

<http://dx.doi.org/10.21714/19-82-25372018v12n3p85100>

PRODUÇÃO CONVENCIONAL OU ORGÂNICA? O DILEMA DOS PEQUENOS PRODUTORES DO OESTE DO PARANÁ

Emerson Di Domenico Durso

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste
edurso@pr.sebrae.com.br

Jerry Adriani Johann

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste
jerry.johann@hotmail.com

Loreni Brandalise

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste
lorenibrandalise@gmail.com

Geysler Rogis Flor Bertolini

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste
geysler_rogis@yahoo.com.br

Recebido em 05 de Abril de 2018
Aprovado em 30 de Agosto de 2018

RESUMO

Este artigo teve como objetivo identificar os motivos e dificuldades que levaram os pequenos produtores a converter a produção convencional para o sistema orgânico, bem como identificar as dificuldades encontradas pelos agricultores em relação à atividade. Foi realizado um censo junto aos associados de uma cooperativa de produtores familiares do oeste paranaense. O principal fator que motivou os agricultores a adotarem a tecnologia orgânica de produção do alimento foi a preocupação com a saúde da própria família. Foram levantadas as dificuldades para se manter certificado, como a proximidade das lavouras convencionais e a necessidade de maior esforço físico. O estudo revelou que os cooperados que produzem o alimento orgânico estão mais satisfeitos com a atividade em relação àqueles que só produzem no método convencional e que não concordam que o preço de venda do produto orgânico não compensa.

Palavras chave: agricultura familiar, consumidor, produtor de orgânico.

1. INTRODUÇÃO

A busca por alimentos produzidos com responsabilidade ambiental é uma tendência mundial. Observa-se uma pressão pela produção e consumo de alimentos de forma consciente. Além de um modo ambientalmente correto de produzir alimentos, a produção de orgânicos revela ser uma oportunidade de negócios para agricultores (SEBRAE, 2014).



Conforme publicação na revista Oportunidades e Negócios (2012), no Brasil, os produtores familiares são responsáveis por 90% da agricultura orgânica. Produtos orgânicos representam uma oportunidade lucrativa para as empresas, bem como uma escolha saudável para os consumidores (GURAU e RANCHOLD, 2005; MAYA, LOPEZ-LOPEZ e MUNUERA, 2011). No entanto, para ter acesso a esse mercado promissor, os pequenos agricultores que produzem e comercializam o alimento orgânico necessitam cumprir com determinados requisitos legais, tais como a certificação (Lei 10.831, 2003) e o cadastro no Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento.

Para que os pequenos produtores possam prosperar na atividade, é importante ampliar o conhecimento acerca dos mecanismos que levam os consumidores a comprar esses produtos. Para Ozgen (2007) é relevante e oportuno estudar como o reconhecimento de oportunidades ocorre no meio rural.

Neste contexto, a Cooperativa Boreal, no Oeste do Paraná, promove a comercialização de produtos da agricultura familiar, tanto orgânicos quanto convencionais no mercado local e regional. Assim, estabeleceu-se a seguinte pergunta de pesquisa: **Quais motivos levam os agricultores familiares vinculados à Cooperativa Boreal a converter a produção convencional para o sistema orgânico?**

Buscando responder a este questionamento, a presente pesquisa objetivou conhecer os motivos que levaram os produtores cooperados da Boreal a adotar o sistema de produção orgânico. Adicionalmente, pretendeu-se também levantar as dificuldades encontradas pelos agricultores em relação à atividade.

O estudo se justifica porque, a melhor compreensão dos aspectos envolvidos na inserção do cooperado no mercado de alimentos orgânicos, serve de subsídios para definição de estratégias para o fortalecimento da cooperativa e dos pequenos produtores a ela associados.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O mercado de orgânicos cresce de forma significativa (KAREKLAS, CARLSON & MUEHLING, 2014; STOLZ ER AL, 2011). O consumo mundial de alimentos orgânicos totalizou US\$ 80 bilhões no ano de 2015. O crescimento registrado é notável, uma vez que em 2004, o faturamento do setor foi de US\$ 29 bilhões (ORGANICSNET, 2016). No Brasil, seguindo a tendência global, a busca por alimentos saudáveis, em especial os orgânicos, também é uma realidade. A equipe SRA/RJ do portal OrganicsNet sinaliza que os orgânicos movimentaram US\$ 600 milhões no país em 2015, sendo um terço para exportação. Embora represente menos de 1% do mercado global, a previsão de crescimento do mercado brasileiro de alimentos orgânicos para este ano é de 30%, de acordo com projeções da iniciativa. No Brasil são 11.478 produtores orgânicos cadastrados no país, sendo quase a totalidade de produtores familiares (ORGANICSNET, 2016).

2.1 Alimentos Orgânicos

Para um alimento ser considerado orgânico na sua produção e processamento, é vedada a utilização de pesticidas, herbicidas, fertilizantes, aditivos químicos e solventes industriais (TENG e LU, 2016); não pode conter hormônios de crescimento e antibióticos (MAYA, LOPEZ-LOPEZ E MUNUERA, 2011). Além disso, o alimento orgânico não é geneticamente modificado, nem faz uso de irradiação e bioengenharia (LEE e YUN, 2015).

O sistema orgânico de produção, no entanto, não se restringe a uma lista de produtos sintéticos proibidos. Em estudos anteriores, o modo saudável de produzir o alimento é enfatizado por Paul e Rana (2012). Para Chen (2007), o alimento orgânico deve ser

produzido de forma natural, nesse sentido, Maya, Lopez-Lopez e Munuera (2011) apontam o gerenciamento da produção holística e o respeito ao ambiente. É um método que envolve o uso de recursos renováveis e a conservação do solo, buscando melhorar a qualidade ambiental das futuras gerações (LEE & YUN, 2015). Gurau e Ranchau (2005) sumarizam essas duas perspectivas da produção orgânica, afirmando que é um produto livre de substâncias tóxicas e que utiliza procedimentos ambientalmente corretos. Os autores acrescentam o elemento da certificação, alertando que este procedimento deve ser feito por uma organização reconhecida.

No Brasil, a legislação considera tanto as práticas sustentáveis, como restringe a utilização de determinados produtos e tecnologias e ainda envolve aspectos culturais e socioeconômicos. A Lei de Agricultura Orgânica, como é conhecida, considera o sistema orgânico de produção agropecuária:

todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente. (Lei 10.831, art 1, 2003) D.O.U., 24/12/2003

Quando destinados à comercialização, esta mesma lei determina que os produtos deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente. Desde que obedecidos alguns requisitos detalhados no preceito legal em referência, a certificação é facultativa a agricultores familiares que comercializam diretamente aos consumidores em feiras ou para as compras do governo. Ainda que enquadrados como produtores familiares, para comercializarem a terceiros, como supermercados, indústrias, hotéis e restaurantes, bem como para exportação, é obrigatória a certificação. No Brasil, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) é o órgão responsável por fiscalizar as certificadoras. São cinco organismos credenciados para esta finalidade: Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR), IBD Certificações, Ecocert Brasil Certificadora, Instituto Nacional de Tecnologia (INT), Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), Instituto Chão Vivo de Avaliação da Conformidade, Agricontrol (OIA) e IMO Control do Brasil (MAPA, 2016).

Além da certificação por auditoria, é possível ser certificado por meio de um Organismo Participativo de Avaliação da Qualidade Orgânica (OPAC). No sitio oficial do MAPA são 18 as OPACs credenciadas (MAPA, 2016). Diferente da lógica das auditorias feitas por um agente externo, no sistema participativo, todos os produtores tomam conta de todos, assegurando coletivamente o cumprimento dos requisitos legais. Este sistema promove a cooperação e organiza um processo diferenciado de controle de qualidade, pautado na orientação e no repasse de informações (BRANDENBURG, 2011).

A responsabilidade também é coletiva, uma vez que em caso de irregularidade todos respondem em conjunto. O produtor inserido neste tipo específico de certificação participa ativamente de um grupo, que se reúne periodicamente. Acerca desse sistema, Medaets (2006) aponta como uma alternativa ao método de certificação por auditoria formal e uma maneira de grupos de produtores se inserirem em canais de comercialização que demandam garantia por qualidade. Argumenta que existe um acordo coletivo que é disseminado e monitorado por uma intensa troca de informações, o qual é apoiado por um conjunto de recompensas e punições que podem chegar a exclusão. As reuniões entre famílias de produtores e o

acompanhamento técnico reforçam a confiança mútua, base do processo. Para o autor, a confiança não é intermediada, como nas certificações por auditoria. Além disso, essa forma de atuação em rede possibilita aos produtores acessarem o mercado de alimentos orgânicos da merenda escolar e do varejo supermercadista.

Em última análise, a decisão do produtor em converter a produção para o sistema orgânico, ou de aumentar os investimentos futuros na produção orgânica, está relacionada à demanda do consumidor (YAZDANPANA, MASOUMEH, 2015).

2.2 Consumidor

Produtos ecológicos estão ganhando popularidade perante consumidores preocupados com a sustentabilidade do ambiente (PAUL & RANA, 2012). Na Noruega, Vitterso e Tangeland (2015) identificaram um aumento da disponibilidade de produtos orgânicos.

Assim, é fundamental ampliar o entendimento sobre esse consumidor. No momento da compra, os consumidores avaliam a oferta e verificam, com base no valor oferecido, as características do produto. Não é diferente quando a oferta de um produto é direcionada a um público que se preocupa com as questões do meio ambiente (BERTOLINI, ROJO & LEZANA, 2012 p. 578).

As empresas precisam responder com produtos mais seguros ao ambiente e enfatizar os atributos desses produtos (MAYA, LÓPEZ-LOPEZ & MUNUERA, 2011).

Acerca do consumidor dos produtos orgânicos, estudos recentes apontam que o conteúdo nutricional, bem-estar ecológico e preço influenciam nas atitudes para a compra de produtos orgânicos (LEE, YUN e SUN, 2015). Para Goetzke, Nitzko e Spiller (2014), a motivação do consumo de alimentos orgânicos é influenciada por um estilo de vida mais saudável, como dieta e prática esportiva. Paul e Rana (2012) concordam que as variáveis saúde, qualidade e educação influenciam positivamente a atitude para a compra de orgânico.

Hjelmar (2011) afirma que a aquisição de alimentos orgânicos é influenciada pelo comportamento de conveniência, fator que reúne elementos como disponibilidade do produto, informação claramente identificável e diferença mínima de preço em relação ao convencional. A prática reflexiva do consumidor, que envolve aspectos ambientais, bem-estar animal, qualidade e gosto, também influencia na compra de alimentos orgânicos. A prática reflexiva, acrescentam os autores, pode ser deflagrada por eventos como notícias polêmicas sobre alimentos convencionais e outros tipos de influência da mídia.

Kareclas, Carlson e Merhling (2014) classificaram os fatores que influenciam o comportamento de compra em egoísta (preocupação com a saúde, valor nutricional, conteúdo natural e preço) e altruísta (preocupação ambiental, estilo de vida ambientalmente correto e bem-estar animal). Concluíram que tanto os fatores egoístas como altruístas, concorrentemente, exercem influência na intenção de comprar alimentos orgânicos.

Maya, Lopez e Munuera (2011) em um estudo que avaliou consumidores de diversos países europeus, constataram que as normas subjetivas (influência cultural de cada país) foram os fatores subjacentes que mais influenciaram na compra de alimentos orgânicos. A confiança é apontada por Nuttavuthisit e Thogersen (2015) como fator de influência na decisão do consumidor em comprar produtos orgânicos. A falta de confiança é uma barreira para o desenvolvimento do mercado de produtos orgânicos.

Em relação às pessoas que ocasionalmente compram alimentos orgânicos (consumidores compram mais até quatro produtos orgânicos no máximo duas vezes ao mês), Stolz *et al.* (2011) consideram que o consumidor tem uma vaga ideia da diferença na produção e processamento entre um produto orgânico e um convencional. As principais



razões dos consumidores em não adquirir esses produtos, apontadas por Buder, Feldmann e Hamm (2014) foram preço, disponibilidade insuficiente e qualidade. Esses motivos variaram de acordo com o produto e com o local onde ele foi adquirido.

Os estudos recentes analisados variaram nos objetivos e nas conclusões acerca dos fatores que levam os consumidores a comprar alimentos produzidos e processados no sistema orgânico. No entanto, as empresas precisam estar atentas a esse crescente movimento pelo consumo verde. É papel das organizações identificar os mercados que possuem consumidores com a adequada consciência ambiental (BERTOLINI, ROJO & LEZANA, 2012) para a comercialização de produtos orgânicos.

2.3 Produtor Familiar

A agricultura brasileira pautada na mecanização marginalizou pequenos produtores após a década de 50. Com o fortalecimento dos movimentos sociais rurais, a partir dos anos 90, o governo iniciou a implantação de políticas públicas relacionadas à problemática agrária. Em 1996 foi criado o Programa Nacional da Agricultura Familiar (PRONAF) direcionado especificamente ao pequeno produtor, cujo objetivo principal é possibilitar seu acesso ao mercado (MOREIRA, SILVEIRA e MORER, 2014; TOMEI e SOUZA, 2014).

O PRONAF é um programa de financiamento que tem por finalidade incentivar o desenvolvimento e a sustentabilidade dos agricultores familiares, especialmente aqueles de baixa renda, de modo a estimular o investimento em atividades próprias e locais. O programa supre a lacuna das políticas públicas destinadas a esse segmento de produtores (MOREIRA, SILVEIRA e MOTTER, 2014). Para Olzen (2007), a ausência de políticas públicas influencia a estrutura legal e regulatória e reduz o acesso a serviços de apoio e subsídios.

Em decorrência da modernização da agricultura, desequilíbrios importantes são observados no meio rural e, na agricultura familiar esses sintomas de insustentabilidade também são percebidos (RIEDNER & BERTOLINI, 2014). O pequeno produtor é resistente em deixar de conviver com processos tradicionais em razão de suas características culturais e comportamento pouco empreendedor (OLZEN, 2007).

Para Tomei e Souza (2014) o agricultor familiar está inserido em um ambiente com baixa cultura da inovação, mas como agente transformador da realidade socioeconômica, deve usar tecnologias disponíveis na propriedade para atender às pressões ambientais. A maior parte dos agricultores seguem as estratégias convencionais, enquanto aqueles que buscam se inserir em novos mercados, como os agroecológicos, representam um pequeno grupo (SILVA & SILVA, 2015).

Ele só encara a mudança se tiver certeza de sucesso. Segundo o levantamento feito por Partelli *et al.* (2006), a maioria dos agricultores iniciou a atividade orgânica devido à preocupação com a saúde da própria família e a expectativa de melhores preços para a produção. As principais dificuldades relatadas pelos produtores orgânicos pesquisados foram o custo da certificação, a não diferenciação de preço em relação ao convencional, a queda na produtividade e a falta de assistência técnica.

Storch *et al.* (2004) apuraram que o principal motivo para adotar a prática de produção orgânica foi a preservação da saúde, seguida pela garantia de venda. Para os produtores, este tipo de prática trouxe aumento de renda e consideraram que os preços pagos são bons. A falta de informação técnica foi apontada como o principal problema na conversão. As deficiências de mão de obra e os canais de comercialização limitados também são apontados como obstáculos para expansão na atividade.

Da mesma forma, os estudos de Reichert e Gomes (2013) levantaram que a saúde da família foi o principal motivo para adotar a prática de produção orgânica, seguido de oportunidades de mercado. Um grupo menor apontou como a razão da mudança, a

preocupação ambiental. A saúde da família também foi apresentada como motivo para a conversão para o sistema orgânico por Vasquéz, Barros e Silva (2008).

Silva e Camargo (2007) pesquisaram produtores e processadores de açúcar e café. O mercado interno reduzido e as exigências para acessar o mercado externo foram apontadas como dificuldades da atividade de orgânicos. Outros problemas identificados no estudo foram relacionados à falta de organização e conhecimento técnico.

Pinheiro (2012) observou a dificuldade de cumprir todos os requisitos legais impostos pela legislação e que tal obstáculo poderia ser minimizado com informações técnicas disponibilizadas pela assistência. Ressalta-se que a ausência de informações técnicas foi apontada como dificuldade mesmo após a certificação ter sido obtida.

Tacconi Neto, Ramos e Tacconi (2010) verificaram que os custos de produção, principalmente sementes, material orgânico e mão de obra, foram considerados como as principais barreiras para a produção orgânica.

Assim, após o levantamento teórico, foi possível identificar as principais variáveis utilizadas nos estudos relacionados à temática do presente artigo, as quais são apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1: Variáveis utilizadas em estudos sobre produção orgânica

Variáveis	Estudos
Utilização de mão de obra familiar, cooperada ou contratada	Storch et al. (2004); Mazzoleni e Nogueira (2004); Partelli <i>et al.</i> (2006); Vasquéz, Barros e Silva (2008)
Assistência Técnica, Produtividade, Custos e Preço de Comercialização.	Storch et al. (2004); Silva e Camargo (2007); Partelli <i>et al.</i> (2006); Vasquéz, Barros e Silva (2008); Piraux <i>et al.</i> (2012)
Motivos para produção orgânica	Storch et al. (2004); Mazzoleni e Nogueira (2004); Partelli <i>et al.</i> (2006); Vasquéz, Barros e Silva (2008); Kareclas, Carlson e Merhling (2014); Reichert e Gomes (2013); Brandenburg (2011)
Dificuldades na produção no sistema orgânico.	Mazzoleni e Nogueira (2004); Silva e Camargo (2007); Vasquéz, Barros e Silva (2008); Tacconi Neto, Ramos e Tacconi (2010)
Satisfação na produção	Storch et al. (2004); Partelli <i>et al.</i> (2006); Vasquéz, Barros e Silva (2008)

Fonte: Pesquisa (2016)

3 METODOLOGIA

A Cooperativa Boreal, com sede em São Miguel do Iguaçu no oeste paranaense, foi fundada em 12 de junho de 2015. A totalidade dos cooperados são produtores familiares, que além do município sede, estão localizados em Ramilândia, Itaipulândia e Santa Terezinha de Itaipu. Em parceria com importantes instituições, tem estimulado a prática da produção no sistema orgânico entre seus cooperados. No entanto, apenas 10% dos produtores, em um total de 100 tem a produção orgânica certificada, sendo a certificação obtida pelo sistema participativo. Além de articular parcerias, disponibiliza aos associados, serviços de comercialização e distribuição dos produtos. O presente estudo subsidiará a cooperativa de informações que permitirão aprimoras suas estratégias.

Diante do propósito de contribuir com tomada de decisão na Cooperativa Boreal, caracteriza-se o presente trabalho como pesquisa aplicada.

Quanto à forma de abordagem, é quantitativa, pois objetiva medir a percepção dos produtores em relação aos motivos de conversão ou não para o sistema orgânico de produção.

Para Raupp e Beuren (2009), pesquisas quantitativas não buscam aprofundar conhecimento da realidade, se preocupam com o comportamento geral dos fatos.

Os dados primários foram coletados por meio da aplicação de um formulário de coleta de dados (FCD). Aplicou-se um modelo de questionário para os produtores orgânicos (composto de 48 questões) e outro para os produtores convencionais. O FCD respondido pelos produtores orgânicos foi composto de 48 questões, já o aplicado aos produtores convencionais (composto de 43 questões). Um conjunto com cinco questões específicas, para investigar os motivos para ter convertido a produção para o sistema orgânico, foi aplicado somente aos produtores orgânicos. O FCD foi desenvolvido a partir de variáveis levantadas no referencial bibliográfico que suportou o estudo.

O instrumento foi validado e aprimorado com o auxílio dos técnicos da cooperativa. O primeiro conjunto do FCD, com cinco questões, envolveu a caracterização do pesquisado. Cinco questões contidas no segundo FCD abordaram a caracterização da propriedade, seguido do quarto conjunto, composto por sete questões que envolveram a utilização da mão de obra. O quarto conjunto investigou a produção e comercialização e era formado por oito questões. O quinto conjunto, com 10 questões, levantou as dificuldades encontradas na produção. Um último conjunto de nove questões do FCD levantou a satisfação do produtor sobre a atividade. A aplicação do instrumento foi realizada entre julho e agosto de 2016 em reuniões coletivas dos associados ou individualmente, nas visitas de assistência técnica.

Optou-se por fazer um censo junto aos cooperados. O censo consiste na enumeração completa de uma população e é viável quando a população é pequena (MALHOTRA, 2006). No período do estudo o número de cooperados totalizava 100, sendo 10 produtores orgânicos e 90 convencionais. Os dados foram tabulados em planilhas eletrônicas, que serviram de base para elaboração de tabelas de frequência e de dupla-entradas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta seção apresenta a caracterização dos pesquisados e das propriedades e utilização da mão de obra, bem como o resultado e as discussões acerca da produção e comercialização dos produtos, a produção orgânica e as dificuldades em produzir neste sistema, culminando com os motivos que levaram os produtores à conversão da produção convencional para o sistema orgânico.

4.1 Caracterização do pesquisado

Por se tratar de um censo dos cooperados da Boreal, não se realizou testes estatísticos de amostragem populacional. A proporção de mulheres entre os cooperados da Boreal é de 30 % tanto para o grupo de produtores orgânicos, quanto para os convencionais. Assim, quanto à idade dos associados produtores orgânicos, 20% tinha entre 26 e 40 anos, 40% entre 41 e 55 anos e 40% acima de 56 anos. Entre os agricultores convencionais, 32,47% tinha entre 26 e 40 anos, 40,26% entre 41 e 55 anos e 27,27% tinha acima de 56 anos (Tabela 1).

Tabela 1: Distribuição da faixa etária dos pesquisados x censo brasileiro

Público	26 e 40 anos	41 e 55 anos	acima de 56 anos
Produtores orgânicos	20%	40%	40%
Produtores convencionais	32,47%	40,26%	27,27%
População brasileira*	42,71%,	32,16%	25,13%.

Fonte: Dados da pesquisa (2016) e IBGE (2010).

*Os dados da população brasileira, conforme o censo do IBGE, foram redistribuídos desconsiderando a população de até 25 anos.

De acordo com a Tabela 1, em relação à idade, verifica-se que a maioria dos produtores orgânicos se situam na faixa etária superior a 56 anos, enquanto que a maioria dos produtores convencionais se situam na faixa etária de até 55 anos. Em comparação à população brasileira economicamente ativa (IBGE, 2010), observa-se a consonância com os produtores convencionais com idade superior a 56 anos, diferentemente, do que ocorre com os produtores orgânicos.

Nove produtores orgânicos são casados (90%) e um viúvo. Entre os convencionais, 70 (91%) são casados. Dentre os demais, três são solteiros, dois divorciados, um viúvo e um convivente.

Entre os que produzem o alimento organicamente, 20% tinha ensino fundamental completo, 20% responderam ter ensino médio incompleto e 60% afirmaram ter o ensino médio completo (Gráfico 1). Para o sistema de produção convencional, 6% dos pesquisados não tinha instrução, 53% responderam ter ensino fundamental incompleto, 16% tinha ensino médio incompleto, 18% tinha ensino médio incompleto, 6% tinha ensino superior incompleto e 7% tinha ensino superior completo (Gráfico 2).



Gráfico 1 Escolaridade prod. orgânicos

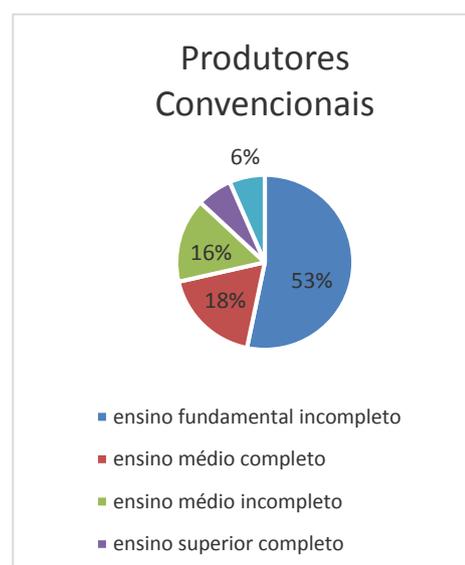


Gráfico 2 Escolaridade prod. convencionais

Observa-se que, embora 13% dos produtores convencionais tenham curso superior completo e incompleto, e que embora a legislação brasileira desde 2002 determina que todas as universidades devem ofertar disciplinas de Educação Ambiental (Decreto 4.281/2002 de 25 de junho do Presidente da República), este não tem sido fator motivador para a produção de orgânicos.

Quando questionados sobre a renda mensal, 40% dos produtores orgânicos ganham até R\$ 3.000,00 ao mês e 60 entre R\$ 3.001,00 e R\$ 6.000,00 (Gráfico 3). Esta mesma faixa de renda representou a resposta de 36,36% dos produtores convencionais, enquanto 62,33% deles ganham até R\$ 3.000,00. Apenas 1,31% dos associados respondeu ter renda entre R\$ 6.001,00 e R\$ 9.000,00 (Gráfico 3).

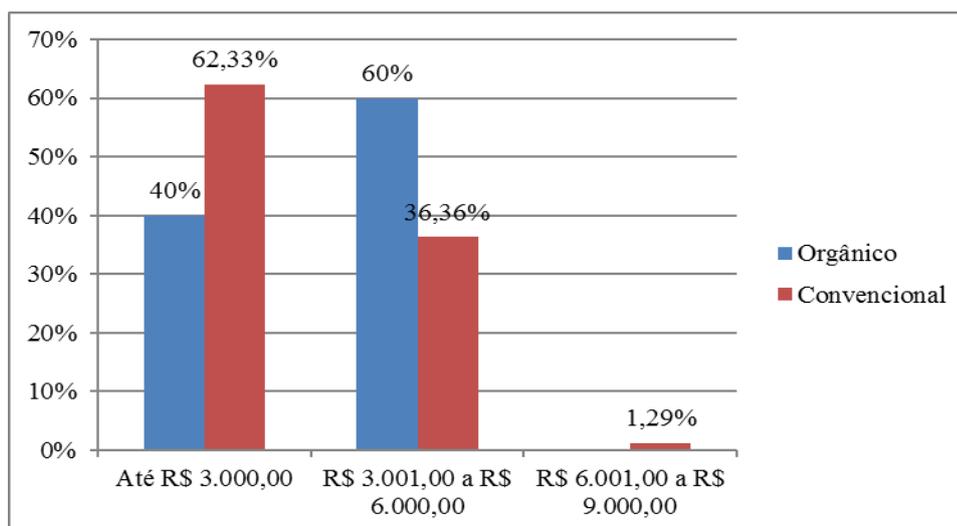


Gráfico 3 – Renda familiar dos entrevistados considerando os modelos produtivos, orgânico e convencional.

Como mostra o Gráfico 3, observa-se que a renda dos produtores de orgânicos e os produtores de convencionais obtêm renda inversamente proporcional. Ou seja, a maior proporção de produtores de orgânicos têm renda superior aos produtores convencionais.

4.2 Caracterização da propriedade e utilização da mão de obra

O número médio de moradores nas propriedades dos produtores orgânicos foi de 3,2. Nas propriedades com cultivo convencional, residiam em média 3,34 moradores. Significa dizer que o número de pessoas por propriedade não é determinante no tipo de cultivo.

A área da propriedade da maioria dos cooperados da Boreal foi de até 9,68 hectares. Sete produtores orgânicos (70%) tinham propriedade nesta faixa de área (9,68 ha) e três produtores orgânicos (30%) afirmaram que o tamanho da propriedade estava entre 12,1 a 28,2 hectares. Entre os produtores convencionais, o percentual dos que tinham propriedade com este tamanho (9,68 ha) foi de 76,62%.

Relacionado o tamanho da propriedade - que é basicamente a mesma para a maioria dos pesquisados - com a renda por eles obtida (Gráfico 3), observa-se que os produtores orgânicos obtêm maior lucratividade com o mesmo espaço de terra.

As três atividades mais presentes nas propriedades dos membros da Cooperativa Boreal foram as hortaliças, plantio de grãos e pecuária leiteira, demonstrando diversificação de culturas.

Todos os produtores orgânicos produzem hortaliças, 50% deles plantam grãos, 40% trabalham na pecuária de leite, 20% na suinocultura e 10,0% na piscicultura (Gráfico 4).

Verificou-se que 83,11% dos entrevistados convencionais produzem hortaliças, 37,7% atuam com a produção de grãos, 27,3% dos entrevistados que produzem no sistema convencional trabalham com pecuária leiteira. A suinocultura foi declarada como atividade por 18,2% dos produtores e apenas 2,6% deles tinham a piscicultura na propriedade (Gráfico 5).

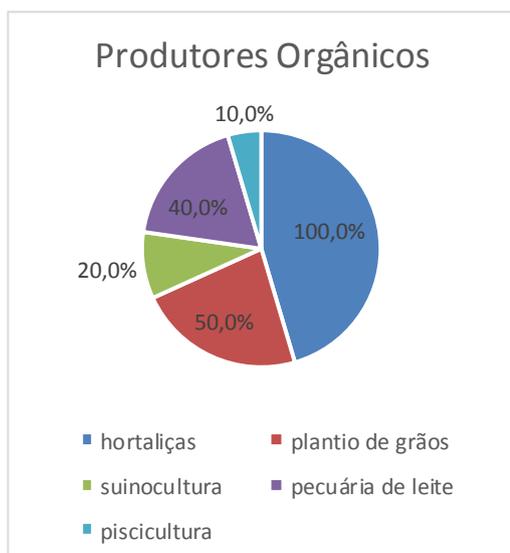


Gráfico 4: Atividades prod. orgânicos



Gráfico 5: Atividades prod. convencionais

Todos os produtores orgânicos responderam que utilizam sempre a mão de obra familiar. Entre os produtores convencionais, o percentual de respondentes que utilizam sempre a família como mão de obra foi de 96,10%. 30% dos produtores orgânicos afirmaram que algumas vezes utilizam diaristas e 27,3% dos agricultores convencionais também utilizam algumas vezes esse tipo de mão de obra.

4.3 Produção e comercialização

Em relação ao tempo que produzem no sistema orgânico, sete produtores afirmaram que fizeram a conversão há menos de 3 anos, dois deles responderam que produzem orgânicos de 04 a 06 anos e um produtor respondeu que aderiu a esse método há 10 ou 12 anos. Em relação aos produtores convencionais, 67 % estão na atividade há mais de 13 anos e apenas 15% desses produtores iniciaram a atividade há menos de 03 anos.

A comercialização, para 70% dos produtores orgânicos, é realizada localmente e 79% para os produtores convencionais. O restante da produção, tanto orgânica quanto convencional, é vendida regionalmente, nenhum produtor da cooperativa comercializa seus produtos em âmbito nacional.

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) juntamente com o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) foram apontados como sendo os principais para a maioria dos produtores orgânicos, sendo que 80 % deles comercializam neste canal, seguido da comercialização em feira, com 70% e em supermercado, indústria ou comércio, canal utilizado por 40% dos produtores orgânicos. Somente 10% vende sua produção na propriedade.

Quanto à comercialização da produção convencional, para 92,2% era feita no supermercado, indústria ou comércio. O PAA/PNAE era utilizado como canal de comercialização para 62,3% dos produtores convencionais. A propriedade e a feira foram sinalizados como canais de comercialização para 19,4% e 14,2% dos produtores. Destaca-se o papel da Cooperativa Boreal como agente de ligação com esses programas, o que é corroborado pela afirmação “Nesses processos, ressalta-se o papel fundamental dos mediadores, como no caso de todas as cooperativas de serviços criadas para responder aos editais do governo” (PIRAUX; SILVEIRA; DINIZ e DUQUE, 2012, p.25).

4.4 Produção orgânica

Quando os produtores orgânicos foram questionados se a disponibilidade de assistência técnica para produção orgânica é suficiente, 80% discordaram totalmente, 10% discordaram parcialmente e 10% concordaram parcialmente com esta afirmação. A deficiência da assistência técnica foi apontada como dificuldades em Partelli *et al.* (2006) e Silva e Camargo (2007).

Quando arguidos se a conversão para o sistema orgânico diminuiu a produtividade, 50% dos produtores concordaram totalmente, 40% concordaram parcialmente e 10% discordaram parcialmente. Partelli *et al.* (2006) apontaram a queda da produtividade como um fator dificultador para produzir no sistema orgânico.

Sobre a afirmação de que os custos para produzir aumentaram após a conversão, 60% discordaram totalmente, 20% discordaram parcialmente, 10% concordaram parcialmente e 10% concordaram totalmente.

Quatro agricultores orgânicos concordaram totalmente que a necessidade de mão de obra aumentou após se tornarem orgânicos e os outros seis concordaram parcialmente.

Sobre o preço de comercialização, afirmaram que após a conversão para o sistema orgânico o preço de venda do produto aumentou, sendo que 50% deles concordaram totalmente e outros 50% concordaram parcialmente.

4.5 Dificuldades em produzir no sistema orgânico

A falta de assistência técnica foi apresentada como principal dificuldade para produzir no sistema orgânico, dado que 70% deles concordaram totalmente e 30% concordaram parcialmente. Acerca dos custos de obtenção e manutenção da certificação, 30% dos cooperados discordaram totalmente da afirmação que dificulta a produção orgânica, enquanto 10% discordaram parcialmente e 60% concordaram parcialmente.

A afirmação de que o preço do produto não compensa foi feita para os dez cooperados da Boreal que são produtores orgânicos. Um discordou totalmente da afirmação, sete discordaram parcialmente, um concordou parcialmente e um concordou totalmente.

Sete agricultores orgânicos discordaram parcialmente da afirmação de que o custo da mão de obra aumentou após terem se tornado produtores orgânicos e três concordaram parcialmente. Este resultado contraria os achados de Tacconi Neto, Ramos e Tacconi (2010), que colocaram o custo de mão de obra como barreira para produção no sistema orgânico.

Dos dez produtores orgânicos, três concordaram totalmente que produzir os insumos (apropriados e permitidos pela legislação e pela certificadora) na propriedade dificulta a produção no sistema orgânico, sete concordaram parcialmente. A mesma proporção foi verificada sobre a afirmativa de que a falta de conhecimento técnico dificulta a atividade orgânica. Ou seja, comparado ao sistema de produção convencional, o sistema orgânico exige maior conhecimento técnico e atendimento à legislação específica.

Afirmou-se também que a falta de divulgação dos benefícios dos alimentos orgânicos é uma dificuldade para produzir, 40% dos cooperados concordaram parcialmente e 60% concordaram totalmente. A proximidade com as lavouras convencionais foi colocada como dificuldade para produzir alimento no sistema orgânico, 20% dos pesquisados discordaram parcialmente, 30% concordaram parcialmente e 50% concordaram parcialmente.

Quanto à falta de clareza na legislação e nas regras para manter a certificação, 10% dos produtores orgânicos discordaram totalmente, 40% concordaram parcialmente e 50% concordaram totalmente. Acerca da declaração de que a produção orgânica exige muito esforço físico, 60% responderam que concordam parcialmente e 40% concordaram totalmente.

4.6 Motivos da conversão da produção para o sistema orgânico

O principal motivo para a conversão da produção convencional para a orgânica, apontado pelos produtores, foi a preocupação com a saúde da própria família, uma vez que 70% indicaram como motivo muito importante. Resultados semelhantes foram encontrados em Partelli *et al.* (2006); Storch *et al.* (2004); Reichert e Gomes (2013) e Vasquéz, Barros e Silva (2008). Dentro da questão da saúde, evitar o uso de agrotóxicos foi apontado como sendo um motivo importante para conversão da produção em orgânica.

O segundo fator motivador apontado pelos produtores foi a conservação da natureza, seguido pela garantia do preço de venda. Os resultados coincidem com os de estudos realizados por Brandenburg (2011), que revelou que os motivos mais citados para a conversão estão relacionados à saúde e a questões ambientais e econômicas.

Os cooperados da Boreal, produtores orgânicos e convencionais foram questionados sobre a sua satisfação em relação à atividade. Os produtores no sistema orgânico revelaram estarem mais satisfeitos, uma vez que 40% deles declararam estarem satisfeitos e 60% muito satisfeitos. Nenhum produtor orgânico afirmou estar neutro, insatisfeito ou muito insatisfeito.

Já entre os produtores convencionais, 13% estavam muito insatisfeitos, 24,7% insatisfeitos, 9,1% neutros, 44,2% satisfeitos e somente 10,4% muito satisfeitos (Gráfico 6).

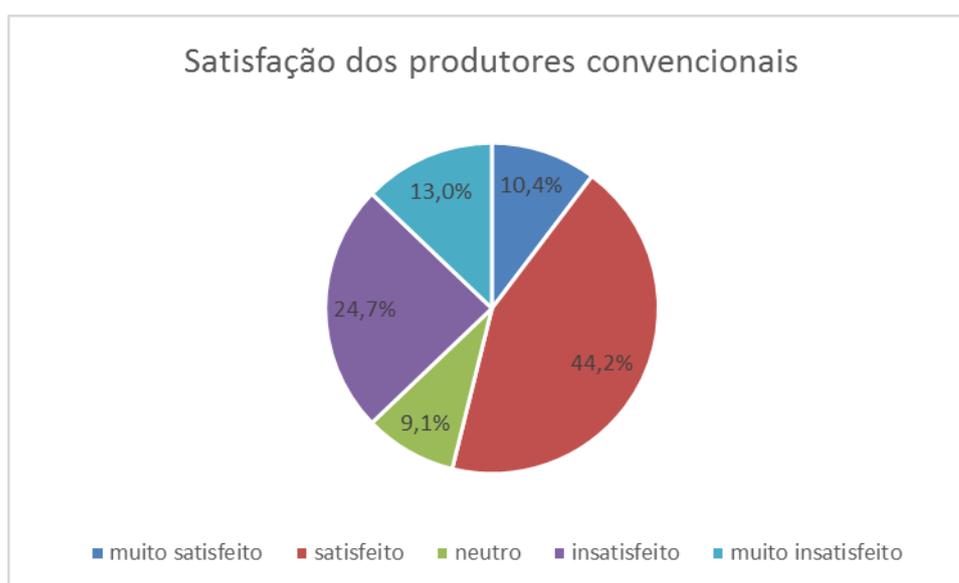


Gráfico 6: Nível de satisfação demonstrada em produzir no sistema convencional

Diante dos resultados em relação à sua atividade, constata-se um alto grau de satisfação dos 100% de produtores orgânicos. Em contrapartida, aproximadamente 40% dos produtores convencionais estão insatisfeitos com sua atividade. Isso demonstra que, embora a proporção de produtores convencionais e orgânicos seja diversa, fica claro que a atividade de produção orgânica proporciona maior satisfação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho evidenciou que os produtores orgânicos auferem renda sensivelmente superior aos produtores convencionais e que estão na atividade há menos tempo. Esta constatação pode estar relacionada ao próprio perfil dos produtores orgânicos, pois, quanto à escolaridade, a maioria possui ensino fundamental completo, enquanto que a maioria dos produtores convencionais possui ensino fundamental incompleto.



Quanto à idade verifica-se que a maioria dos produtores orgânicos se situam na faixa etária superior a 56 anos, enquanto que a maioria dos produtores convencionais se situam na faixa etária de até 55 anos. Isso pode demonstrar que a experiência dos agricultores pode ser um fator que explica a eficiência no cultivo e nos resultados financeiros.

O aumento de renda pode ser outro fator gerador de satisfação e, conseqüentemente, motivador para a produção de orgânicos, já que os dados demonstraram um alto grau de satisfação com sua atividade entre os produtores de orgânicos, que foi de 100%, contra 40% dos produtores convencionais.

A comercialização dos produtos da Cooperativa Boreal é feita prioritariamente no mercado local. Para os produtores orgânicos, o principal canal de comercialização foi a feira local, seguido do PAA/PNAE. Os agricultores convencionais comercializam principalmente no supermercado, indústria ou comércio.

O PAA/PNAE também foi o segundo canal de comercialização mais importante para esse grupo de cooperados, comprovando o que é apresentado em diversos estudos que demonstram que estes novos circuitos de comercialização já têm gerado bons resultados. A eliminação de intermediários garante autonomia aos pequenos agricultores (SILVA e SILVA, 2015).

As principais dificuldades apontadas pelos produtores orgânicos foram a dificuldade de produzir insumos apropriados e permitidos pela legislação, a falta de conhecimento técnico e a pouca divulgação dos benefícios dos alimentos orgânicos. Pressupõe-se que o rigor da legislação, bem como a falta de conhecimento técnico leva os agricultores a repetirem os métodos convencionais, esse pode ser um fator limitante à migração da produção convencional para a orgânica. Em geral, os produtores orgânicos não concordam que esse sistema aumenta os custos de produção e que o preço de venda não compensa, o que demonstra não ser o fator preço um impeditivo ao cultivo de produtos orgânicos.

O principal motivo apontado pelos produtores para a conversão ao sistema orgânico de produção de alimentos foi a preocupação da saúde da família, em segundo lugar ficou a conservação da natureza, seguido de garantia de venda. Isso demonstra a carência de disseminação dos benefícios para a saúde e qualidade de vida ao consumir produtos orgânicos.

Sugere-se para futuros trabalhos a replicação deste estudo em outras regiões do país para verificação da influência cultural nos resultados.

REFERÊNCIAS

BERTOLINI, Geysler; BRANDALISE, Loreni; ROJO, Cláudio e LEZANA, Álvaro. Viabilidade financeira no desenvolvimento de produtos ecológicos valorizados pelos consumidores. **Revista de Gestão e Projetos-GeP**. Vol. 4, n.3, 2013, p.01-29.

BERTOLINI, Geysler; ROJO, Cláudio; LEZANA, Álvaro. Modelo de análise de investimentos para fabricação de produtos ecologicamente corretos. **Revista Gestão & Produção**. São Carlos. Vol. 19, n. 3, 2012, p.575-588.

BRANDENBURG, Alfio. Os novos atores da reconstrução do ambiente rural no Brasil: o movimento ecológico na agricultura. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, Vol. 19, n.1, 2011, p.126-148.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Lei 10.831 de 2003**. D.O.U., 24/12/2003. Disponível em <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/orgnicos/regularizacao-producao>. Acesso em 28 jun. 2016.



BUDER, Fabian, FELDMANN, Corinna; HAMM, Ulrich, *Why regular buyers of organic food still buy many conventional products. British Food Journal*. Vol. 135, 2014, n. 3, p.390 – 404.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo Atlas, 2009.

GOETZKE, Beate; NITZKO, Sina; SPILLER, Achim. Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health. *Appetite*. Vol. 77, 2014, p. 94-103.

GURAU, Calin., RANCHHOD, Ashok. *international green marketing, a comparative study of british and romanian firms. International Marketing Review*. Vol.22, n. 5, 2015, p.547-561.

HJELMAR, Ulf. *Consumers' purchase of organic food products :a matter of convenience and reflexive practices. Appetite* 56. Vol.56, 2011, p. 336-344.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010**. Disponível em <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=12>> Acesso em 02/08/2018.

KARECLAS, Ioannis; CARLSON, Jeffrey R.; MUEHLING, Darrel D. *I eat organic for my benefits and yours: egoistic and altruistic considerations for purchasing organic food and their implication for advertising strategists. Journal of Advertising*. Vol. 43, 2014, p. 18-32.

LEE, Hyun ; YUN, Zee-Sun. *Consumers' perception of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. Food Quality and Preference*. Vol. 39, 2015, p.259-267.

MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília , v. 44, n. 2, p. 263-293, June 2006 .

MAYA, Salvador R, LÓPEZ-LÓPEZ, Inés, MUNUERA, José L. *Organic food consumption in Europe: international segmentation based on value system differences. Ecological Economics*, v.70 p. 1767-1775, 2011.

MEDAETS, Jean. Políticas de qualidade para produtos agrícolas e alimentares: sistemas de garantia da qualidade. In : LAJES, Vinícius ; LAGARES, Léa ; BRAGA, Christiano (org). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: Sebrae, 2005, p. 109-145.

MOREIRA, Vinicius ; SILVEIRA, Sueli ;MOTTER, Kiara. Avaliação de impacto do Pronaf B sobre a satisfação de agricultores familiares em municípios de Minas Gerais. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**. Vol. 22, n.2, 2014, p.432-456.

NUTTAVUTHISIT, Krittinee; THOGERSEN, Jhon, The importance of consumer trust for the emergence of a market for green products: the case of organic food. **Springer Science Business**, 2015.

OPORTUNIDADES & NEGÓCIOS. **A maturidade do mercado de orgânicos**. Boletim do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Brasília – DF, 2012

ORGANICSNET. Equipe SNA/RJ. **Mercado brasileiro de orgânicos cresce mais que o dobro no Brasil**. Disponível em <http://www.organicsnet.com.br/2016/01/mercado-de-organicos-cresce-o-dobro-no-brasil/>. Acesso em 01 ago. 2016.



ORGANICSNET. Equipe SNA/RJ. **Valorização dos alimentos saudáveis impulsiona mercado de orgânicos.** Disponível em <http://www.organicsnet.com.br/2016/01/valorizacao-dos-alimentos-saudaveis-impulsiona-mercado-de-organicos/>. Acesso em 01 ago. 2016.

OZGEN, E.; MINSKY, B. *Opportunity recognition in rural entrepreneurship in developing countries.* **International Journal of Entrepreneurship**: Annual. 11, 2007, p.49-73.

PARTELLI, Fábio ; VIEIRA, Henrique , SOUZA, Paulo; GOLVNSKI, Adelmo, PONCIANO, Niraldo. Perfil socioeconômico dos produtores de café orgânico do norte do estado do Espírito Santo - Satisfação com a atividade e razões de adesão a certificação. **Revista Ceres**. Vol. 53, n.305, 2006, p.55-64.

PAUL, Justin; RANA, Jyoti. *Consumer behavior and purchase intention for organic food.* **Journal of Consumer Marketing**. Vol. 29, 2012, p.412-422.

PINHEIRO, Keren. **Produtos orgânicos e certificação:** o estudo desse processo em uma associação de produtores no município de Palmeira – PR. Ponta Grossa: UTFPR, 2012.

PIRAUX, Marc; SILVEIRA, Luciano ; DINIZ, Paulo ; DUQUE, Ghislaine. Transição agroecológica e inovação socioterritorial. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**. Vol. 20, n.1, 2012, p.5-29.

RAUPP, Fabiano M; BEUREN, Ilse M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse M. (org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade:** teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 76-97.

REICHERT, Lírio; GOMES, Mário. O processo administrativo e a tomada de decisão de agricultores familiares em transição agroecológica. **Revista de la Facultad de Agronomía**. La Plata. Vol. 112, n.2, 2013, p.105-113.

RIEDNER, Lilian ; BERTOLINI, Geysler. Uma análise teórica sobre a sustentabilidade da agricultura familiar em propriedades produtoras de mandioca, **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**. Vol. 13, n. 25, 2014.

SEBRAE -Serviço de apoio às micro e pequenas empresas. Resposta técnica, agronegócio potencial de consumo de alimentos orgânicos. Disponível em [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4e244d6ccd660355cafb637c2068fdb/\\$File/2014_04_04_RT_Dezembro_Agronegocio_Organicos_pdf-t46ku.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4e244d6ccd660355cafb637c2068fdb/$File/2014_04_04_RT_Dezembro_Agronegocio_Organicos_pdf-t46ku.pdf), Acesso em 31 jul. 2016, 2014

SILVA, Renan; CAMARGO, José. Café e açúcar orgânicos certificados: problemas na produção agrícola e no processamento constatados por respostas a questionários. **Cadernos de Economia** . Curso de Ciências Econômicas. Unochapecó, n. 20, 2007.

SILVA, Tiago; SILVA, Leonardo. Mercados convencionais e/ou novos mercados : haveria um dilema nas estratégias produtivas dos agricultores familiares . O caso de Praia Grande (SC). **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**. Vol. 23, n.1, 2015, p.31-61.

STOLZ, H; STOLZE, M; HAMM,U; JANSSEN,M; RUTO, E. *Consumer attitudes toward organic versus conventional food with specific quality attributes.* **NJAS - Wageningen Journal of Life Science**. Vol. 38, 2011, p.67-72.

STORCH, Gustavo; SILVA, Fernando; BRIZOLA, Rubem; AZEVEDO, Roni VAZ, Danubia; BEZERRA, Antonio. Caracterização de um grupo de produtores agroecológicos do sul do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Agrociência**. Vol.10, n.3, 2004, p.357-362.

TACCONI NETO, Ernesto; RAMOS, Anatólia; TACONNI, Marli. Fatores que aferam a competitividade na produção de hortaliças orgânicas no estado do Rio Grande do Norte. **Organizações Rurais & Agroindustriais**. Vol. 12, n. 2, 2010, p.249-262.

TENG, Chih-Ching; LU, Chi-Heng. *Organic food consumption in Taiwan: motives, involvement, and purchase intention under the moderating role of uncertainty*. **Appetite**. Vol. 105, 2016, p.95-105.

TOMEI, Patricia; SOUZA, Daniela. Análise das barreiras que dificultam a transformação do agricultor familiar em empreendedor rural no contexto brasileiro. **Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE**. Vol. 13, 2014, p.107-122.

VÁSQUES, Silvestre; BARROS, José; SILVA, Maria. Agricultura Orgânica: Caracterização do seu produtor na Cidade de Cajazeiras – PB. **Revista Verde**. Vol. 3, n.2, 2008, p.87-97.

VITTERSO, Gunnar; TANGELAND, Torvald. The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. **Journal of Cleaner Production**. Vol. 92, 2015, p.91-99, 2015.

YAZDANPANA, Masoud; MASOUMEH, Forouzani. *Application of Theory of Planned Behavior to predict Iranian student's intention to purchase organic food*. **Journal of Cleaner Production**. Vol. 107, 2015, p.342-352.