O MERCADO DE ALIMENTOS ORGANICOS NO BRASIL

THE ORGANIC FOOD MARKET IN BRAZIL

Janaina Costa Souza – jany1992@hotmail.com
Marcos Alberto Claudio Pandolfi - marcoscps2011@yahoo.com.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – São Paulo – Brasil

RESUMO

A procura por produtos orgânicos tem se evoluído muito, pois os alimentos que são produzidos em modo convencional têm preocupado os consumidores quanto à saúde, por excesso de produtos químicos, agrotóxicos, defensivos químicos, entre outros, que são encontrados neles. Com isso, há uma grande procura por produtos cultivados em sistema orgânico. Para que haja a comercialização tanto interna quanto externa dos orgânicos é necessária à certificação do mesmo. Esse sistema de produção vem crescendo, tanto em área cultivada como em número de produtores e mercado consumidor, embora ainda represente uma parcela pequena da agricultura. Esse mercado global de produtos orgânicos vem apresentando taxas de crescimento constantes nos últimos 15 anos, e isso se dá graça a procura desses. É possível concluir que o mercado de produtos orgânicos ainda há muito potencial de crescimento e de desenvolvimento, mas para que isso ocorra e se expande cada vez mais, é necessário se ter uma conscientização da parte dos produtores que hoje estão ainda no modo convencional, uma contribuição política incentivando e investindo nos agricultores a ingressar a produção orgânica em seus plantios, e o principalmente na divulgação do mesmo, que é o marketing dos produtos em nível nacional.

Palavras-chave: Produtos orgânicos. Consumo. Produção. Mercado. Tendência.

ABSTRACT

The demand for organic products has evolved a lot, since foods that are produced in conventional way have worried the consumers about the health, for excess of chemical products, pesticides, chemical defenses, among others, that are found in them. With this, there is a great demand for products grown in organic system. For the internal and external commercialization of organic products, it is necessary to certify the same. This system of production has been growing, both in cultivated area and in number of producers and consumer market, although it still represents a small part of agriculture. This global market for organic products has been showing steady growth rates in the last 15 years, and that is why we are looking for these. It is possible to conclude that the market for organic products still has a lot of potential for growth and development, but for this to occur and expand more and more, it is necessary to have an awareness of the producers who are still in the conventional mode, political contribution by encouraging and

investing in the farmers to enter the organic production in their plantations, and the mainly in the diffusion of the same, that is the marketing of the products at national standard.

Keywords: *Organic products. Consumption. Production. Market. Trend.*

1 INTRODUÇÃO

A agricultura orgânica tem como característica a não utilização de produtos químicos, como fertilizantes de alta solubilidade, defensivos agrícolas e demais produtos de origem sintética. A cada dia que passa a agricultura orgânica está em expansão, e seu aumento de consumo de produtos orgânicos é estimulado pelos avanços da ciência, que revelam os riscos para a saúde, advindo do consumo de alimentos contaminados dos resíduos de produtos químicos. (MANDAIL et al., 2011)

Segundo Liu (2017), muitas pessoas ainda questionam se os orgânicos são viáveis e se não são mais um dos produtos passageiros ou então uma onda, como outras de comportamento de consumo.

Segundo OTA (2012), a agricultura e o consumo de produtos orgânicos estão em um processo de expansão nos últimos anos. Já DIAS (2016), afirma que os especialistas estão prevendo um crescimento de 25 a 30% ou mais em 2017.

Chryssohoidis e Krystallis (2005), afirmaram que a demanda por alimentos orgânicos é baseada em conceitos de valor, como, saúde e nutrição, sabor superior, preocupações ambientais, de segurança alimentar e apoio à economia local, disponibilidade, preço alto, a falta de confiança em rótulos etc.. Mas esta mudança depende dos termos de relacionamento, poder e valores que incluem a avaliação da identificação do consumidor com a proposta alimentar.

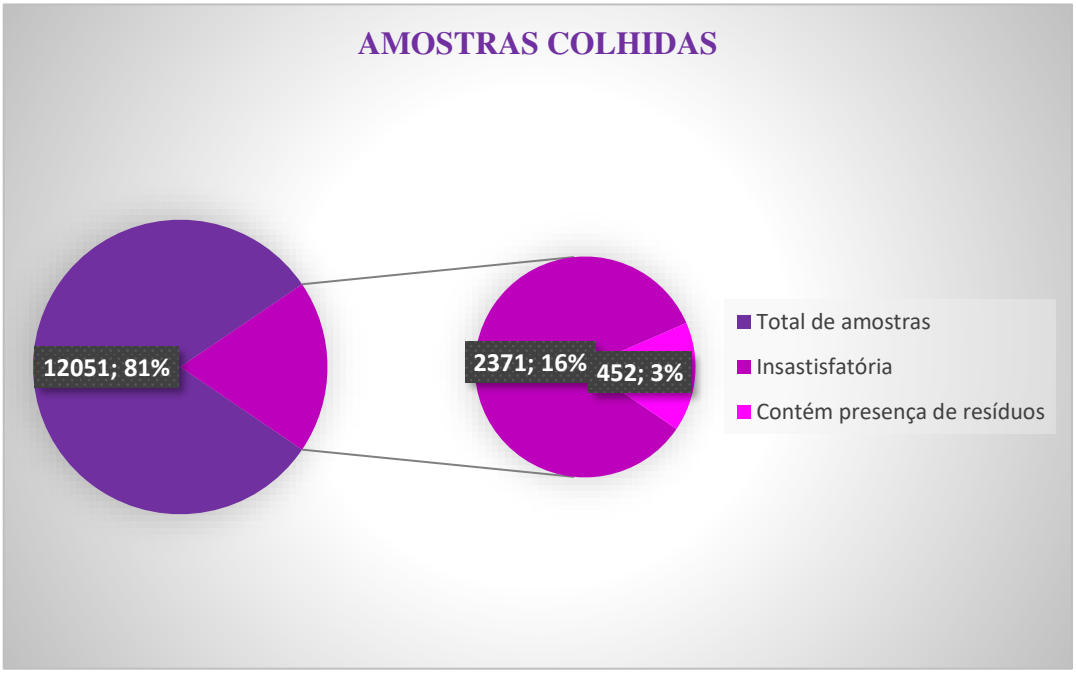
Desta forma, estudos do mercado consumidor identificam que as compras orgânicas foram geralmente atribuídas a algum tipo de valor ou motivo de compra relacionado aos valores ou consciência ligada ao meio ambiente, questões éticas, de qualidade; saúde consciência, bem como ao produto específico atributos como valor nutricional, sabor, frescor e preço. (BROWNE et al., 2000; GRUNERT; JUHL, 1995)

Os produtos orgânicos são cultivados sem o uso de agrotóxicos, adubos químicos e outras substâncias tóxicas e sintéticas. A ideia é evitar a contaminação dos alimentos ou do

meio ambiente. O resultado desse processo são produtos mais saudáveis, nutritivos e com mais qualidade de produção, o que garante a saúde de sua família e a do Planeta. (PORTAL SÃO FRANCISCO, 2017)

Segundo consta no Portal da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em uma pesquisa realizada entre 2013 e 2015, foram analisadas 12.051 amostras de 25 alimentos de origem vegetal divididos em cinco categorias (cereal/leguminosa, frutas, hortaliças folhosas, hortaliças não folhosas, Raiz/Tubérculo/Bulbo). Dessas 12.051 amostras analisadas, 2.371 (19,7%) foram consideradas insatisfatórias. Das 2.371 amostras insatisfatórias, 452 delas apresentaram como único motivo de irregularidade a presença de resíduos de agrotóxicos não autorizados para a cultura analisada, como mostra o gráfico 1.

Gráfico 1 - Resultados das amostradas colhidas e analisadas dos alimentos



Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2017).

Com isso há uma grande preocupação em consumir esses alimentos convencionais, e ao mesmo tempo uma grande procura por produtos de origem orgânica.

Na comercialização interna e externa dos orgânicos é necessária à certificação do mesmo, mas para que ocorra, se faz necessária uma avaliação criteriosa por organizações, como Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica (OAC) credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), na forma de associações de produtores que realizam o processo de certificação. Entre as etapas iniciais deste processo

estão à filiação do produtor a um órgão de certificação e a visita de um técnico da entidade para inspeção da propriedade agrícola.

Segundo Liu (2017), o mercado global de produtos orgânicos vem apresentando taxas de crescimento constantes nos últimos 15 anos. Nos Estados Unidos o crescimento continua sendo de dois dígitos, 10% em 2015 e espera-se repetir próximo deste valor em 2016. Na Europa já é um mercado mais estável e as taxas nos países variam de 5% a 8% de crescimento anual. No Brasil, onde se há um processo de regulamentação que se instalou em 2011, o crescimento é maior porque a base de produtos comercializados ainda é pequena.

Ainda segundo Liu (2017), a área de produção de alimentos orgânicos no Brasil tem hoje 15.590 unidades produtivas, constituídas por produtores e empreendedores individuais, cooperativa, unidades de produção associativas e empresas de processamento e industrialização de produtos. O setor tinha uma estimativa de faturar, em 2016, R$ 3 bilhões. Para 2017, a perspectiva é chegar à taxa de crescimento na ordem de 25%-30%. As exportações de 2016 devem fechar pouco abaixo dos US$150 milhões, num momento em que o Brasil ainda continua sendo o principal país fornecedor de açúcar, castanhas, frutas e seus derivados na área orgânica.

Este artigo tem como objetivos analisar a evolução da agricultura orgânica, a situação em que se encontra o mercado orgânico no mundo e principalmente no Brasil, as dificuldades encontradas e também os requisitos para se obter o certificado para que haja a venda dos produtos orgânicos. Avaliar a expansão do mercado consumidor, exportador e importador, a cadeia produtiva e a comparação entre os sistemas orgânico e convencional.

2 EVOLUÇÃO DA CULTURA ORGÂNICA

É provável que a história da agricultura orgânica tenha tido seu início na década de 20. Relatada em um livro chamado “Um testamento agrícola” de 1940, escrito pelo trabalho do pesquisador inglês Albert Howard, que, em viagem à Índia, observou as práticas agrícolas de compostagem e adubação orgânicas utilizadas pelos camponeses daquele local. (ALVES et al., 2012)

Nos últimos anos, a produção orgânica tem registrado um grande crescimento em vários países, principalmente, na Europa, movimentando bilhões de dólares anualmente em

seu mercado, no qual figuram como maiores consumidores a Alemanha, a Holanda, a Suíça, a França, a Inglaterra, os Estados Unidos e o Japão. (RIBEIRO; SOARES, 2010)

Semelhante à agricultura convencional, a orgânica também exige investimentos públicos, principalmente, no que diz respeito à sua divulgação. Atualmente, os países que entendem que esse tipo de atividade é uma estratégia sustentável, passaram a investir economicamente no setor, bem como regulamentando as condições de plantio e disciplinando a certificação dos produtos. (ECYCLE, 2017)

Porém, muitos produtores ainda não têm total conhecimento sobre os mais adequados, de gestão à cadeia produtiva de orgânicos, o que leva a uma defasagem em relação a países mais desenvolvidos. Para superar essas dificuldades, o Estado tem um papel fundamental, cabendo-lhe a missão de estabelecer políticas públicas específicas para o referido setor. (SANTOS et al., 2012)

2.1 No Brasil

No Brasil, o sistema de cultivo orgânico, em bases tecnológicas, teve início, em pequena escala, no final da década de 1970. No entanto, após a criação do Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD) em 1990, tal atividade começou a se expandir.

Dissertando sobre o surgimento da agricultura orgânica no Brasil, consta que:

> No Brasil, até a década de 70, a produção de orgânicos ainda era relacionada mais com movimentos filosóficos que buscavam o retorno do contato com a terra como forma alternativa de vida, porém com o crescimento da consciência de preservação ecológica e a busca por alimentação cada vez mais saudável, houve expansão de consumo dos produtos orgânicos e, na década de 80, organizaram-se muitas das cooperativas de produção e consumo de produtos naturais. (SANTOS; ALVES E AZEVEDO, 2011, P. 20)

Na atualidade, a agricultura orgânica fornece produtos de consumo direto, tendo como principais: os laticínios, as conservas e os hortigranjeiros frescos. E, que essa produção se concentra nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná e Rio Grande do Sul, onde são comercializados em feiras e lojas de produtos naturais, com aumento de consumo constante.

Ainda segundo SANTOS et al., (2012), o mercado brasileiro para os produtos orgânicos encontra-se em crescente ascensão, sendo que os maiores centros consumidores

se encontram no sudeste do país. No entanto, nos últimos anos, seguindo uma tendência natural, esse mercado vem se expandido por todo o território brasileiro.

De acordo com o banco de dados do Planeta Orgânico (2006), em levantamento realizado na elaboração do projeto Perfil do Brasil Orgânico, a posição do Brasil no mercado externo é demonstrada pelas informações a seguir.

Os dados indicam que 50 % a 70 % da produção total dos alimentos orgânicos foram exportados para diversos países, entre eles: Japão (açúcar mascavo), Alemanha (açúcar mascavo, soja, frutas), Estados Unidos (açúcar orgânico), etc. Os principais produtos orgânicos já exportados foram: soja, café, açúcar, castanha de caju, suco concentrado de laranja, óleo de palma e em volumes menores, manga, melão, uva, derivados de banana, fécula de mandioca, feijão adzuki, gergelim, especiarias (cravo da índia, canela, pimenta do reino e guaraná) e óleos essenciais.

O maior produtor mundial de açúcar orgânico é brasileiro, Usina São Francisco, localizada em Sertãozinho, estado de São Paulo, produzindo a marca açúcar Native, exportando grande parte, colocando o restante no mercado interno.

A quantidade de empresas processadoras, agroindústrias, voltadas para o produto orgânico é relativamente pequena no Brasil, 1,8 para cada 100, enquanto na França é de 7 %, no Reino Unido de 21 % e na Holanda de 36 %, como principais produtos destas agroindústrias: café, açúcar, suco de laranja, castanha de caju e óleos vegetais. (PLANETA ORGANICO, 2006)

Segundo Daniel Dias (2016), em entrevista ao canal rural, o Brasil aparece como a quinta maior potência mundial em agricultura orgânica com apenas 940 mil hectares cultivados. No Brasil hoje, temos 240 milhões de hectares dedicados à agropecuária convencional e uma reserva de terras agricultáveis ainda a ser explorada de aproximadamente 55 milhões de hectares. Ou seja, temos a maior disponibilidade de terras agricultáveis e principalmente, a maior possibilidade de conversão para a agricultura orgânica. Somos também no universo orgânico, “a menina dos olhos de ouro”.

2.2 A regulamentação dos alimentos orgânicos no Brasil

Para ser um agricultor orgânico, algumas medidas são necessárias para que o candidato realize em um processo de investigação das condições ambientais do estabelecimento agrícola e de potencialidade para a produção.

São eles: a não utilização de adubos químicos e agrotóxicos nos últimos dois anos, é necessária se ter barreiras vegetais quando há vizinhos que praticam a agricultura convencional, a água tem quer possuir uma ótima qualidade, não conter resíduos químicos e nem um tipo de contaminação para ser utilizada na irrigação e na lavagem dos produtos, fornece ótimas condições de trabalho e de vida dos trabalhadores, o cumprimento da legislação sanitária e a inexistência de lixo espalhado pelo estabelecimento.

Durante todo o processo de produção o produtor deve respeitar as normas, desde a preparação do solo até a sua embalagem do alimento, sempre preservando os recursos naturais. O agricultor assina um contrato com uma certificadora que prevê a fiscalização da sua produção, de modo a garantir a rastreabilidade e a qualidade do produto a ser disponibilizado para o consumidor.

A regulamentação da Lei 10.831 começou a ser discutida no final do segundo semestre de 2004, pela sociedade (*Government Accountability Office* (GAO) e Fórum das Certificadoras) juntamente com técnicos do MAPA, do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e ANVISA. Esta regulamentação trata dos regulamentos técnicos da produção (incluindo aqui o agro extrativismo sustentável), processamento e comercialização, mas também dos mecanismos de garantia e da informação da qualidade orgânica.

2.2.1 Certificação

Segundo o SEBRAE (2017), o registro formal dos produtos para a comercialização além das fronteiras do município, estado ou país, é fundamental diante das exigências legais e da clientela. Além do registro básico, a obtenção de selos e certificações de qualidade, denominação de origem e de alimento orgânico garantem acesso a determinados nichos de mercado dispostos a pagar mais pela garantia de qualidade e procedência.

Para que se haja a produção orgânica vegetal no Brasil há uma série de normas técnicas exigidas para que se possa ter a obtenção do “selo verde ou selo orgânico”. A certificação é um processo que atesta que determinado produtor é realmente orgânico e que está cumprindo as normas técnicas de começo até o fim da produção. (PENTEADO, 2001)

Para obter esses certificados é necessário que ocorra uma visita técnica onde é elaborado um relatório acerca das condições da propriedade e dos seus recursos, em

relação às normas estabelecidas pelo Ministério da Agricultura. Estando tudo dentro das normas e ocorrendo a aprovação do relatório de inspeção, é realizado um contrato de certificação entre o interessado e a entidade para que se permita a comercialização de seus produtos. (PENTEADO, 2001)

No Estado de São Paulo se tem as seguintes associações que são responsáveis pelas certificações: Associação de Agricultura Orgânica (AAO), a Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região (ANC), o Instituto Biodinâmico (IBD), a Associação de Produtores de Alimentos Naturais (APAN), são essas as entidades certificadoras, credenciadas junto ao Ministério da Agricultura. Estas entidades fornecem certificados orgânicos, com pequenas variações nos seus critérios, porém unânimes nas normas básicas da agricultura orgânica. Estes selos são liberados em função das quantidades colhidas e comercializadas, sendo descontada pequena porcentagem para a entidade certificadora. A Figura 1 apresenta algumas destas certificadoras.

Figura 1 - Principal selos de certificação usados em produtos orgânicos



Fonte: Site emagrecer urgente (2012).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada para realização deste estudo foi com base em pesquisas bibliográficas em livros, artigos, *internet* sobre o tema proposto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme consta no site do SEBRAE (2017), apesar do mercado orgânico estar em grande crescimento ainda há um desequilíbrio entre a capacidade de produção e consumo. Esse desequilíbrio se dá pelo fato de se ter poucos fornecedores credenciados e certificados e uma grande demanda na exportação, cerca de 70%, o que gera no comercio interno uma grande defasagem gerando esse desequilíbrio.

LIU (2017), afirma que não se pode duvidar que o mercado de produtos orgânicos e sustentáveis vem ganhando um grande espaço no mercado e com isso conseguindo vencer a forte crise econômica que o país está atravessando no momento, com essa demanda de mercado, a cada dia mais, empreendedores investem no segmento, se capacitando, especializando, certificando e procurando saber como participar do mercado que mais cresce no mundo.

Segundo LIU (2017), nesse tempo de transformação alimentícia, sabe-se que o Estados Unidos, que é um dos destaques no mercado de orgânicos do mundo, vem atingido um faturamento significativo. Segundo a *Organic Trade Association*, em 2016, o valor de faturamento atingiu a marca de US$ 50 Bilhões de dólares. Tudo isso se dá, pelo fato da população estar consumindo uma alimentação mais saudável e seguir uma tendência de melhorar seus hábitos e buscar produtos menos industrializados, com menos aditivos e conservantes e com rastreabilidade.

É possível prever um grande crescimento ainda por vir, pois, as mudanças dos hábitos estão cada vez mais em alta. Os indicadores apontam que, no mercado americano 82% das famílias americanas consumiram orgânicos no último ano, 14% de todas as frutas e vegetais consumidos no mercado já são orgânicos, 5% de todos os produtos lácteos são orgânicos e 75% de todos os produtos encontrados hoje no mercado já têm sua versão orgânica. (MING LIU, 2017)

Quanto à evolução da renda no mundo, estima-se que em 2050, o Produto Interno Bruto (PIB) das economias da China, Índia, Rússia e Brasil juntos atingirão a soma de US$ 84,5 trilhões. (SEBRAE Nacional, 2017)

Hoje o Brasil é considerado pelos Estados Unidos, União Europeia e Japão, que são uns dos principais importadores de orgânicos, como o país de maior potencial de produção orgânica para exportação: cerca de 60% da produção orgânica brasileira vai para fora do país. Outros 30% dos orgânicos são vendidos no mercado brasileiro e o restante segue para consumo próprio, afirma a jornalista Natalia Clementim ao G1 em 2014.

As principais commodities orgânicas quase que totalmente exportadas pelo Brasil são açúcar, soja, café. Já as frutas, verduras e legumes ficam no pais para consumo próprio e venda. Além disso, o Brasil tem o maior mercado consumidor de orgânicos da América do Sul e este mercado está em crescimento.

O Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (ORGANIS) realizou, no período de março a abril de 2017, primeira pesquisa nacional para conhecer o perfil do consumidor brasileiro de orgânicos, o que realmente conhecem e entendem sobre esses produtos. O principal apontamento foi que 15% consumiram produtos orgânicos, sendo o maior índice para a região sul (34%) em contraste com os moradores da região sudeste, que obtiveram o menor índice com pouco mais de 10% dos domicílios. Outros indicativos interessantes: seis em cada 10 famílias consumiram verduras e uma em cada quatro consumiu frutas e cereais. Outro número muito surpreendente é que 84% dos consumidores não conseguiram lembrar-se da marca do produto que consumiu. Pouco mais de 45% lembram de ter visto o selo oficial do MAPA e apenas 8% afirmaram que utilizaram o selo como verificador de conformidade e credibilidade.

Com essas informações citadas acima é possível perceber que as empresas desse ramo têm um vasto mercado e oportunidades para trabalhar na divulgação de seus produtos e de suas marcas, num mercado em plena expansão.

As notícias do Brasil são muito boas: no mercado interno, os orgânicos continuam em crescimento, em especial no número de unidades produtivas de agricultura orgânica e sustentável, passando para 18 mil nos últimos 12 meses (2016-2017), cerca de 15% é o crescimento.

A tabela 1 ilustra a quantidade em hectares de terra utilizada para a produção de orgânicos.

Tabela 1- Total de área atual plantada com orgânicos

ÁREA ATUAL PLANTADA COM ORGÂNICOS	
Mundo	42 milhões de hectares
Austrália	17,2 milhões de hectares
União europeia	11,4 milhões de hectares
Argentina	3,1 milhões de hectares
Estados Unidos	2,2 milhões de hectares
Brasil	**940 mil hectares**

Fonte: Site Canal Rural (2016).

Segundo o MAPA (2016), o país conta com cerca de 16.000 produtores orgânicos cadastrados, número crescente a cada ano.

Segundo DINO, no Jornal O Estado de São Paulo, publicado em 14 de fevereiro de 2017, as 54 empresas, associadas ao Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável *(Organis*) e ao Projeto *Organics* Brasil, fecharam 2016 com faturamento de US$ 145 milhões em exportações, 9,5% menor em relação a 2015, justificado pela séria oscilação do câmbio (real-dólar), mas com 15% a mais em volume de produção exportado.

> Em 2016, o setor faturou $ 3 bilhões de reais no mercado nacional e a perspectiva é chegar à taxa de crescimento na ordem de 25% a 30% em 2017. Apesar das exportações terem fechado pouco abaixo das estimativas, continuamos sendo o principal país fornecedor de açúcar, castanhas, frutas e seus derivados. Há muito espaço para crescer em exportação para a Europa, China, Oriente Médio e Ásia. A América do Norte continua sendo o mercado de maior potencial de exportação em 2017. As empresas brasileiras estão preparadas para atender todos os mercados, explica Ming Liu, diretor do *Organics* Brasil e do ORGANIS. (JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO, pub. 14 de fevereiro de 2017)

Levando em consideração o número de agricultores de 2014 até abril de 2016, nota se que esse valor dobra, indicando que há um crescimento de 30% ao ano, mas os números preliminares de 2016 mostram ainda mais força para crescer.

4.1 Dificuldades do mercado de produtos orgânicos

Segundo SANTOS e MONTEIRO (2004), a maior dificuldade encontrada na produção de alimentos orgânicos é a baixa produção, o fazendo com que haja maiores custos (mão-de-obra, insumos) por unidade de produto, em seguida se tem a falta de

recursos financeiros, materiais e tecnológicos dos produtores e a falta de treinamento dos mesmos. Há também uma grande desorganização do sistema de produção, falta de planejamento antes mesmo de se iniciar o projeto e a falta de comercialização, além da embalagem que pode encarecer o produto em cerca de R$ 0,15/unidade.

Segundo LIMA (2010), para que se haja a comercialização o agricultor tem que pagar para ser certificado, fiscalizado e também pela assistência técnica, que é quase toda particular e exercida por consultores credenciados pelas certificadoras, o que é diferente dos convencionais, fazendo com há um aumento nos preços dos produtos.

BILICH (2010), já afirmava que os produtos orgânicos têm o poder de agregar um grande valor devido o aspecto ecológico, a qualidade de vida que oferece e por conferirem ao consumidor e ao meio ambiente um ambiente sustentável, além da possibilidade de oferecer aspectos de limpeza, sem contaminação química. Por ser um produto de alta perecibilidade, a logística deles se torna um fator crucial ao produtor, cuja distribuição e consumo devem ser realizados diariamente, pois este não tem a possibilidade de armazenar produtos, e também o transporte a maioria das vezes depender de rodovias, o que gera um grande atraso nas entregas.

5 CONCLUSÃO

A agricultura orgânica é um sistema de produção que visa a qualidade de vida para quem produz e para quem consome alimentos orgânicos.

O mercado de produtos orgânicos ainda há muito potencial de crescimento e de desenvolvimento, mas para que isso ocorra e se expanda cada vez mais, é necessário se ter uma conscientização da parte dos produtores, uma contribuição política incentivando os agricultores a ingressar a produção orgânica em seus plantios, e o *marketing* dos produtos em nível nacional.

No caso do Brasil, os governantes têm colocado à disposição dos produtores muitos recursos disponíveis, como colocar em prática medidas, ações, financiamentos, programas, entre outros, fazendo assim a estimulação e desenvolvimento da agricultura orgânica, como também aumento a expansão, demanda e mercado da mesma.

Também se há uma grande parceria do governo, agricultores, consumidores em produzirem, consumirem esses alimentos orgânicos, para que haja a sustentabilidade, conservando o meio ambiente.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. C. O.; SANTOS, A. L. S.; AZEVEDO, R. M. M. C. **Agricultura Orgânica**. Revista Brasileira de Agroecologia, [S.L], v. 7, n. 2, p. 19-27, 2012. Disponívelem:<http://orgprints.org/22814/1/Alves_Agricultura%20org%C3%A2nica.pdf>. Acesso em: 20 set. 2017.

BILICH, Feruccio Branco. **Análise da distribuição de olerícolas orgânicas no distrito federal.** 2010. 74f. Trabalho de Conclusão de Curso (Dissertação de Mestrado) - Universidade de Brasília - Faculdade de agronomia e medicina veterinária – Programa de pós-graduação em agronegócios, Brasília, 2010.

DIAS, V. D. V. et al. **O Mercado De Alimentos Orgânicos**: Um Panorama Quantitativo E Qualitativo Das Publicações Internacionais. Ambiente e Sociedade, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 161-182, jan. /mar. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v18n1/pt_1414-753X-asoc-18-01-00155.pdf>. Acesso em: 17 set. 2017.

ECYCLE. **Saiba o que é a agricultura orgânica, seus benefícios e vantagens**. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/component/content/article/62/2069-conheca-agricultura-organica-diferencas-relacao-convencional-agrotoxicos-pesticidas-fertilizacao-degradacao-solo-contaminacao-lencois-freaticos-desmatamento-biodiversidade-impacto-mudanca-climatica-risco-beneficio-saude-humana-certificacao-selo.html>. Acesso em: 10 nov. 2017.

EMAGRECER URGENTE. **Quais as vantagens dos alimentos orgânicos?**. Disponível em: <http://www.dietaemagrecerurgente.com/quais-as-vantagens-dos-alimentos-organicos/>. Acesso em: 24 set. 2017.

EXAME ABRIL. **Os 10 países com mais terra dedicada à agricultura orgânica.** Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/os-10-paises-artilheiros-em-agricultura-organica/>. Acesso em: 20 set. 2017.

GLOBO RURAL. **Orgânicos: modismo ou fato?** Disponível em: <http://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2017/01/organicos-modismo-ou-fato.html>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. Qual o tamanho do mercado de orgânicos no Brasil? Disponível em: <http://revistagloborural.globo.com/noticias/agricultura/noticia/2017/07/qual-o-tamanho-do-mercado-de-organicos-no-brasil.html>. Acesso em: 24 set. 2017.

G1. GLOBO.COM. **Orgânicos apresentam expansão na produção e interesse de consumo.** Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/sao-jose-do-rio-preto-aracatuba/noticia/2014/01/organicos-apresentam-expansao-na-producao-e-interesse-de-consumo.html>. Acesso em: 24 set. 2017.

JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. **Produção de orgânicos no brasil cresce e empresas investem na biofach 2017**. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,producao-de-organicos-no-brasil-cresce-e-empresas-investem-na-biofach-2017,70001665611>. Acesso em: 24 set. 2017.

LIMA, Kátia Soares de. **A agricultura orgânica produzida no brejal na zona rural do distrito da posse e o perfil dos consumidores no empório orgânico.** 2010. 66f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) - Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010.

MADAIL, J. C. M.; BELARMINO, L. C.; BINI, D. A. **Evolução Da Produção E Mercado De Produtos Orgânicos No Brasil E No Mundo.** Revista Cientifica da Ajes, [S.L], v. 2, n. 3, 2011. Disponível em: <http://www.revista.ajes.edu.br/index.php/RCA/article/view/52/pdf>. Acesso em: 18 set. 2017.

PENTEADO, Silvio Roberto. Série produtor rural: **Agricultura orgânica**. 2 ed. USP: Esalq, 2011. 1-40 p.

PLANETA ORGÂNICO. **A regulamentação dos alimentos orgânicos no brasil.** Disponível em: <http://planetaorganico.com.br/site/index.php/relatorio-n-1/>. Acesso em: 20 set. 2017.

_____. Mercado e consumo de alimentos orgânicos no mundo. Disponível em: <http://planetaorganico.com.br/site/index.php/relatorio-n-1/>. Acesso em: 20 set. 2017.

_____. Posição do brasil no mercado de alimentos orgânicos. Disponível em: <http://planetaorganico.com.br/site/index.php/relatorio-n-1/>. Acesso em: 20 set. 2017.

PORTAL ANVISA**. Relatório das análises de amostras monitoradas no período de 2013 a 2015.** Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/0/relat%c3%b3rio+para+2013-2015_vers%c3%83o-final.pdf/494cd7c5-5408-4e6a-b0e5-5098cbf759f8>. Acesso em: 17 set. 2017.

PORTAL SÃO FRANCISCO. **Produtos orgânicos**. Disponível em: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/meio-ambiente/produtos-organicos>. Acesso em: 20 out. 2017.

SANTOS, J. O. D. et al. **A Evolução Da Agricultura Orgânica. Revista Brasileira De Gestão Ambiental**, Pombal, v. 6, n. 1, p. 35-41, jan./dez. 2012. Disponível em: <http://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RBGA/article/view/1864/1370>. Acesso em: 21 set. 2017.

SANTOS, Graciela Cristina Dos; MONTEIRO, Magali. **Sistema Orgânico De Produção De Alimentos.** Alimentação Nutricional, Araraquara, v. 15, n. 1, p. 73-86, jan./dez. 2004.

SEBRAE. **O mercado para os produtos orgânicos está aquecido**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta-aquecido,5f48897d3f94e410vgnvcm1000003b74010arcrd>. Acesso em: 20 out. 2017.