



ORGÂNICOS

Contexto

Por definição, um produto orgânico é aquele obtido através de um sistema orgânico de produção agropecuária (ou a partir de processos extrativistas sustentáveis), com a preocupação de não prejudicar o meio ambiente, não comprometer os recursos naturais e respeitar as características socioeconômicas da comunidade local (Fonte: Organis, 2019).

Ou seja, quando um produto é certificado como orgânico, não é apenas pela sua forma de produção: há todo um comprometimento de sustentabilidade ambiental e um compromisso de responsabilidade social com os envolvidos neste processo.

No Rio Grande do Norte, encontram-se 509 (quinhentos e nove) produtores orgânicos cadastrados, sendo 18 (dezoito) através de certificadora, 439 (quatrocentos e trinta e nove) através de organização de controle social (OCS) e 52 (cinquenta e dois) através de organismos participativos de avaliação da conformidade (OPAC) (Fonte: MAPA, 2019). Além disso, quando se analisa o número de Feiras Orgânicas que acontecem no estado, estima-se que 16 (dezesseis) são realizadas na capital e 14 (quatorze) distribuídas em diversos municípios do estado (Fonte: Sebrae Rio Grande do Norte, 2019).

Confira, neste Boletim, um retrato atual do mercado de orgânicos, assim como os seus principais desafios e dicas importantes para se tornar mais competitivo.



Retrato Atual



Produtos orgânicos registrados no Brasil



Crescimento entre 2012 - 2019

(Fonte: MAPA, 2019)

Consumo de produtos orgânicos

(Fonte: Organis, 2017)

- ✓ 15% da população urbana **consumiu** algum alimento ou bebida orgânico no último mês.
- ✓ 62% dos consumidores afirmam que os **preços** impedem o consumo de mais produtos orgânicos.



Local de compra

64 % Supermercados

26 % Feiras

4 % Lojas de produtos naturais

3 % Direto do produtor

3 % Outros



Frequência de Compra

11 % Mais de uma vez por semana

18 % Uma vez por semana

30 % Uma vez a cada 15 dias

37 % Uma vez no mês

4 % Outros

Produtos mais consumidos



Verduras
63%



Frutas
25%



Legumes
25%



Cereais
12%

Principais Desafios

Tem crescido, nos últimos anos, o consumo de produtos orgânicos no Brasil. E, no geral, a maior motivação para esse consumo está relacionada com questões de saúde (64%), sendo consumidos, pelo menos, uma vez na semana (29%) e adquiridos, preferencialmente, nos supermercados (64%) (Fonte: Organis, 2017). Apesar deste cenário positivo e de expansão, há inúmeros desafios ainda a serem superados, pois trata-se de um mercado em construção.



Comercialização: além de todo desafio com a produção de orgânicos, o empresário ainda esbarra com inúmeros obstáculos relacionados com a sua comercialização. Dentre eles estão as questões de rotulagem, como a necessidade do selo federal do SisOrg. Em se tratando de produtos não pré-embalados, como verduras e legumes, é necessário apresentar a Declaração de Transação Comercial (IN MAPA e Ministério do Meio Ambiente 17/2009). Além disso, no espaço no qual o produto será comercializado, não é possível que fique misturado com produtos não-orgânicos.



Preços: do ponto de vista do consumidor, o preço é a maior barreira para o consumo de produtos orgânicos. Apesar da sua diminuição gradual nos últimos anos, devido ao aumento da oferta, os produtores ainda têm dificuldades para oferecerem um preço mais competitivo. Para se ter uma ideia do preço do produto orgânico em comparação ao convencional, essa diferença pode chegar a 73,2% (Fonte: Sebrae, 2015).



Logística: como há regras específicas para o transporte de produtos orgânicos, a logística acaba sendo um grande gargalo a ser superado. Como exemplos, o transporte separado em relação aos produtos não-orgânicos, formas autorizadas para a higienização dos transportes, dentre outros.



Sementes orgânicas: no geral, os produtores ficam limitados à sua própria produção para conseguir as sementes. A Lei nº 10.711/2003, referente ao sistema nacional de sementes e mudas, não permite a comercialização de sementes no mercado. Já quando se trata da pecuária, por exemplo, a produção de grãos orgânicos torna-se uma barreira para a criação de animais como bovinos, aves e suínos.





Superalimentos: conhecidos também como *superfoods*, são comidas altamente benéficas para a saúde, com riquezas nutritivas. Essa nomenclatura não é científica, mas cunhada pelo mercado para chamar atenção para alguns alimentos que apresentam tais características. Assim, é importante não confundir superalimento com alimento funcional. Alguns exemplos: a maca peruana, a quinoa, o caju, o coco e o cacau cru. No mercado de orgânicos, esta é uma tendência que tem se fortalecido nos últimos tempos.



Produtos de limpeza: o consumidor tornou-se mais consciente e preocupado com sua saúde. Isso se reflete, diretamente, na sua alimentação, mas também em relação aos demais produtos utilizados na sua rotina. Em sintonia com essas mudanças, fabricantes de produtos para limpeza doméstica e lavanderia têm desenvolvido fórmulas sustentáveis e que não prejudicam o meio-ambiente. Para isso, essas empresas têm privilegiado matérias-primas orgânicas e biodegradáveis, além da preocupação com embalagem e custos relacionados com transporte.



Cosméticos: diversos estudos têm mostrado que, aproximadamente, 60% das substâncias que entram em contato com a pele vão parar na corrente sanguínea. E é devido a essa preocupação com produtos cuja fórmulas apresentam químicos sintéticos que tem aumentado a procura por cosméticos orgânicos. Essa tendência pode ser inserida em um movimento maior, chamado de *Green Beauty*, que utiliza uma combinação de três abordagens: certificação, ingredientes e posicionamento ético, porém não há uma definição padronizada e globalmente aceita.



Sustentabilidade: uma tendência mundial e que vem ganhando força em inúmeros países é o movimento *Plastic Free*. No calendário, esse movimento ganha força no mês de Julho, através do Julho sem Plástico (*Plastic Free July*). Assim, quando se fala de produtos orgânicos, é fundamental associá-los com a sustentabilidade e, especificamente, com a consciência no uso do plástico e seus derivados, principalmente nas embalagens.



Fique atento

O MAPA e o FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) querem expandir este ano, através do PNAE (Programação Nacional de Alimentação Escolar), a presença dos orgânicos nas escolas. A legislação prevê que se os produtos forem orgânicos, o gestor pode pagar preços até 30% maiores em relação aos não-orgânicos (Resolução FNDE nº4, 2015). Um dos empecilhos para acesso é adequação da legislação. Uma das exigências para que o produtor rural possa vender para o PNAE é que ele tenha a Declaração de Aptidão (DAP) ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

Uma das reivindicações dos empresários de produtos orgânicos brasileiros é a ausência de acordo de equivalência de certificação entre o Brasil e outros países, o que traz um obstáculo adicional para a exportação. Porém, em setembro de 2018, foi assinado entre o Brasil e o Chile o acordo de equivalência das normas de produção orgânica. Tal acordo permite que produtos da produção primária vegetal e processamento de origem vegetal, tanto certificados por auditoria quanto por certificação participava no Brasil, sejam comercializados como orgânicos no Chile e vice-versa.

Em outubro de 2013 foi lançado o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo), conforme previsto no Decreto nº 7.794/2012, que institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Pnapo). As diretrizes do Planapo 2016-2019 são compostas por 6 (seis) eixos: produção; uso e conservação de recursos naturais; conhecimento; comercialização e consumo; terra e território; e sociobiodiversidade.

Com o objetivo de aproximar consumidores de alimentos orgânicos e produtores locais, com garantia de uma produção natural, sem uso de agrotóxicos, transgênicos e fertilizantes químicos, foi desenvolvido em Natal o aplicativo Ifarm, em funcionamento desde dezembro de 2018. É um aplicativo de venda e distribuição de alimentos orgânicos, plantados e colhidos na região metropolitana da capital potiguar. Atualmente, atende em média de 100 (cem) clientes por mês. Para os próximos anos, o aplicativo tem como objetivo ampliar seu raio de atuação, tornando-se nacional.



Alambique Samanaú

A propriedade localiza-se em Caicó (a 280 quilômetros de Natal) e produz, em média, 200 mil garrafas de cachaça orgânica por ano. Apesar de todo o desafio, foi possível, desde 2010, o início do processo de exportação. Para isso, foi necessário obter certificação internacional. No ano de 2018, exportou 15.000 garrafas para a Nigéria e, em 2019, está em negociação com parceiros nas Filipinas, China e Alemanha. A empresa conta com o apoio do Sebrae/RN, através do projeto setorial de Cachaças Artesanais.

A internacionalização de uma empresa é um processo gradual, que requer muito planejamento. Conhecer as características do mercado internacional que se pretende atingir, seus gostos e preferências, compreender as adequações necessárias, entender as barreiras tarifárias e ter uma política sólida de precificação são apenas alguns desafios que a empresa precisa enfrentar para acessar os mercados internacionais. Nesta caminhada, o Sebrae conta com várias soluções de apoio aos empresários, desde capacitações, acesso a eventos, participação de rodadas de negócios, serviços de consultorias, dentre outros.

Cachaçaria Extrema

A Agroindustrial Extrema localiza-se em Pureza (a 56 quilômetros da capital potiguar) e produz, em média, 50 mil litros de cachaça orgânica por ano. Além da produção certificada orgânica, a empresa tem uma grande preocupação com a sustentabilidade: a propriedade tem um sistema de alta eficiência de irrigação. Além disso, faz reuso do bagaço da cana (matéria prima da cachaça) para gerar energia e alimento para o gado. Desde 2016 iniciou suas exportações para a Europa. Em 2018, foram exportados 8.000 litros para a Suíça. Para o ano de 2019, os planos estão direcionados para o fortalecimento do mercado interno.





Impulsose o seu negócio



Faça novas parcerias: multinacionais e grandes marcas nacionais têm investido na ampliação do seu portfólio de produtos, oferecendo opções orgânicas, aumentando a demanda para os produtores orgânicos.



Desenvolva novos canais de comercialização: os produtos orgânicos que, há alguns anos, só conseguiam ser encontrados em feiras e lojas específicas, atualmente teve uma alta ampliação dos seus pontos de venda. Já é possível encontrar *market places* específicos para tais produtos, assim como espaços reservados nas grandes redes de supermercados. Desta forma, ampliou-se muito os locais para sua comercialização.



Crie conexões com seu consumidor: muitas vezes o consumidor de produtos orgânicos também está interessado em conhecer mais a história da empresa criando, desta forma, conexões. Seja verdadeiro e autêntico ao contar a história do produto.



Agregue valor ao seu produto: os alimentos liofilizados têm ganhado muito destaque nos últimos anos. São alimentos desidratados, altamente nutritivos e de fácil transporte e consumo. Eles apresentam uma forma de conservação onde concentram bem a energia do alimento.



Cuide da presença digital: Divulgue seus produtos nas redes sociais, monitore e responda aos comentários e perguntas, realize parcerias com microinfluenciadores da região e mantenha o telefone de contato sempre atualizado. Crie *posts* de qualidade, tanto em relação ao conteúdo quanto com as imagens. Além disso, divulgue os locais e eventos nos quais seus produtos estão sendo comercializados.

Quando se decide abrir um negócio, a fase inicial de planejamento é crucial para a condução eficiente da teoria para a prática. Porém, quando o negócio está relacionado com produto orgânico, a correta compreensão sobre essa legislação também é fundamental logo no início. Assim, para comercializar um produto denominado orgânico, é necessária a regularização através de uma das formas:

(Fonte: Sociedade Nacional da Agricultura, 2017)



Avaliação da Conformidade Orgânica: o Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OAC) é a instituição que avalia, verifica e atesta que produtos, estabelecimentos produtores ou comerciais atendem ao disposto no regulamento da produção orgânica, podendo ser:

Certificadora, que realiza a certificação por auditoria. É uma organização pública ou privada, devidamente credenciada pelo MAPA e “acreditada” (credenciada) pelo Inmetro. Essa certificadora verifica e assegura, por meio de procedimentos, que um determinado produto obedece às normas da legislação orgânica

Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), que realiza a certificação participativa. É uma organização que assume a responsabilidade formal pelo conjunto de atividades desenvolvidas num Sistema Participativo de Garantia (SPG), constituída em sua estrutura organizacional por uma Comissão de Avaliação e um Conselho de Recursos, ambos compostos por representantes dos



Venda direta sem certificação por meio de uma Organização de Controle Social (OCS): a OCS é um grupo, associação, cooperativa ou consórcio de agricultores familiares, com ou sem personalidade jurídica. É uma forma de organização de agricultores, reconhecida pelo MAPA por meio de cadastro, para **venda direta** aos consumidores de produtos orgânicos. Após a OCS ter cadastro aprovado pelo MAPA, recebe um documento chamado Declaração de Cadastro, que deverá estar disponível no momento da venda direta. Não se pode vender para terceiros, só na feira (ou direto ao consumidor) e para as compras do governo (merenda e CONAB).





Tem Sebrae pra você



Capacitações: Através de cursos e oficinas presenciais, traz aprendizado prático em temas e áreas específicas, capacitando o empresário para gerir de maneira mais eficiente o seu negócio, além de proporcionar o desenvolvimento de *networking* com os demais participantes.



Cursos online: Os cursos e soluções *online* do Sebrae se adaptam à rotina intensa do empresário, com flexibilidade e qualidade. São mais de 120 (cento e vinte) cursos, com diversas temáticas, como Planejamento, Finanças, Mercados, Vendas, Inovação, Leis, dentre outras.



Consultorias: Para o negócio que precisa de um atendimento diferenciado realizado por um especialista, temos a Gestão de Indicadores de Resultados, o Plano de Marketing e Análise de Georreferenciamento, além de outras consultorias para apoiar a tomada de decisão e trazer soluções específicas e adequadas.



Inovação: O Sebraetec oferece serviços customizados e especializados, focados na Inovação para a empresa, abrangendo 7 (sete) áreas: Design, Produtividade, Propriedade Intelectual, Qualidade (avaliação da conformidade: certificação), Inovação, Sustentabilidade e Serviços Digitais.



Boletim Inteligência & Tendências de Mercado

Unidade de Acesso a Mercados

www.rn.sebrae.com.br

Superintendente: José Ferreira de Melo Neto

Diretor Técnico: João Hélio Costa da Cunha Cavalcanti Junior

Diretor de Operações: Marcelo Saldanha Toscano

Gerente: David Xavier de Souza Gois

Fale com o Sebrae: 0800-570-0800

mercados@rn.sebrae.com.br

