio:

Produtor de alimentos orgânicos desde 1991 e é um dos pioneiros na produção de orgânicos no estado.

Em um terreno a 1.800 metros acima do nível do mar, com água pura e solo próprio, além de barreiras naturais de proteção, o casal Jovelina Fonseca e Luiz Paulo criou o sítio há mais de 25 anos, e iniciaram as atividades com seis hectares de plantio. Atualmente tem 42 hectares.

Há quase 30 anos, a empresa é prova de que é possível produzir alimentos orgânicos sem agredir o meio ambiente.

Certificações, Selos e Programas:

- Certificação por Auditoria do INT.
 - Todos os produtos possuem certificação com o selo SISORG.
 - Os ovos são inspecionados e possuem selo SIE (Inspeção Estadual).
-

Produção:

- Hortaliças, frutas e ovos.
 - Produz mais de 14 variedades de verduras e legumes.
 - Produz cerca de 7 mil itens por mês, entre produtos in natura e os minimamente processados.
 - A linha de higienizados é elaborada em cozinha de beneficiamento equipada. A água utilizada passa pelo processo de ozonização que elimina micro-organismos, tanto na água quanto nos alimentos, sem deixar resíduos ou contaminação nos mesmos.
-

Itens ofertados:

- legumes e verduras
 - frutas
 - ovos
 - grãos
 - processados
 - temperos
 - higienizados
-

Comercialização:

- Entre particulares e comerciantes, são fornecedores regulares de hortaliças naturais para todo o município e arredores.
 - A produção é comercializada em supermercados locais e lojas do Rio de Janeiro.
 - A empresa também oferece um canal em seu site para cadastro de clientes e envio direto dos produtos para a residência do cliente através de rede logística terceirizada.
 - A área de abrangência para entrega ainda é restrita.
-

MARCA RESERVA FOLIO – COSMÉTICOS ORGÂNICOS (NOVA FRIBURGO, SERRANA I)

Sobre a Empresa:

Empresa de Cosméticos Orgânicos e Naturais sediada na cidade de Nova Friburgo - Rio de Janeiro, e foi fundada em 2003 por Simone Valladares.

A empresa desenvolveu uma linha de produtos com matérias primas naturais, baseada em benefícios de óleos e manteigas vegetais brasileiros, da Ásia e da Europa e chegou a formulações de ação dermatológica e com qualidade orgânica certificada.

Certificações, Selos e Programas

- Certificada pelo Instituto de Biodinâmica (IBD).
 - A empresa segue as determinações de segurança e eficácia exigidas pela Anvisa e seus cosméticos são dermatologicamente testados.
-

Produção:

- Os produtos são feitos com matérias primas orgânicas, aromatizados com óleos essenciais naturais e sem substâncias derivadas do petróleo ou sintéticas. Os conservantes também são naturais e vegetais e não contêm parabenos.
 - As formulações empregam óleos e manteigas vegetais da biodiversidade brasileira, como as castanhas do Pará, a andiroba, o cupuaçu, o murumuru, o babaçu, o cacau, e óleos de macadâmia, amêndoa doce, linhaça, argilas e outras substâncias de valor dermatológico reconhecidos.
-

Itens ofertados:

- sabonetes faciais esfoliantes de argila (a matéria prima principal são vários tipos de argila, que é constituída de finos grãos de sais minerais e óxidos de ferro, silício, magnésio, selênio e outros), com propriedades terapêuticas e capacidade de absorver toxinas e estimular a microcirculação cutânea, regulando a produção sebácea;
- argila vermelha e aloe vera para hidratar profundamente e aumentar a tonicidade e vitalidade da pele normal;
- argila vulcânica verde, própolis e aloe vera para absorver e controlar a oleosidade da pele mais oleosa ou com acne;

- argila lilás, açaí e óleo essencial de gerânio para revigorar e suavizar sinais superficiais de envelhecimento, pois estimulam a produção de colágeno, são antioxidantes e hidratantes, além de terem propriedades tonificantes e antissépticas;
- sabonetes vegetais em barra ou gel, óleo após banho e loções cremosas variadas nas linhas aromaterápica, apícola (mel e própolis) e amazônica (castanha do Pará, cupuaçu ou andiroba);
- fortalecedor de unhas andiroba - aliado no cuidado de unhas enfraquecidas, com fácil quebra, escamamento e frisamento. Feito à base de óleo de andiroba e outros óleos vegetais ricos em vitaminas; e
- loção cremosa hidratante cupuaçu, com manteiga de cupuaçu que hidrata, regenera e cicatriza e manteiga de murumuru, óleos vegetais de castanha do Pará, linhaça, oliva, amêndoa doce e germe de trigo.

Comercialização:

Sem informações

MARCA CACHAÇA DA QUINTA (CARMO, SERRANA I)

Sobre a Fazenda:

A Cachaça da Quinta é produzida na Fazenda da Quinta, Município do Carmo, região serrana do estado do Rio de Janeiro, em um vale próximo ao Rio Paraíba do Sul, com altitude em torno de duzentos e vinte metros.

A propriedade possui solo, clima e microclima ideais ao cultivo da cana, à fermentação e à elaboração dos produtos.

Certificações, Selos e Programas:

- Certificado de Produto Orgânico, emitido pelo Instituto Nacional de Tecnologia.
-

Produção:

- Ao *terroir* especialmente propício, somam-se os rigorosos padrões de qualidade na elaboração da Cachaça da Quinta.
 - A cachaça é produzida em três versões.
-

Itens ofertados:

Cachaça

Comercialização:

Sem informações

MARCA APIÁRIO AMIGOS DA TERRA (FRIBURGO, SERRANA I)

Sobre a Empresa:

É uma empresa familiar criada pelo casal Luís Moraes (Médico Veterinário) e Clarice Líbano (Bióloga), que no ano de 1986 decidiram sair do centro urbano do Rio de Janeiro para o interior.

A maior atenção ao apiário gerou uma dedicação intensiva à apicultura, levando ao progressivo crescimento da produção de mel e derivados, enquanto o cultivo de outros produtos perdia espaço. Assim surgiu o Apiário Amigos da Terra (1990), resultado do aprimoramento técnico do casal que, desde a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), vem desenvolvendo projetos de pesquisa, trabalhos técnicos, participação em feiras, eventos, congressos e etc.

Certificações, Selos e Programas:

- Programas como Boa Prática de Fabricação (BPF)
- Programa Padrão de Higiene Operacional (PPHO)
- Serviço de Inspeção Estadual (SIE)

Produção:

- Durante anos se dedicaram à produção de verduras orgânicas, ovos caipira, leite e queijos integrais e mel.

Itens ofertados:

- Mel

Comercialização:

- A produção era comercializada no próprio sítio, na Coonatura (Cooperativa de Produtos Naturais do Rio de Janeiro) e na feirinha de orgânicos da Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz).
-

Outros:

- Como forma de reconhecimento dessa excelência em qualidade, o Mel Silvestre da empresa foi eleito duas vezes o melhor do estado pelo Concurso Maravilhas Gastronômicas do Rio de Janeiro.
-

MUNICÍPIO DE SÃO SEBASTIÃO DO ALTO – REGIÃO SERRANA I

Com 20 mil m² de plantio do tomate livre de agrotóxicos, São Sebastião do Alto (localizado na Serra) é pioneiro na produção de tomate. O fruto é mais barato que o orgânico e mais saudável do que convencional.

Sistema de Produção TOMATEC



Desenvolvido em 2005 pela Embrapa Solos com objetivo de melhorar o cultivo do tomate de mesa através de boas práticas agrícolas, o TOMATEC é um sistema de produção que prioriza:

- a fertirrigação por gotejamento;
- o ensacamento de pencas;
- a utilização de fitilho nas lavouras; e
- o manejo integrado de pragas.

Sobre a produção

A variedade já está sendo produzida no município de São Sebastião do Alto. O município é o pioneiro na Região Serrana do Rio a cultivar o Tomatec, que deve chegar a outros municípios em breve.

São 13 mil pés do fruto que ocupam uma área de aproximadamente 20 mil m².

Marca TOMATEC

A marca “Tomatec” foi registrada junto ao INPI como propriedade da Embrapa. A novidade acaba de ser lançada em uma rede de supermercados no Rio de Janeiro, com a promessa de agradar os consumidores mais exigentes.

MUNICÍPIO DE PATY DO ALFERES - CENTRO-SUL

A cidade é a mais representativa da região e tem vocação para os seguintes produtos:



ALFACE



COUVE



TOMATE (GRANDE ÊNFASE)

Observações:

- No período quente do ano a safra deste tipo de tomate é prejudicada pelo clima, o que dificulta o fornecimento a grandes varejistas, que dependem de constância.
- Uma saída para aumentar a escalabilidade, segundo apontam alguns entrevistados, é o cultivo protegido agregado ao planejamento da produção.

Produtores de orgânicos do município

A maioria dos produtores de orgânicos na região é de base familiar e tem dificuldades em manter-se no mercado dentro deste contexto, e acabam optando pelo fornecimento direto a consumidores ou participação em feiras locais.

Feira Agroecológica de Paty do Alferes

É o canal mais importante de comercialização da região e acontece todos os sábados de manhã na Praça George Jacob Abdue.

A Feira traz para o público produtos frescos e de qualidade de agricultores familiares:

- orgânicos;
- agroecológicos;
- agroflorestais; e
- convencionais.

Produtos agroecológicos ofertados:

- mel;
- flores;
- queijo;
- caldo de cana; e
- cachaças;
- artesanato local.

SOBRE A PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS NA REGIÃO PELO OLHAR DE UM GRANDE VAREJISTA

Segundo informado por um grande varejista local, os produtores da região não têm planejamento e estrutura que possa garantir um fluxo de entregas adequado.

Os pequenos produtores, por não possuírem capital de giro, não aceitam absorver as perdas (nem mesmo parcialmente) geradas por produtos não vendidos no curto prazo de validade (um ramo de alface, por exemplo, dura apenas um ou dois dias).

Como o preço dos orgânicos é muito superior, em média, aos produtos da agricultura tradicional, o varejista tem receio de apostar na empreitada sem a contrapartida de comprometimento do produtor local. Por este motivo, esse grande varejista local, não compra nem vende orgânicos em seu supermercado.



Pontos de atenção!

Esse mesmo varejista planeja a abertura de uma nova loja em outro ponto do município. Considerando o novo conceito que esta filial pretende trazer à região, devido à maior amplitude do salão comparada à loja original, o empreendedor confirma que irá ter uma seção destinada a produtos orgânicos provenientes de Paty do Alferes.

Além de apostar no crescimento da procura por esse tipo de produto pelos moderadores de Paty e veranistas a médio prazo, o sócio-diretor do mercado quer estimular o crescimento da região. Esta abordagem, é estratégia de marketing e melhoria da imagem da empresa, segundo o empresário, que tem como motivações principais a responsabilidade social e ambiental.

MUNICÍPIO DE MENDES - REGIÃO CENTRO-SUL

Região com clima privilegiado (eleito 4º melhor clima do mundo há algumas décadas), tem como vocação:



LEGUMES

(variam conforme a
estação do ano)



AIPIIM



HORTALIÇAS

(variam conforme a
estação do ano)



BANANA



FRUTAS

(ainda são
escassas)

Sobre a produção local

Há pouca ou nenhuma escalabilidade produtiva para este perfil de produtores orgânicos.

Não há um planejamento adequado da produção por parte dos agricultores familiares, que plantam de forma intuitiva. A falta dessa prática gera vácuos na cadeia de suprimento para os varejistas e para o consumidor final que adquire diretamente do produtor.



Pontos de atenção!

Entre os produtores locais há o agricultor de origem e o agricultor “de fora”, imigrante que veio da capital fluminense buscando um novo estilo de vida fixando-se no interior do estado. Este movimento se acentuou bastante durante a pandemia de 2020.

Um fato curioso é que a maioria dos produtores locais prefere trabalhar com o sistema tradicional de agricultura, enquanto a minoria que produz orgânicos é composta, principalmente, pelos imigrantes recém oriundos da capital.

Fornecimento

Os produtores da região têm fornecido semanalmente para:

- cestas básicas;
- feiras locais; e
- venda direta porta a porta.

Grande varejista (Supermercado Leal)

Apenas um produtor local conseguiu inserir seus produtos no maior varejista da cidade (Supermercado Leal).

Pequenos e médios varejistas da região

Os três pequenos/médios varejistas da região compram direto dos produtores, porém de forma eventual e em pequenos volumes.

O consumidor típico de Mendes ainda não valoriza os orgânicos, de modo que os produtores locais precisam encontrar alguma forma de escoar sua produção, seja para os veranistas (que vêm da capital com uma mentalidade mais propensa aos orgânicos) seja através de distribuidores que consolidam a produção de múltiplos agricultores.

MUNICÍPIO DE SANTO ANTÔNIO DE PÁDUA – REGIÃO NOROESTE FLUMINENSE

É considerado um dos municípios mais pobres do Rio de Janeiro, cuja economia guarda até os dias atuais fortes relações com o desenvolvimento da agropecuária.

A formação do município se confunde com os ciclos pelos quais passou a agricultura no Estado ao longo dos tempos, tendo início com a transferência do ciclo cafeeiro para o Noroeste Fluminense, ainda no final do Século XIX.

De toda a extensão territorial do município cerca de 50% das terras são rurais (ocupadas por estabelecimentos rurais) e nelas a maior parte das famílias desempenha alguma atividade agrícola (exclusivamente ou não).

Sua estrutura fundiária é composta por:

- pequenos estabelecimentos familiares menos de 20 hectares;
- maioria detentora de baixos níveis de renda;
- baixo índice de mecanização e tecnificação;
- pouca diversificação produtiva;
- produção para subsistência;
- produção de leite; e
- cultivo do tomate.



Ponto de atenção!

Os orgânicos são uma tendência ainda incipiente.

Agropecuária

Por outro lado, a agropecuária na economia do município é o setor que mais emprega chefes de família, ficando até mesmo à frente das atividades ligadas ao comércio e serviços.

O presente trabalho parte da hipótese de que a despeito da crise que vem atravessando a agricultura no município (baixos preços e êxodo rural), ainda seria precipitado interpretar a partir dessa constatação que as atividades agrícolas estejam fadadas ao desaparecimento.

A agricultura orgânica no município

Entre as novas dinâmicas observadas, têm-se:

- o surgimento da agricultura orgânica;

- o aumento da diversificação dos estabelecimentos familiares agrícolas; e
- o crescimento da participação de produtos diferenciados na agricultura municipal, como:
 - ☑ piscicultura;
 - ☑ apicultura;
 - ☑ ovinocultura;
 - ☑ caprinocultura; e
 - ☑ entre outros.



Tomate: principal produto agrícola e orgânico no município

O tomate é outra cultura bastante importante na região, e permanece até hoje como principal produto agrícola, inclusive de orgânicos. Sua origem está ligada à expansão da pecuária extensiva.

Problemas de desenvolvimento da região

Um fator crítico para o desenvolvimento da região são as estradas do município, que não são boas.

A maioria ainda é de ‘terra batida’, impossibilitando o produtor de sair de casa em dias de chuva, frequentes na localidade.

As propriedades ficam sem acesso e somente tratores conseguem se locomover, o que retarda o escoamento da produção agrícola e gera perdas de safra dos principais produtos orgânicos da região, como o leite (altamente perecível) e o tomate (produto extremamente sensível a impactos).

Neste contexto, iniciativas públicas de apoio à agricultura familiar e ao desenvolvimento rural têm sido implementadas no município, culminando na formação de uma rede de atores sociais que atuam tanto no nível local quanto em interlocução com atores da esfera regional.

MUNICÍPIOS DE ITAPERUNA E SÃO JOSÉ DE UBÁ - REGIÃO NOROESTE FLUMINENSE

Há três anos, apenas nove agricultores vendiam produtos orgânicos. Hoje, 89 são credenciados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para realizar essa atividade – um aumento de mais de 10 vezes.

A região de Itaperuna, é particularmente degradada como resultado da monocultura do café e da pecuária extensiva, o que inclusive agrava a crise hídrica. A agroecologia, portanto, se apresenta como possibilidade de geração de renda para pequenos produtores rurais.

Esses municípios têm vocação para produção de folhas, legumes e verduras (FLV's) como:



SALSINHA



CEBOLINHA



TAIOBA



BRÓCOLIS

Produção orgânica nesses municípios

Os produtores locais não sentem falta da agricultura convencional, tendo havido em alguns casos locais, uma transição para a produção orgânica por meio do sistema de mandala, em que a plantação toma o formato de um círculo.

Embora a recuperação do terreno seja lenta, a espera acaba compensando na percepção local, pois a produção é diversificada e mais sustentável.

Hoje a preferência é pelo cultivo de hortaliças que rebrotam, já que muitas famílias trabalham sozinhas e assim economizam tempo no plantio.

Comercialização

Predominam a comercialização por meio de feiras e fornecimento para a merenda escolar.

MUNICÍPIO DE VARRE-SAI – REGIÃO NOROESTE FLUMINENSE

Apesar de mais expressiva no passado, a cafeicultura é uma atividade de importância no cenário econômico do Noroeste Fluminense, sendo a base econômica de muitos produtores, particularmente no município de Varre-Sai. As áreas mais expressivas e tradicionais de cultivo referem-se ao cafeeiro arábica.

Sobre a produção de café na região

Devido ao interesse demonstrado por vários produtores na questão da qualidade do café, algumas ações foram realizadas com base em pesquisas na região, procurando identificar a qualidade atual da produção, além de obter outras informações para nortear futuros trabalhos.

A idade média das lavouras foi estimada em, aproximadamente, 11 anos, com variação entre 1 e 28 anos.

Quanto ao uso de insumos para calagem e adubação, verificou-se que a maioria dos produtores utiliza análises de solo como base de recomendação.

Em relação ao processamento pós-colheita, todos os produtores citaram o uso de derriça manual no pano, principalmente no início da colheita, que está acima do preconizado para a obtenção de cafés de qualidade (20% de verde).

As propriedades situam-se acima de 600 metros de altitude, faixa adequada ao cultivo do café arábica. As áreas de cultivo são pequenas, com 18,2 ha, em média.



Expansão do mercado de café orgânico

Atualmente, produtores de café orgânico do Noroeste Fluminense estão expandindo seus mercados. Ainda sem marca própria, a distribuição hoje está restrita:

- à venda direta ao consumidor;
- a feiras livres; e
- ao fornecimento de merenda para as escolas públicas da região.

Certificações e Selos

Um grupo de oito a doze produtores de café, todos concentrados nas cidades de Varre-Sai, Porciúncula e Bom Jesus do Itabapoana obtiveram dois importantes certificados:

- Certificação Orgânica pela categoria Organização de Controle Social (OCS) do Ministério do Meio Ambiente; e
- Selo Orgânico na modalidade Sistema Participativo de Garantia (SPG), da Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio (Abio), o que possibilita a comercialização no mercado convencional.

Mudanças que ajudaram na obtenção do certificado e do selo

Para tal, foram necessárias mudanças no campo por parte dos agricultores. O próprio cafeicultor exerce a função de consultor para outros produtores.

O conceito de café orgânico precisa seguir critérios rigorosos na produção e em outros aspectos, como:

- manuseio da terra; e
- impactos ambientais e sociais da área de cultivo.

QUADRO CONSOLIDADO DE ORGÂNICOS NO RIO DE JANEIRO NAS TRÊS MACRORREGIÕES ESTUDADAS

REGIÃO	CENTRO-SUL	SERRANA I	NOROESTE FLUMINENSE
Municípios	Areal, Comendador Levy Gasparian, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paraíba do Sul, Paty de Alferes, Rio das Flores, Sapucaia, Três Rios	Bom Jardim, Cachoeiras de Macacu, Cantagalo, Carmo, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, Nova Friburgo, Santa Maria Madalena, São Sebastião do Alto, Sumidouro, Trajano de Moraes	Aperibé, Bom Jesus do Itabapoana, Cambuci, Italva, Itaocara, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula, Santo Antônio de Pádua, São José de Ubá, Varre-Sai
Polo local de referência e distribuição	Paty do Alferes	Nova Friburgo	Santo Antônio de Pádua e Itaocara
Principais produtos orgânicos	alface, aipim, banana, cenoura, cheiro verde, coentro, chuchu, inhame, milho verde, quiabo, repolho e tomate	abobrinha, alface, aipim, berinjela, beterraba, banana batata doce, brócolis, cenoura, cheiro verde, chuchu, coentro, couve-flor, espinafre, hortelã, jiló, laranja, limão, pepino, pimentão, quiabo, repolho, tomate, tangerina e vagem	abacate, alface, aipim, berinjela, beterraba, banana, brócolis, café, caqui, cenoura, cheiro verde, coentro, couve-flor, espinafre, hortelã, inhame, jiló, pepino, pimentão, quiabo, repolho, tomate e vagem

REGIÃO	CENTRO-SUL	SERRANA I	NOROESTE FLUMINENSE
Perfil dos produtores	Agricultores de base familiar oriundos, em parte imigrantes da capital fluminense	Agricultores de base familiar, predominantemente nativos da região	Agricultores de base familiar, predominantemente nativos da região
Produtores de maior porte e/ou beneficiamento	N/D	Cachaça da Quinta, Sítio Cultivar, Reserva Folio	N/D
Limitações e dificuldades específicas	Baixo desenvolvimento econômico da região e falta de valorização do produto orgânico pela população local	Apesar do elevado PIB da cidade central, há grande concorrência com Teresópolis no sub-nicho de hortaliças	Grande distância para a capital fluminense e dificuldades logísticas limitam o mercado
Varejistas locais (nem todos compram orgânicos)	Supermercado Bramil, Supermercado Leal, Supermercado Unidos, Supermercado Paraibano	Supermercado Serra Azul, Supermercado Bramil, Superthal, Supermercado Trajanense, Supermercado Veneza	Supermercado Paduano, Supermercados Fluminense, Miranda Supermercados, Avistão Itaocarense
Principal canal de comercialização	Merenda Escolar para as prefeituras locais e venda direta ao consumidor	Vendas direta ao consumidor através de WhatsApp, feiras locais, merenda escolar	Feiras locais, venda direta ao consumidor e merenda escolar
CEASA mais próximo	Unidade Médio Paraíba Alameda Embaixador Carlos Magno s/nº - Arcozelo Paty do Alferes/RJ Área total 50.004 m²	Unidade Região Serrana Rod. RJ 130 Teresópolis-Friburgo km 47,5 Nova Friburgo/RJ Área total: 80.831 m²	Unidade Noroeste Flumin. Est. Ponto de Pergunta RJ 192 km 0 – Jaguarembé – Itaocara/RJ Área total: N/D

Quadro consolidado de orgânicos no Rio de Janeiro nas três macrorregiões estudadas

FONTE: MEDINA, B (2020).

3. ANÁLISE DA COMERCIALIZAÇÃO E DO MERCADO DE CONSUMO NA CAPITAL FLUMINENSE

3.1. PREÇOS AO CONSUMIDOR FINAL OBSERVADOS NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Os preços dos produtos vendidos por cada um dos empreendimentos são bem variados. É possível observar que alguns distribuidores praticam preço fixo por cesta, não sendo possível fazer uma análise do preço por produto.

Neste estudo, tentou-se apurar o preço de venda ao consumidor final praticado por varejistas diversos:

- feiras;
- sites; e
- cestas por assinatura.

Estes varejistas não são produtores, mas têm uma rede de fornecedores qualificada de quem compram e consolidam na forma de cestas para agregar valor ao consumidor final.

Como limitações desta pesquisa, destacam-se três elementos principais:

1º elemento - refere-se à falta de acesso aos consumidores dessas organizações, o que poderia enriquecer as informações aqui apresentadas, acrescentando as suas perspectivas e motivações para a escolha das instituições pesquisadas;

2º elemento - refere-se à pequena amostra de organizações trabalhadas, que inviabilizou a análise sobre uma maior diversidade de organizações, principalmente as consideradas intermediárias;

3º elemento - consiste nas dificuldades de elaboração de resultados mais precisos na análise de preços, devido à forma de precificação variada dos alimentos e cestas, que obedece a critérios como a diferenciação de valores para assinantes e não assinantes e o preço unificado por cesta e não por produto.

**PREÇOS AO CONSUMIDOR FINAL OBSERVADOS NA
CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

PRODUTO ORGÂNICO	FORNEC. 1 (R\$)	FORNEC. 2 (R\$)	FORNEC. 3 (R\$)	FORNEC. 4 (R\$)	PREÇO MÉDIO (R\$)	UNIDADE
Quiabo	10,00		9,00		9,50	kg
Limão galego	5,00	7,00	7,00	5,40	6,10	dz
Batata roxa	5,50	9,00			7,25	kg
Ovo	12,00	12,00	16,00		13,33	dz
Alfavaca	2,00				2,00	molho
Banana d'água	4,50		6,00		5,25	kg
Arroz branco	7,00	10,00			8,50	kg
Limão thaiti	5,00	7,00	7,00	5,40	6,10	dz
Batata doce	4,50	8,50	7,00	9,90	7,48	kg
Manjeriçao	2,00	3,00	3,50	3,60	3,03	moho
Salsinha	2,00			3,60	2,80	moho
Berinjela	5,00	8,00	7,00	11,70	7,93	kg
Capim limão	2,00	3,00	3,50	3,60	3,03	unidade
Banana prata	4,50	7,00	4,50	8,10	6,03	kg
Abacate	6,00	8,00	8,00	6,30	7,08	kg
Abóbora	5,00		5,50	9,90	6,80	kg
Feijão	10,00		12,00	16,20	12,73	kg
Chuchu	4,00	8,00	5,50	11,70	7,30	kg
Couve	2,00	3,50	3,70	4,95	3,54	moho
Salsa	2,00		3,00		2,50	molho
Queijo frescal 500g	12,00		20,00		16,00	unidade
Abobrinha	4,50		7,00	12,00	7,83	kg
Aipim descascado	6,00	6,00			6,00	kg
Aipim	4,00	6,00	7,00		5,67	kg
Batata branca	5,50		16,00		10,75	kg
Taioba	2,00				2,00	moho
Cebolinha	2,00		3,50	3,60	3,03	moho
Doce de leite	7,00				7,00	unidade
Laranja lima	5,00			9,00	7,00	dz
Mamão verde	2,50		8,00	12,60	7,70	unidade

Quadro Preços ao consumidor final observados na Cidade do Rio de Janeiro- em outubro/2020
Fonte: Baseado em Soltec/UFRJ e DEP/UNI-Rio.

PREÇOS PRATICADOS NOS PRODUTOS ORGÂNICOS

É grande a dificuldade em mapear detalhadamente os preços praticados nas dezenas de municípios.

Os dados disponíveis são informais em muitos casos e não há base única de informações por parte de associações, universidades e órgãos públicos.

Por estes motivos não foi possível apresentar, no momento da emissão deste estudo, uma análise profunda de variação de preço por tipo de fornecedor, por grau de beneficiamento ou por região.

ASSOCIAÇÃO DOS AGRICULTORES BIOLÓGICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (ABIO)

A própria Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), desenvolveu um sistema para entregar produtos orgânicos em domicílio.

Para isso, a associação coordena 13 feiras orgânicas na capital carioca, com a participação de 41 grupos de comercialização solidária envolvendo o trabalho de mais de 200 famílias de produtores orgânicos.

Outras centenas de produtores associados participam de feiras em suas regiões de origem, e também abastecem a capital com entregas domiciliares.

3.2. CONHECENDO ALGUNS VAREJISTAS LOCAIS NA CAPITAL FLUMINENSE

GRUPO SOLO VIVO

Sobre o Grupo:

O grupo iniciou o seu trabalho em 1997 com o objetivo de produzir verduras de qualidade, visando a preservação do meio ambiente.

Certificações, Selos e Programas:

Não informado

Produção:

- Especializado em produção e referência na distribuição e comercialização de produtos orgânicos alimentícios, a empresa agora faz parte da rede OrganicsNet.

Itens ofertados:

- frutas, legumes e verduras;
- mel;
- doces de banana;
- café; e
- geleia.

Comercialização:

- Em 2009, começaram a fornecer os produtos diretamente aos clientes e, em 2011 o grupo iniciou parcerias com produtores e passou a comercializar legumes e frutas, além de suas verduras.
- Fornecem para grandes redes de supermercados, como Zona Sul e Mundial.
- O grupo possui uma loja própria, que foi inaugurada em abril de 2016, e está localizada dentro do CADEG, mercado municipal do Rio de Janeiro, e atende segmentos de varejo e atacado.

ORGÂNICOS IN BOX – VAREJISTA (RIO DE JANEIRO, CAPITAL)

Sobre a empresa:

A empresa surgiu em meados de 2014 como opção de entregas de Cestas Orgânicas em domicílio nos bairros de classe média da cidade do Rio de Janeiro.

A ideia prosperou e a partir de então se formou uma grande rede de pessoas que passaram a encomendar e recomendar as cestas da empresa. Por meio de parcerias com diversos produtores de orgânicos do Rio de Janeiro e de outros estados, oferecem uma grande diversidade de alimentos orgânicos certificados.

Certificações, Selos e Programas:

- A maioria dos produtos orgânicos com os quais trabalham são certificados via Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO).

Produção:

- As encomendas são fechadas com dois dias de antecedência. As informações sobre os pedidos são encaminhadas para os agricultores que, a partir do conhecimento da demanda exata dos produtos para a semana, colhem os alimentos e os levam para a empresa.
- Toda semana são elaboradas cestas variadas de acordo com a colheita prevista de cada produtor.
- Toda a produção é orgânica, podendo ser agroecológica ou não.

Itens ofertados:

- frutas
- legumes
- verduras
- produtos industrializados como: arroz, goma de tapioca, cerveja, macarrão e granola.

Comercialização:

- Venda avulsa
- Venda por assinatura: assinantes ganham 10% de desconto em todos os produtos e recebem os pedidos em casa, na frequência desejada (1 a 3 três vezes por semana). A cobrança ao cliente é semanal.
Para viabilizar a encomenda das cestas, a empresa utiliza um site próprio, que foi desenvolvido por uma empresa terceirizada.

Distribuição e logística:

- O transporte dos alimentos até a Orgânicos in Box é de responsabilidade dos produtores, que utilizam diferentes tipos de transporte para realizar essa locomoção.
- No dia da entrega das cestas os produtores chegam de madrugada na Orgânicos In Box e são responsáveis por descarregar a mercadoria dentro da empresa.
- Os alimentos que chegam de outros estados são deixados no CADEG e um membro da empresa fica responsável por buscá-los.

- As entregas das cestas nas residências dos consumidores são realizadas em três dias da semana: terça, quinta e sábado.
- Como método de distribuição das cestas até o endereço dos clientes, a Orgânicos in Box utiliza parcerias com motoristas de aplicativos de transporte, como o UBER, que aderem um termo de uso da empresa e, assim, passam a entregar as cestas ganhando por cada entrega realizada.
- A organização já fez uso de carros próprios para realizar as entregas, mas essa forma apresentou prejuízos devido ao tempo de entrega, que gerava perda na mercadoria.

Valores praticados:

- Cestas prontas são oferecidas por valores entre R\$ 60,00 e R\$ 110,00 dependendo da quantidade e variedade de produtos. O valor das cestas possui um desconto em relação à compra avulsa e o cliente pode trocar até 2 dos alimentos orgânicos da composição da cesta, sendo cobrada apenas a diferença.

Outras informações:

- Atualmente, a empresa possui uma sede física na Praça da Bandeira, localidade próxima à região central da capital fluminense, sendo composta por três sócios, que executam funções gerenciais e administrativas, e mais sete funcionários que realizam funções mais operacionais.
- Os sócios da empresa elaboram relatórios, coordenam a montagem das cestas, estabelecem relações com os produtores, avaliam os produtos e fiscalizam a operação geral.
- Os funcionários são responsáveis pela montagem da cesta, executando as atividades conforme a demanda.
- A empresa oferece um cardápio com uma série de produtos orgânicos 100% certificados, para o cliente montar uma cesta personalizada ou incrementar a cesta pronta.
- Com relação à estrutura de custos da organização, há como custos fixos o aluguel do espaço, os salários dos funcionários (10%) e o pagamento mensal da agência responsável pelo marketing. Já os custos variáveis correspondem aos transportes dos produtos, dos produtores até o cliente final (22%) e o pagamento dos consultores externos que realizam algum tipo de serviço pontual.

KORIN (PRODUÇÃO EM SP, PORÉM FORTE DISTRIBUIÇÃO NO RJ)

Sobre a empresa:

A Korin tem suas principais operações localizadas no Brasil, com sede e centro produtivo em Ipeúna - cidade do interior do estado de São Paulo. O Centro de Distribuição está localizado em São Bernardo do Campo/SP.

Certificações, Selos e Programas:

- Certificação internacional em bem-estar animal.
-

Produção:

- Produz produtos alimentícios orgânicos e sustentáveis.
 - Produz frangos e ovos sem o uso de antibióticos e promotores de crescimento, além de serem criados fora das gaiolas.
 - Toda a sua produção é sem a utilização de grãos transgênicos.
-

Itens ofertados:

- produtos alimentícios orgânicos e sustentáveis;
 - ovos orgânicos;
 - produtos da pecuária orgânica e sustentável; e
-

Comercialização:

- Apesar de produzir fora do Estado do Rio de Janeiro, a rede conta com dezenas de lojas e pontos de venda na região fluminense.
-

Outras informações:

- A empresa já atua fortemente no segmento de orgânicos e com animais livres de antibióticos e promotores de crescimento.
 - Agora, passa a oferecer carne de frangos alimentados com grãos que utilizam defensivos no processo produtivo, mas que se diferenciam por não serem geneticamente modificados. Em 2018, estima-se que a empresa tenha abatido cerca de 7 mil aves, 8% a mais que em 2017.
 - Além de questões como o aumento do custo de grãos e da maior competição com o frango convencional nas prateleiras, influencia o fato de que os produtos orgânicos têm gargalos na cadeia produtiva, como carência de grãos em grande volume.
-

SUPERMERCADO ZONA SUL

Sobre a empresa:

Na década de 1990, a empresa começou a comercializar orgânicos adquiridos de duas senhoras da Feirinha da Glória que ofereciam folhosas, batata baroa, cenoura, abobrinha, abobrinha amarela e esses produtos já tinham o selo do IBD.

Itens ofertados:

- frutas, legumes e verduras;
 - produtos processados e biológicos industrializados na Europa, como geleias, suco de tomate, vinagre, mostarda, molho de tomate, macarrão, óleo de girassol, azeite; e
 - produtos biológicos nacionais como açúcar, café, arroz.
-

Comercialização:

- Nas lojas da rede, a maior parte das folhosas e verduras comercializadas já é orgânica e o objetivo da empresa, segundo informado, é atingir 100% de comercialização orgânica. Só não há prazo definido.
 - Nos legumes e hortaliças a rede já dispõe de ampla variedade, embora a grande dificuldade seja com as frutas e carnes.
-

Outras informações:

- Foi informado que ainda não atingiram a meta por não terem fornecedores suficientes.
 - A empresa pretende fazer uma feirinha de orgânicos, mas o projeto ainda depende de variáveis externas, visto alegar ter uma responsabilidade social a cumprir, referindo-se ao compromisso da empresa na ampliação da oferta de produtos orgânicos e biológicos.
-

4. PONTOS PARA DISCUSSÃO

SOBRE A EXPANSÃO DA AGRICULTURA

Há que se tratar de fatores que dificultam a expansão da agricultura, no que diz respeito:

- ao baixo conhecimento acerca de tecnologias em sistemas de cultivo agroecológico entre produtores e mesmo entre profissionais;
- à limitação de mão de obra no meio rural; e
- à falta de máquinas e equipamentos apropriados.

SOBRE A PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS

No que diz respeito à produção orgânica no Estado do Rio de Janeiro, sobretudo nas três macrorregiões analisadas, percebe-se:

- uma resistência por parte dos agricultores familiares (perfil da grande maioria das propriedades produtivas) em aderir ao conceito orgânico;
- que em vários municípios verificados, boa parte dos produtores optantes por orgânicos são imigrantes da capital fluminense, de onde trazem conceitos de sustentabilidade mais enraizados e uma rede de contatos em potencial para escoamento da produção;
- que o público dominante da imensa maioria dos municípios analisados é de baixa renda e, portanto, sensível à diferença de preço do produto orgânico frente ao convencional;
- que o consumidor de orgânicos está na capital fluminense e, mais timidamente, em bairros específicos de alguns poucos municípios. Já no estado de São Paulo, como comparação, existe uma divisão mais homogênea de riqueza entre os municípios, o que aproxima consumidores e produtores; e
- que é fundamental o desenvolvimento de um encadeamento logístico que facilite o escoamento da produção dos pequenos agricultores familiares para centros urbanos consumidores de orgânicos. Entretanto, esse encadeamento deve preservar os aspectos do ciclo curto de comercialização a fim de manter o interesse dos atuais produtores de orgânicos, e principalmente, atrair novos produtores locais, desenvolvendo o segmento no estado do Rio de Janeiro.

SOBRE A POSSIBILIDADE DE MAIS INCENTIVOS ECONÔMICOS

Tendo-se em vista as dificuldades financeiras da população do interior fluminense, sugere-se estudar:

- a possibilidade de incentivos econômicos e fiscais;
- a possibilidade de desenvolvimento de novos programas de apoio à produção de orgânicos nessas localidades, com objetivo de ajudar a atrair novos produtores; e
- reduzir o preço final do produto orgânico no ponto de venda, facilitando assim o seu consumo pelas famílias de menor renda.

SOBRE A MELHORIA DAS BASES DE DADOS

Percebe-se de modo geral:

- carência de mais pesquisas, bases de dados censitárias;
- carência de políticas públicas para alavancar estas iniciativas de modo sistemático através de outlook setoriais anuais, anuários, boletins técnicos com emissão regular etc.;
- carência de estudos técnicos adicionais para ajudar a reconhecer que há outras formas de produção diferente das convencionais; e
- ausência de uma frequência e harmonização entre estudos existentes, o que dificulta o desenvolvimento e a inserção da agroecologia em nível macro, assim como a situação financeira do agricultor de orgânicos e sua necessidade imediata de obtenção de renda.

SOBRE A POSSIBILIDADE DE INVESTIMENTOS

Permanece a necessidade de:

- operações de crédito;
- investimentos e crédito de custeio; e
- instrumentos, creditícios ou não, dirigidos para facilitar a entrada nos circuitos de comercialização.

Fontes

- ABRAHÃO, R.; TERESO, M.; RIBEIRO, I.; TERESO, F.; GEMMA, S.; MENEGON, N.; MONTEDO, U. (2017). Trabalho e inovações tecnológicas na horticultura orgânica no estado de São Paulo. Ação Ergonômica. 11. 52. Agropro. Manejo do solo na agricultura orgânica: como funciona? AgroPro. Disponível em: <<http://blog.agropro.com.br/manejo-do-solo-na-agricultura-organica/>> Acesso em 4 out. 2020.
- CAMARGO, U. A.; TONIETTO, J.; HOFFMANN, A. Progressos na Viticultura Brasileira. Revista Brasileira de Fruticultura, Jaboticabal, v. especial, p. 144-149, 2011.
- DAROLT, M. R.; SKORA NETO, F. Sistema de plantio direto em agricultura orgânica. R. Plantio Direto, n. 70, p. 28-31, 2002. Datagro. Agricultura orgânica em larga escala é possível, dizem executivos do setor. InfoMoney, 2016. Disponível em: < <https://www.infomoney.com.br/mercados/agricultura-organica-em-larga-escala-e-possivel-dizem-executivos-do-setor/>> Acesso em: 5 out.2020.
- FAVARATO, L. F.; SOUZA, J. L. DE; PEREIRA, V. A.; GUARÇONI, R. C. Desempenho de máquinas e implementos para manejo de palhas e plantio direto na agricultura orgânica. Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável, v. 8, n. 1, 13 jun. 2018.
- FEDERAÇÃO DAS COOPERATIVAS VINÍCOLAS DO RIO GRANDE DO SUL (FECOVINHO). Viticultura Biodinâmica na Serra Gaúcha: projeto Piloto. Bento Gonçalves: FECOVINHO/IBRAVIN, 2016. Imprensa RJ - Governo do Estado. Estado do Rio é destaque na produção de orgânicos. Fórum Permanente de Desenvolvimento Estratégico do Estado do Rio de Janeiro, 2018. Acesso em: 2 out. 2020.
- LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A; ALVES, F. (2020): Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil. – Texto Para Discussão IPEA 2358: 1–44.
- LUIZZI, D.; FERREIRA, J. D.; SCHNEIDER, M. B. O comércio internacional de produtos orgânicos: atuação do Brasil e de países atuantes no setor. Caderno de Administração, v. 24, n. 2, p. 72-88, 31 dez. 2016. ORMOND, P.J. et al. Agricultura Orgânica: Quando o passado é futuro. BNDS Setorial, Rio de Janeiro, n. 15, p. 3-34, mar. 2002.
- PADOVAN, M. P. ; GOMES, J. B. P. ; PADOVAN, D. S. S. Produção orgânica no âmbito da agricultura familiar em Mato Grosso do Sul. Redes, Santa Cruz do Sul. v. 22, n. 03. 2017,

- p. 316-342. PIEROZAN, V. L. A produção de uva orgânica no estado do Rio Grande do Sul: as experiências dos viticultores de Cotiporã, RS/.
- REVISTA GEONORTE, v. 10, n. 36, p. 17-35, 9 dez. 2019.
 - POSSEBON, I. F.; POLLI, H. Q. Cultivo orgânico da cana de açúcar. Revista Interface Tecnológica,[S. l.], v. 17, n. 1, p. 517-529, 2020.
 - Redação Ambiente Brasil. Principais produtos Orgânicos produzidos no Brasil. Ambiente Brasil.<https://ambientes.ambientebrasil.com.br/agropecuário/produto_organico/principais_produtos_organicos_produzidos_no_brasil.html > Acesso em 10 out. 2020.
 - Resende, Francisco Vilela. Manejo orgânico. AGEITEC, Agência EMBRAPA de informação tecnológica. Disponível em: < <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br>> Acesso em: 3 out. 2020.
 - SOUZA JL; PEREIRA VA. 2012. Avaliação de máquinas e implementos para manejo de palhas e plantio direto na agricultura orgânica.
 - Horticultura Brasileira 30: S5279-S5287. Hortic. bras., v. 30, n. 2, (Suplemento - CD Rom), julho 2012 S 5280.
 - SPINOSA, W.; ROCHA, T. S. (Org.); YAMASHITA, G. B. (Org.). Cadeia Produtiva de Alimentos e Produtos Orgânicos. 1. ed., 2018. v. 1. 109p.
 - VIEIRA, E.T.V; GUILHERME, D.O.; ITAVO, L.C.V; TASHIMA, L.C.N. Agricultura orgânica: solução para o século XXI?. Rev. Bras. Polít. Públicas (Online), Brasília, v. 6, nº 2, 2016 p. 184-202.
 - VIEIRA, Eloir Trindade Vasques; GUILHERME, Denilson de Oliveira; ITAVO, Luis Carlos Vinhas; TASHIMA, Lucelia da Costa Nogueira. Agricultura orgânica: solução para o século XXI?. Rev. Bras. Polít. Públicas (Online), Brasília, v. 6, nº 2, 2016 p. 184-202.
 - WILLER, H.; LERNOUD, J. (Eds.). The world of organic agriculture: statistics and emerging trends 2019.
 - Frick: FiBL; Bonn: IFOAM – Organics Internacional, 2019.
 - Perfil do Mercado de Orgânicos – Sebrae.
 - O mercado de produtos orgânicos – Sebrae. Clube orgânico.
 - Abio RJ. CI Orgânicos - feiras.
 - Emater/RJ. Canal Rural. Ministério da Agricultura.
 - Alimentação escolar – Data Sebrae. Bioeconomia – Data Sebrae.
 - Organics net – cadeia produtiva.
 - Reserva Folio.
 - Orgânicos in Box. Pesagro. Ceasa.

- UniRio - Comercialização de cestas da agricultura familiar no RJ. Unacoop.
- Prefeitura de Varre-Sai. Prefeitura de Nova Friburgo.
- Prefeitura de Itaocara. Prefeitura de Paty do Alferes.
- RF Itaperuna.
- IFF Itaperuna.
- CI Orgânicos – foco.
- Armazém Sustentável.
- Korin. Planeta Orgânico – entrevistas.
- Sítio Cultivar.
- Sítio do Moinho.
- Apiário Amigos da Terra.
- Supermercado Zona Sul.

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE, A SABER:

- Guilherme Garcia, especialista, economista, tecnólogo em agronegócios e proprietário rural do Município de Mendes/RJ.
- Jorge Fernandes, empresário e proprietário do Mercado Fernandes em Paty do Alferes/RJ.
- José Alcino Cosendey Nascimento, analista e gestor do projeto de orgânicos do Escritório Regional Noroeste Fluminense do Sebrae Rio.
- Luís Filipe Silva Salgado, analista e gestor do projeto de orgânicos do Escritório Regional Centro-Sul do Sebrae Rio.
- Raquel Mattos Stumm, analista e gestora do projeto de orgânicos do Escritório Regional Serrana I do Sebrae Rio.



www.sebraeinteligenciasetorial.com.br



ISBN: 978-65-5818-011-1

CDL



9 786558 180111