

A CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA COMO FATOR ESTRATÉGICO NA GOVERNANÇA DAS TRANSAÇÕES NO MERCADO DE ALIMENTOS

Certification of organic products: a fundamental transaction cost to the strategic positioning in food market

RESUMO

O consumidor de alimentos, de maneira geral, apresenta-se mais preocupado em adquirir um alimento saudável, que não imponha riscos à saúde humana, sendo que essas preferências têm relação direta com a forma que os agentes econômicos se organizam dentro do setor de alimentos. Assim, a participação do sistema de produção orgânica vem crescendo consideravelmente no mercado de alimentos por se tratarem de produtos mais saudáveis que contribuem positivamente para o meio ambiente. No entanto, essas características não são observadas diretamente pelo consumidor, o que torna a certificação um mecanismo essencial no processo de transação e na conquista da confiança de diversos mercados. Diante disso, esse artigo aponta como o processo de certificação interfere na reestruturação dessa cadeia produtiva. Pode-se dizer que a certificação representa um gargalo produtivo, uma vez que os custos de conversão do sistema convencional para o sistema orgânico e de certificação dificultam a entrada no setor, principalmente para os pequenos produtores. Ainda assim, algumas limitações têm sido compensadas pelo melhor posicionamento desse produto no mercado tendo em vista que parte dos consumidores se encontra disposta a pagar um sobre-preço pelo mesmo.

Aldara da Silva César

Mestranda em engenharia de produção Universidade Federal de São Carlos
aldara_cesar@yahoo.com.br

Mário Otávio Batalha

Professor Adjunto do Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos
dmob@power.ufscar.br

Márcio Lopes Pimenta

Doutorando do Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos
pimenta.mp@gmail.com

Recebido em: 18.10.2007. Aprovado em: 20.11.2008

Avaliado pelo sistema blind review

Editor científico: Cristina Lelis Leal Calegario

ABSTRACT

Food consumers are, in general, concerned with acquiring healthy food which does not pose risks to their health. These preferences are directly related to the way the economic agents organize themselves inside the food sector. In this context, the organic products' share in the food market is rising considerably, mainly because they consist not only of a healthier product, but also because they contribute positively to the environment. Nevertheless, these characteristics are not immediately observed by the consumers, which makes the certification process an essential mechanism not in the transaction process but also in gaining the confidence of several markets. This article lists some advantages and disadvantages of the certification process raised in the literature, pointing out the reorganization that this process promotes inside the described productive chain. It can be affirmed that certification represents an impediment, as the conversion costs from the conventional system to the organic system and the entire certification process make the entrance into this sector difficult, especially for small-scale producers. However, some limitations have been compensated by the enhanced position of the differentiated product in the market. In most countries, including Brazil, consumers are willing to pay a price-premium for this kind of product, which has been the main reason behind the segment's sustainability.

Palavras-chave: certificação, custos de transação, produtos orgânicos, agricultura orgânica.

Keywords: certification, transaction costs, organic products, organic production

Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v.10, n.3, p. 376-386, 2008

1 INTRODUÇÃO

Os consumidores de alimentos, de maneira geral, apresentam-se cada vez mais, propensos a demandar produtos que estejam relacionados à boa forma, ao bem-estar, à saúde, à conveniência e preocupação ambiental, sem, contudo, negligenciar a importância da segurança do alimento ingerido. Preferências desse gênero, remetem diretamente à forma como os agentes econômicos se organizam dentro do setor de alimentos.

Nesse contexto, ao oferecer produtos mais saudáveis, a produção orgânica surge como possibilidade para explorar essa nova tendência. A agricultura orgânica desenvolveu-se gradativamente ao longo das décadas a partir de idéias oriundas de sistemas alternativos de produção, que defendiam práticas contrapostas ao sistema convencional de produção. No entanto, somente a partir da década de 1980, ela começou a receber apoio oficial, primeiramente nos EUA, quando o *National Research Council* e o *United States Department Agriculture* (USDA) evidenciaram o interesse em estudar sistemas de produção, capazes de reduzir o uso de insumos químicos. Em 1990, a Lei Agrícola norte-americana denominada “Facta” determinou que o USDA deveria promover programas de desenvolvimento direcionados a esse tipo de agricultura, que passou a ser visto como um modelo de agricultura ecologicamente equilibrado, socialmente justo e economicamente viável (SOUZA & ALCANTARA, 2003).

Por meio de uma revisão teórica em artigos, livros e documentos governamentais concernentes ao tema, este trabalho visa destacar a relação entre a certificação de orgânicos e sua influência na governança das organizações que compõem a cadeia produtiva de orgânicos. Dessa forma, busca-se evidenciar de que maneira a certificação contribui para a redução de custos de transação.

Esse artigo apresenta-se dividido em quatro seções, além desta introdução. A segunda seção discorre sobre o panorama dos orgânicos no Brasil e no exterior. A terceira seção trata da nova economia institucional e a importância da certificação como elemento fundamental de governança das transações

para o mercado de alimentos orgânicos. Na seção quatro, é destacada a importância de se adotar o enfoque sistêmico no processo de certificação. São listadas algumas vantagens e desvantagens sobre o processo de certificação. A quinta seção apresenta algumas considerações finais.

2 PANORAMA DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS NO BRASIL E NO EXTERIOR

A agricultura orgânica tem se expandido de forma rápida no mundo e diversos países demonstram uma tendência de continuidade nesse crescimento. De 2002 a 2006, estima-se um crescimento de 43% no mercado mundial de alimentos orgânicos, ou seja, de 23 bilhões de dólares para 40 bilhões de dólares. Conta com aproximadamente 31 milhões de hectares, cultivados em mais de 633.000 propriedades espalhadas por 120 países. A Oceania é responsável por 39% da área cultivada em orgânicos, seguida da Europa (23%) e América Latina (19%). Os principais mercados consumidores são: a União Européia e os Estados Unidos, onde há um subatendimento da demanda. Há, ainda, um notável crescimento da demanda nos países em desenvolvimento, esses ainda carregam uma taxa de crescimento da produção mais elevada que os países desenvolvidos (WILLER & YUSSEFI, 2007).

O sistema de produção orgânica, tal como definido internacionalmente no *Codex Alimentarius*, foi criado para proteger a saúde da população, assegurando práticas equitativas no comércio regional e internacional de alimentos.

Basicamente, esses produtos têm o processo produtivo relacionado à preservação dos recursos naturais e da saúde humana, enquanto os convencionais utilizam fertilizantes químicos, agrotóxicos, entre outros insumos químicos (SILVA, 2003). Os produtos orgânicos diferenciam-se dos convencionais por seguirem normas determinadas por entidades reguladoras que emitem selos de certificação de práticas orgânicas como, por exemplo, a não utilização de agrotóxicos ou fertilizantes químicos (SILVA & CÂMARA, 2005).

O cultivo de orgânicos no Brasil foi,

primeiramente, regulado pela instrução normativa No. 007, de 17/05/1999. Em 2003 foi sancionada a Lei 10.831, regulamentada pela Portaria 158 de 2004 e complementada pela Instrução Normativa 016, também de 2004. Essas normas estabelecem diretrizes de produção, tipificação, processamento, envasamento, distribuição, identificação e de certificação da qualidade para os produtos orgânicos de origem vegetal e animal. Em dezembro de 2007, o Decreto 6323 colocou importantes especificações na regulação do setor de orgânicos. A partir da data de sua publicação, as certificadoras são obrigadas a cadastrar os dados das propriedades que certificam no Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), como: quantidade de propriedades, área explorada, produção, produtividade, culturas (BRASIL, 2008).

Em posse das informações geradas por esse banco de dados, tanto o MAPA, quanto produtores e outras entidades, podem executar planos estratégicos para a operação e melhoria no setor, bem como tomar decisões precisas em relação a esses planos.

Em outras palavras, a agricultura orgânica define-se como um sistema de produção que privilegia a preservação ambiental, visando a sustentabilidade social e econômica. Para isso, baseia-se na conservação dos recursos naturais, não utilizando fertilizantes de alta solubilidade, agrotóxicos, antibióticos, aditivos químico-sintéticos, hormônios, organismos transgênicos e radiações ionizantes (NEVES et al., 2004).

No Brasil, boa parte dos produtos orgânicos destina-se ao mercado externo. A União Européia e os EUA, atualmente, respondem por quase 90% das exportações desses produtos brasileiros, conforme indica a Tabela 1.

Dentre os principais produtos, destacam-se, em termos de volume, os açúcares e a soja com seus derivados. Também merecem destaque, produtos que têm sua origem concentrada por região: o café (Minas Gerais), cacau (Bahia), soja, açúcar mascavo e erva-mate (Paraná), suco de laranja, óleo de dendê e frutas secas (São Paulo), castanha de caju (Nordeste) e guaraná (Amazônia) (MDIC/SECEX, 2008).

Tabela 1 - Exportações brasileiras produtos orgânicos, de acordo com o destino, de agosto de 2006 a julho de 2008.

País de Destino	Kg	Valor (US\$)	Part. %
Holanda	12.318.961	8.393.305	32,7
Suecia	5.123.120	3.592.267	14,0
Estados Unidos	5.765.898	3.236.357	12,6
Reino Unido	2.765.442	2.281.237	8,9
Franca	3.553.494	1.935.474	7,5
Canada	433.700	1.348.759	5,2
Noruega	880.000	837.094	3,3
Japao	452.565	835.686	3,3
Dinamarca	1.600.024	805.560	3,1
Alemanha	1.562.000	757.390	2,9
Belgica	640.320	659.265	2,6
Outros	1.499.354	1.022.836	3,8
Total	36.594.878	25.705.233	100,0

Fonte: MDIC/SECEX (2008).

O mercado nacional de produtos orgânicos encontra-se em forte expansão, com crescimento de 50% ao ano no Brasil, valor que supera a estimativa mundial de 20%. (FONSECA, 2003).

Para Willer & Yussefi (2007), estima-se um crescimento de 305% na área brasileira dedicada à produção de orgânicos certificados de 2001 a 2006, totalizando 842 mil hectares, ou seja, 0,3% de toda a área agricultável. Quanto ao aproveitamento, 672.000 hectares são dedicados a pastagens e 170.000 para agricultura. Há uma grande quantidade de produtores que atuam em condições informais em termos de comercialização e certificação; por isso, apesar de possuir aproximadamente 15.000 propriedades certificadas, estima-se que existam mais 4.000, produzindo orgânicos sem certificação. Os principais produtos orgânicos exportados são: café, banana, soja e milho. Há, ainda, um forte crescimento na exportação de carne bovina orgânica. Quanto aos produtos processados, como açúcar e sucos, estão começando a abrir mercado no exterior, bem como os não alimentícios têxteis e cosméticos.

Quanto aos pontos de venda de orgânicos no Brasil, os supermercados representam o principal canal de distribuição, com 45% das vendas desses produtos, seguidos das feiras livres (26%) e das lojas especializadas (16%). A maioria das vendas corresponde a frutas, legumes e verduras frescas (WILLER & YUSSEFI, 2007).

3 CERTIFICAÇÃO: ELEMENTO FUNDAMENTAL DE GOVERNANÇA DAS TRANSAÇÕES

A forma como os atores econômicos organizam suas atividades, cada vez mais, tem se distanciado da concepção neoclássica onde o sistema de preços funcionaria como coordenador universal dos mercados. A Nova Economia Institucional, NEI vem se empenhando, por décadas, em demonstrar como o funcionamento econômico é influenciado não somente pelas instituições econômicas, mas também pelas instituições sociais existentes (ZYLBERSZTAJN, 2005).

Em seu trabalho *"The nature of the firm"*, Coase (1937), pesquisador da NEI, apresenta a firma como uma

outra esfera de alocação de recursos. O pesquisador, contemplado pelo Prêmio Nobel em 1991, dedicou vários trabalhos que evidenciam a sua preocupação permanente em demonstrar a importância dos custos de transação como uma barreira real à eficiência dos mercados.

De acordo com Williamson (1975), os custos de transação podem ser definidos como os custos inerentes aos mecanismos envolvidos para que ocorra a transação econômica, sendo esses os custos de negociar, obter informação, monitorar o desempenho ao longo do canal e garantir o cumprimento dos contratos.

A NEI abordou o papel das instituições em dois níveis analíticos distintos: o de natureza macroinstitucional, tendo como principal representante Douglas North, também contemplado com o prêmio Nobel em 1993, e o de natureza microinstitucional, tendo como principais referências Oliver Williamson e Yoram Barzel (AZEVEDO, 2000).

A parte da NEI que se preocupou com a relação existente entre as instituições e o desenvolvimento econômico foi a de natureza macroinstitucional. Do ponto de vista macroanalítico, é estudada a relação entre ambiente institucional, composto pelas interações econômicas, sociais e políticas e os indivíduos de uma sociedade. Para isso, a importância das regras formais, informais e direitos de propriedade é tratada na sua contribuição à eficiência do sistema.

Já a vertente microanalítica da NEI trata da compreensão das regras que regulam as transações específicas. Nesse sentido, a Economia de Custo de Transação, ECT, busca entender quais fatores elevam os custos de transação e quais mecanismos poderiam ser usados para reduzi-los. Williamson (1985) analisa as dimensões de três atributos básicos, sendo esses: frequência, incerteza e especificidade de ativos. O autor transcorre sobre esses atributos, embasado na questão do oportunismo, onde uma parte tentaria tirar proveito da outra, decorrente da incapacidade de se prever os acontecimentos futuros.

No entanto, alguns custos de transação variam, dadas as características intrínsecas ao produto. A vertente

da ECT que se preocupou com a relevância do nível de informação antes do ato da transação e sua estrutura de governança mais indicada foi denominada “Mensuração”, que teve em Barzel (1982) sua principal referência.

Barzel (1982) define três categorias de produtos em função da forma como eles podem ser mensurados e, para cada caso há uma estrutura de governança mais indicada para se tentar amenizar os problemas transacionais dada a limitação racional.

Segundo o autor, quando há simetria de informação, ou seja, todas as informações estão disponíveis antes da troca, não há necessidade da construção de arranjos institucionais complexos. Na prática, não há nenhum exemplo que se encaixe perfeitamente dentro dessa definição, sendo o Mercado de Futuros e Opções a situação mais semelhante a uma transação livre de problemas relacionados à informação (AZEVEDO, 2000).

A segunda classificação, proposta por Barzel (1982), seria quando as informações sobre o produto são dispostas após a efetivação da transação ou mesmo após o consumo. Dessa forma, a governança mais apropriada seria um contrato entre as partes, na qual a parte prejudicada poderia punir sua contraparte, em caso de desacordo na transação. Nesse caso, a marca, selo de garantia e certificado aparecem como ferramentas importantes para a facilitação da transação e diminuição da assimetria de informação entre as partes.

Por último, quando as informações relevantes sobre o produto não são obtidas nem após o consumo, o autor sugere um monitoramento mais criterioso. Isso porque, muitas vezes o demandante está preocupado não somente com o produto, mas também com todo o processo em questão. De acordo com Azevedo (2000), esses produtos são conhecidos como “bens de crença”, o que equivale a dizer que os mesmos não possuem características que possam ser diretamente observadas. Nesse caso, a certificação se torna um mecanismo importante para assegurar a veracidade das informações aludidas pelo selo em questão, cujo processo pode ser acompanhado por meio de auditorias permanentes.

De modo a ilustrar tal situação, toma-se o exemplo

do selo Kosher, que assegura que as aves sejam abatidas segundo os preceitos do Alcorão, aspecto muito importante para a comunidade mulçumana. Para essa garantia, esse selo deve assegurar que existem auditorias que garantam que as linhas de abate de aves, por exemplo, estejam voltadas em direção à Meca, cidade sagrada do islamismo.

É também o caso dos produtos orgânicos. Como só é possível identificar se um produto é orgânico ou não através de testes laboratoriais e acompanhamento do processo, a certificação se torna um instrumento fundamental, que permite uma comunicação entre a empresa e o seu mercado, em que o consumidor identifica os atributos intrínsecos relevantes que busca em um produto.

AABNT (2007) define “certificação” como “um conjunto de atividades desenvolvidas por um organismo independente da relação comercial, com o objetivo de atestar publicamente, por escrito, que determinado produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados. Esses requisitos podem ser: nacionais, estrangeiros ou internacionais”.

A “avaliação de conformidade” exercida pela certificação consiste em um “processo sistematizado, com regras pré-definidas, devidamente acompanhadas e avaliadas, de forma a propiciar adequado grau de confiança de que um produto, processo ou serviço, ou ainda um profissional, atende a requisitos pré-estabelecidos em normas ou regulamentos” (INMETRO, 2007).

Nesse sentido, a certificação aparece como elemento fundamental de governança das transações que, além de proporcionar mecanismos de padronização e classificação, reduz os custos de aquisição da informação, minimizando a assimetria informacional e consequentemente o comportamento oportunista entre os agentes.

4 A VISÃO SISTÊMICA NO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

A década de 1980 marcou a ocorrência de várias mudanças nas relações econômicas internacionais, que perduram até os dias de hoje. Dentre essas mudanças, destaca-se a crescente competição dos

novos países industrializados, os chamados países em desenvolvimento, nas exportações de manufaturados, que vêm tomando mercado de uma importante parcela das nações desenvolvidas. Ainda, consideráveis variações nas taxas de câmbio e mudanças estruturais têm gerado pressões políticas que representam grande ameaça para o sistema vigente, de comércio internacional aberto (KRUGMAN & OBSTFELD, 1999).

Os mercados agroindustriais, particularmente, têm sofrido mudanças significativas nos últimos anos. Essas mudanças podem ser observadas pelo maior rigor com relação à qualidade dos produtos e processos, preferências por marcas fortes, embalagens adequadas e inovadoras, busca por maior conveniência e praticidade e maior demanda por produtos mais frescos (BATALHA & SILVA, 2007).

No Brasil, observou-se uma rápida aceleração desse processo a partir da década de 1990, com a abertura comercial, onde as indústrias nacionais passaram a competir mais intensamente com as indústrias de todo o mundo. O real valorizado frente ao dólar pressionou as empresas nacionais a buscarem alternativas para se tornarem mais competitivas em relação às indústrias do mundo inteiro. Nesse período, a moeda valorizada e, sobretudo, estável, proporcionou ao consumidor brasileiro inúmeras opções de compra, tornando-o mais exigente. Como consequência, o atributo “qualidade” vem se tornando cada vez mais, um parâmetro decisivo na escolha do produto (GREMAUD et al., 2005).

Entender o conceito de cadeias de produção é relevante para determinar o espaço de análise do processo de certificação, uma vez que esse não impacta somente no nível da empresa (microanalítico), mas em todo um conjunto de atividades interligados à mesma. Para um monitoramento eficiente dos canais, é necessária a seleção das ligações mais importantes para a empresa, visto que algumas são consideradas mais críticas que as outras (LAMBERT & COOPER, 2000). Por isso, vale destacar que cada tipo de certificação exige a adoção de diferentes mecanismos e formas de coordenação das cadeias.

No caso de produtos orgânicos, é necessário um acompanhamento minucioso em todos os pontos da

cadeia, que possam assegurar a qualidade e sanidade dos produtos comercializados no processo de transporte e a armazenagem até a chegada ao consumidor final. Isso porque, o conceito que o produto orgânico evoca perderia total justificativa, caso houvesse algum tipo de contaminação no seu trajeto.

Para Morgan & Murdoch (2000), o nível de confiança e coesão é responsável por determinar a extensão do conhecimento, tácito ou codificado, compartilhado entre os agentes. Relações lideradas por pouca confiança têm como resultado pouco compartilhamento de informação entre as partes, enquanto uma relação baseada em altos níveis de confiança confere aos participantes da rede um maior poder, por proporcionar uma maior interação entre os envolvidos, que é de fundamental importância para o sucesso do processo de certificação.

Portanto, o processo de certificação afeta a forma como os agentes econômicos se organizam e coordenam suas atividades dentro da sua cadeia produtiva, o que significa que haja um processo de certificação eficaz é necessária a adoção de um comportamento cooperativo entre as partes que trabalham para o alcance de um objetivo comum.

A regulação de orgânicos é feita pelo IFOAM, *International Federation of Organic Agriculture Movements*, que é o órgão mundial que estabelece regras oficiais básicas que criam um “sistema internacional de garantia dos produtos orgânicos” e também promove movimentos a fim de difundir a adoção de sistemas baseados nos princípios da agricultura orgânica (IFOAM, 2007). Para fazer o credenciamento das certificadoras, o IFOAM conta com o apoio da IOAS (2007), que assegura a padronização dos programas de certificação, em nível internacional.

De acordo com Brasil (2008), o credenciamento das certificadoras é feito pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), que encarrega o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) de avaliar a conformidade do processos de certificação de novas entidades certificadoras, bem como para executar auditorias nas entidades em atividade.

As certificadoras são responsáveis pela elaboração das normas de produção de orgânicos de acordo com a legislação vigente, certificação, fiscalização dos processos, tais como aplicação de punições, quando essas se fizerem necessárias. Algumas certificadoras nacionais que atuam no Brasil são: Instituto Biodinâmico (IBD); Associação de Agricultura Orgânica (AAO); Fundação Mokiti Okada (MOA); Associação dos Produtores de Agricultura Natural (APAN); Associação Orgânica de Santa Catarina; Associação de Agricultura Orgânica do Paraná (AAOPA); Centro de Assessoria e Apoio aos Trabalhadores Rurais (CEPAGRI); Associação de Agricultores Biológicos (ABIO); Associação de Agricultura Natural de Campinas e região (ANC); FSC-Brazil; Coolméia Cooperativa Ecológica; Associação de Certificação de Produtos Orgânicos do Espírito Santo - Chão Vivo; Instituto Holístico de Agricultura Orgânica (IHAO); Minas Orgânica; Rede Ecovida de Agroecologia (ECOVIDA) e Terra e Saúde.

Algumas certificadoras internacionais que atuam no Brasil são: BCS Oeko Garantie (Alemanha); Ecocert Brasil (França); Organización Internacional Agropecuária (Argentina); Instituto de Mercado Ecológico (Suíça); FVO Brasil (Estados Unidos); Imafloa (Estados Unidos); SkalBrasil (Holanda) e AB (França).

Até a publicação do Decreto 6.323 de 23 de dezembro de 2007, as certificadoras ainda não eram obrigadas a alimentar o sistema de informações do MAPA. As informações ficavam limitadas aos bancos de dados individuais das certificadoras, e essas, por vezes, se recusavam a publicar tais informações (BRASIL, 2008). Por esse motivo, o MAPA não possuía números confiáveis a respeito da produção orgânica. O Decreto 6.323, de 2007, obriga as certificadoras a fornecer dados ao MAPA sobre nomes dos produtores, quantidade de produtores, área cultivada e tipos de produtos, dessa forma, em breve o MAPA terá estatísticas a respeito dessa área. Apesar de tal situação prevista, muitos produtores não usam certificadoras, ou seja, esses dados não aparecem nas certificadoras. Há ainda, situações onde os produtores usam mais de uma certificadora,

o que pode acarretar em redundância de números. O Decreto ainda destaca que todo o processo de certificação e auditoria, realizado pelas certificadoras, deve estar em concordância com o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica. Esse sistema, instituído pelo decreto 6.323/2007, padroniza esses processos de forma a facilitar a percepção e compreensão do consumidor final quanto às características desses produtos (BRASIL, 2008). Os organismos envolvidos na produção, certificação e fiscalização de produtos orgânicos tem até dois anos para se adaptarem ao conteúdo disposto nesse decreto, a partir da data de sua publicação.

4.1 Algumas vantagens e desvantagens no processo de certificação orgânica

Neste trabalho, assume-se a vertente que defende a certificação como um elemento necessário e vantajoso ao sistema de produção orgânica no Brasil. Além dessa visão proposta, alguns autores, como Silva & Câmara (2005) e Sirieix et al. (2007), acreditam que o selo de certificação ainda tem pouca influência na percepção do consumidor de orgânicos brasileiro, pelo fato de haver muitos selos de certificação, dificultando a identificação de cada um deles pelo consumidor. Tal dificuldade pode ser sanada com a instituição do Decreto 6.323/2007, onde as certificadoras terão que adotar um selo adicional que comprova conformidade da operação da certificadora, com o conteúdo disposto no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica.

A atividade de certificação pode ser um instrumento de inclusão social de pequenos produtores rurais promovendo o desenvolvimento local a partir da maior participação da agricultura familiar, formação de cooperativas e consórcios entre produtores.

A produção orgânica envolve mais riscos que as cadeias produtivas que trabalham com produtos convencionais. Enquanto uma busca produtos pouco diferenciados e de baixo valor agregado e compete no mercado com o critério baseado em quantidade e preço, o sistema de produção orgânico utiliza a estratégia de

diferenciação para atingir um mercado consumidor em processo de formação (LOMBARDI et al., 2003).

Por isso, os produtos orgânicos geralmente recebem um adicional de preço, que busca remunerar algumas dificuldades enfrentadas e as possíveis perdas de escala (SOUZA & SAES, 2001). Segundo Carmo & Magalhães (1999), o sobrepreço pago aos produtos orgânicos é o principal responsável pela rentabilidade desse segmento. Para Souza (2001), as mudanças no padrão de consumo fazem com que os consumidores se mostrem dispostos a pagar um pouco mais por atributos de qualidade referentes aos benefícios, à saúde e ao ambiente, o que confere viabilidade econômica à produção.

Esse valor a mais que os consumidores estariam dispostos a pagar pelos produtos orgânicos varia de acordo com cada região. Na França, os consumidores têm disposição de pagar até 30% a mais, enquanto no Reino Unido, os consumidores não estão dispostos a pagar nenhum sobrepreço pelos orgânicos (IPARDES, 2005). Ainda o mesmo trabalho aponta que no Brasil, os produtos orgânicos *in natura* alcançam, em média, o sobrepreço de 40%, enquanto que os processados tais como o trigo e o açúcar chegam a custar 200% e 170% a mais, respectivamente, que os convencionais. Segundo Cerveira & Castro (1999), em uma pesquisa realizada em São Paulo, 1/3 dos entrevistados pagariam o sobrepreço de até 30%, 1/3 acha que não deveria ser mais caro, mas pagaria até 15% a mais e, 13% não pagariam nada a mais que os produtos convencionais.

Para muitos produtores de alimentos orgânicos é a obtenção do selo que proporciona a credibilidade para a venda e também a garantia da compra pelos consumidores, de um produto produzido de acordo com regras recomendadas para a padronização do processo e do produto (RUNDGREN, 1998).

A certificação é essencial para o funcionamento do sistema orgânico, no entanto, é um processo que envolve custos adicionais e exige envolvimento dos agentes para uma reestruturação de regras, ao longo dos canais de produção e distribuição. Esses custos, de conversão do sistema convencional para o sistema

orgânico e de certificação, representam um entrave à entrada no setor, principalmente para pequenos produtores.

Cabe ao produtor, geralmente, pagar uma taxa de filiação à certificadora, além de arcar com os gastos advindos das análises químicas do solo, investimentos específicos do sistema de produção orgânica, e ainda, despesas com o inspetor. Além disso, algumas certificadoras cobram percentuais sobre o faturamento, o que dificulta ainda mais o processo de certificação.

Uma pesquisa realizada por Cerveira & Castro (1999), em uma feira de produtos orgânicos em São Paulo, aponta que muitos consumidores reclamam da falta de um maior número de pontos de venda, além de afirmarem que estão dispostos a arcar com um preço mais alto para poderem continuar a dispor desses produtos, em sua dieta alimentar.

De acordo com Lombardi et al. (2003), a falta de incentivos e linhas de crédito subsidiadas pelo Estado brasileiro é um outro fator que contribui para esse alto custo. O gargalo poderia ser amenizado com uma maior atuação do governo, a exemplo do que ocorre em outros países. Uma outra dificuldade encontrada é a falta de confiança de diversos países em uma padronização internacional, o que gera uma proliferação de selos, tornando o processo de certificação mais complexo. Como as exigências para importações de produtos orgânicos variam de acordo com o país, muitas vezes a empresa tem que recorrer a mais de uma certificação para ter acesso a um novo mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A certificação é um elemento importante para a governança, no sistema de produção orgânica. Ela padroniza e facilita a comunicação entre os agentes responsáveis pelo processo de produção e o seu consumidor, promovendo a transparência dos atributos intrínsecos relevantes do produto para o consumidor, que busca um produto de qualidade superior ao convencional.

Essa certificação traz apelos, não somente em

termos de processos de produção e beneficiamento sem uso de agrotóxicos, como também apoio à agricultura familiar e local e preservação ambiental. Isso pode influenciar no processo de escolha do consumidor e por isso, nesse caso, o selo pode representar um mecanismo estratégico importante para assegurar as informações atribuídas aos produtos, bem como para comunicá-las aos consumidores e membros da cadeia produtiva que tenham contato com a produção e distribuição.

O processo de certificação exige uma nova estruturação dos agentes e por isso torna-se um processo caro, que requer certo comprometimento dos atores dessa cadeia produtiva, a fim de atender às regras exigidas pelas certificadoras de maneira mais viável. É necessário o acompanhamento em vários pontos da cadeia para assegurar a qualidade e a conformidade dos produtos até a chegada ao consumidor. Tal processo, previsto no Decreto 6.323/2007, implica em elevados custos de transação. Entretanto, esses custos são essenciais para garantir mecanismos de padronização de sistemas de certificação e reduzir o custos de aquisição de informações ao longo da cadeia. Dessa forma, pode-se reduzir a assimetria informacional entre os membros da cadeia, reduzindo as possibilidades de comportamento oportunista entre os mesmos.

Os custos de conversão do sistema convencional para o sistema orgânico e de certificação, representam um entrave à entrada, principalmente, dos pequenos produtores, mas o sobrepreço pago pelo consumidor pode vir a motivar as partes envolvidas a superar em certas limitações do setor.

Pela existência de muitas certificadoras, é bem provável que a proliferação de selos num mesmo produto, como ocorre nos produtos que são direcionados à exportação, ou mesmo a ausência de um selo único para os produtos de circulação nacional, gere certa confusão na identificação do produto orgânico pelo consumidor. No entanto, tal limitação pode ser amenizada, ou resolvida, pelo Decreto 6.323/2007, que institui como obrigatório que as certificadoras recebam o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, para que possam emitir certificados de produtos orgânicos.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Certificação**. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/certificacao.htm>>. Acesso em: 13 jul. 2007.

AZEVEDO, P. F. Nova economia Institucional: referencial geral e aplicações para a agricultura. **Agricultura São Paulo**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 33-52, 2000.

BARZEL, Y. Measurement cost and the organization of markets. **Journal of Law and Economics**, v. 25, p. 27-48, 1982.

BATALHA, M. O.; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Decreto 6323**, de 27 de dezembro de 2007. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 10 set. 2008.

CARMO, M. S. do; MAGALHÃES, M. M. de. Agricultura sustentável: avaliação da eficiência técnica e econômica de atividades agropecuárias selecionadas no sistema não convencional de produção. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 29, n. 7, p. 7-98, jul. 1999.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. **Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo**: características de um padrão de consumo. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 23 ago. 2004.

COASE, R. H. The nature of the firm. **Economica**, p. 386-405, 1937.

- FONSECA, M. F. de A. C. **O supermercado e o consumo de frutas, legumes, verduras, orgânicos certificados**. 2003. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/trabflv.htm#Papelporcentagem20doporcentagem20Supermercados>>. Acesso em: 10 ago. 2006.
- GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, A. S.; JUNIOR, R. T. **Economia brasileira contemporânea**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL. **Certificação**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/comites/sbac_termo.asp>. Acesso em: 10 jul. 2007.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS. Disponível em: <www.ifoam.org>. Acesso em: 10 jul. 2007.
- INTERNATIONAL ORGANIC ACCREDITATION SERVICES. Disponível em: <<http://www.ioas.org>>. Acesso em: 10 jul. 2007.
- IPARDES. Identificação de gargalos tecnológicos na agroindústria paranaense: resultados. In: WORKSHOP IDENTIFICAÇÃO DE GARGALOS TECNOLÓGICOS NA AGROINDÚSTRIA PARANAENSE, 2005, Curitiba, PR. **Anais...** Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/webisidocs/seti_gargalos_tec_agroindustria_workshop_resultados_2005.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2007.
- KRUGMAN, P. R.; OBSTFELD, M. **Economia internacional: teoria e política**. São Paulo: Makron Books, 1999.
- LAMBERT, D. M.; COOPER, M. C. Issues in supply chain management. **The International Journal of Logistics Management**, Flórida, v. 29, p. 65-83, 2000.
- LOMBARDI, M. F.; GIRO, S. R.; SATO, M. G. S. **Estudo de mercado para produtos orgânicos através de análise fatorial**. 2003. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/iea-1.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2007.
- NEVES, M. C. P.; ALMEIDA, D. L. de; DE-POLLI, H.; GUERRA, J. G. M.; RIBEIRO, R. de L. D. **Agricultura orgânica-uma estratégia para o desenvolvimento de sistemas agrícolas sustentáveis**. Seropédica: EDUR, 2004. 98 p.
- MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Secretaria de Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1112&refr=608>>. Acesso em: 6 set. 2008.
- MORGAN, K.; MURDOCH, J. **Organic vs. conventional agriculture: knowledge, power and innovation in the food chain** Geoforum. [S.l.: s.n.], 2000.
- RUNDGREN, G. **What is certification: building trust in organics: a guide to setting up organic certification programmes**. Tholey-Theley: IFOAM, 1998. 350 p.
- SILVA, D. M. **Produtos orgânicos: uma análise do varejo e do consumidor nos supermercados de Londrina – PR**. 2003. 149 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2003.
- SILVA, D. M.; CÂMARA, M. R. G. Merchandising for organics products in supermarkets: an exploratory study of the consuming behavior. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ECONOMIA E GESTÃO DE REDES AGROALIMENTARES, 5., 2005, Ribeirão Preto, SP. **Anais...** Ribeirão Preto: USP, 2005.
- SIRIEIX, L.; ABREU, L. S.; AICO, M.; KLEDAL, P. R. Comparing organic urban consumers in developing and developed countries: first results in Brazil and France. In: AIEA2 INTERNACIONAL CONFERENCE, 2007, Londrina, PR. **Anais...** Londrina: Aiea e Sober, 2007.
- SOUZA, A. P. de O.; ALCÂNTARA, R. L. C. Alimentos orgânicos: estratégias para o desenvolvimento do

- mercado. In: NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. (Orgs.). **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003. 365 p.
- SOUZA, M. C. M.; SAES, M. S. M. A qualidade no segmento de cafés especiais. **Informativo Garcafé**, 2001. Disponível em: <<http://www.coffeebreak.com.br/ocafezal.asp?SE=8&ID=89>>. Acesso em: 10 out. 2005.
- RUNDGREN, G. **What is certification**: building trust in organics: a guide to setting up organic certification programmes. Tholey-Theley: IFOAM, 1998. 350 p.
- WILLER, H.; YUSSEFI, M. **The world of organic agriculture**: statistics and emerging trends. 9. ed. Bonn: IFOAM, 2007. 259 p.
- WILLIAMSON, O. E. **Market and hierarchies**. New York: Free, 1975. 286 p.
- WILLIAMSON, O. E. **The economic institutions of capitalism**: firms, markets relational contracting. New York: Free, 1985. 450 p.
- ZYLBERSZTAJN, D. Papel dos contratos na coordenação agro-industrial: um olhar além dos mercados. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 43, n. 3, p. 85-420, jul./set. 2005.