

DESAFIOS DE PRODUÇÃO PARA PRODUTOS ORGÂNICOS EM CASCAVEL – PR

Mariane Kamila Gasparin

Bacharel em Ciências Contábeis pela Anhanguera e Discente do MBA em Gestão do Agronegócio pelo Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG
Av. das Torres, 500 – Loteamento FAG – Cascavel – PR – CEP. 85.806-095
E-mail: nanegasparin@hotmail.com

Geam Michel Correa Leite

Bacharel em Administração pela Univel e Discente do MBA em Gestão do Agronegócio pelo Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG
E-mail: geam_michel@hotmail.com

Jonathan Dias Ferreira

Mestre em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela UNIOESTE e Professor Orientador da Pós-Graduação do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz – FAG
E-mail: jonathanferreiraa@hotmail.com

RESUMO: A produção de alimentos no Brasil e, sobretudo no Estado do Paraná, se caracteriza por produção de agricultura familiar. Compreender a complexidade que envolve a gestão rural para produtores de agricultura familiar, pode contribuir para sobrevivência desse modelo de produção do agronegócio, contribuindo para a fixação e sucessão das famílias no meio rural. O presente artigo objetivou diagnosticar as barreiras de gestão rural para a cadeia de produtos hortifrúti orgânicos na cidade de Cascavel, Paraná. Com o propósito de atender ao objetivo deste trabalho, a pesquisa de campo foi realizado uma entrevista com o produtor Arezi, um representante da associação Cores da Terra e em uma cooperativa de Cascavel, denominada Cooperativa A. Portanto, entender a realidade dos produtores de orgânicos locais, é de fundamental importância para o funcionamento da cadeia de produção e

propor soluções de gerenciamento ao negócio rural.

Palavras-chaves: Alimentos orgânicos. Produtor. Agronegócio. Gestão.

DOI nº 10.5935/1981-4747.20180017

Recebimento: 07/11/2017

Aprovação: 23/07/2018

CHALLENGES OF PRODUCTION FOR ORGANIC PRODUCTS IN CASCAVEL-PR

ABSTRACT: Food production in Brazil, especially in the state of Paraná, is characterized by the production of family farming. Understanding the complexity involved in rural management for family farmers can contribute to the survival of this agribusiness production model, contributing to the establishment and succession of families in rural areas. The present article aimed to diagnose the barriers of rural management for the organic fruit and vegetable product chain in the city of Cascavel, Paraná. In order to meet the objective of this work, an interview was conducted with the producer Arezi, a representative of the Cores da Terra association and in a cooperative of Cascavel, named Cooperativa A. Therefore, understanding the reality of local organic producers is of fundamental importance for the functioning of the production chain and proposing management solutions to the rural business.

Keywords: Organic food. Producer. Agribusiness. Management.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a agricultura está sendo marcada por processos de expansões e mecanizações, muito diferentes do que ocorriam no passado, onde o homem já utilizava a agricultura como atividade para garantir sua sobrevivência. Sendo assim, com o desenvolvimento da globalização e o aumento da população, o agronegócio passou por uma reestruturação para que pudesse atender as demandas de mercados.

O agronegócio pode ser definido como a soma total das operações de produção e distribuição de suprimentos, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, do processamento e da distribuição dos produtos agrícolas e dos itens produzidos a partir deles (PADILHA, 2004). O autor destaca que o agronegócio não se trata mais de um processo isolado, mas sim que deve existir um elo entre essas áreas. Porém, ainda pode-se adicionar a esse elo, o conjunto de serviços auxiliares que dão movimento a atividade agrícola, como por exemplo; serviços financeiros, logística, seguros, bolsa de mercadorias e o *marketing*.

Apesar de o agronegócio ter se tornado muito expressivo, algumas famílias continuam com a produção de alimentos em pequenas propriedades, voltado para a produção de alimentos orgânicos, livres de agrotóxicos, com o intuito de agregar mais valor aos produtos. A agricultura familiar tem dinâmica e características distintas em comparação à agricultura não familiar. Nela, a gestão da propriedade é compartilhada pela família e a atividade produtiva agropecuária é a principal fonte geradora de renda (BRITO, 2006).

Com foco na produção de alimentos orgânicos, especificamente nos hortifrútiis, no qual pode-se observar uma atividade com características de agricultura familiar,

especificamente para atender aos nicho de mercado de consumidores cada vez mais preocupados com alimentação saudável.

Contudo, observando o mercado no momento atual, esse tipo de alimento é pouco escolhido na hora da compra. Entende-se por alimentos orgânicos aqueles que em seus processos não se utilizam de agrotóxicos ou algum influente químico que possa causar danos à saúde.

Buscou-se contextualizar e caracterizar os agentes envolvidos com a produção de alimentos orgânicos e como incentivar a sua comercialização, que, para a produção desses alimentos "não é permitida a utilização de agrotóxicos tais como inseticidas, fungicidas, herbicidas, nem de antibióticos, hormônios e aditivos artificiais, ou de organismos geneticamente modificados (OGMs ou transgênicos) e a utilização de radiações ionizantes" (SILVA E FEIDEN, 2006).

Com esse artigo, objetivou compreender o que levará os produtores a optar por produtos orgânicos, especialmente hortifrúteis e quais são os custos-benefícios deles. O objetivo principal do estudo de caso é identificar mecanismos que possibilitem o fomento da cadeia de hortifrúteis orgânicos.

Além disso, se propõe como objetivos específicos identificar os autores envolvidos no mercado de hortifrúteis orgânicos, na cidade de Cascavel, diagnosticar alternativas de comercialização mais atrativas e analisar as alternativas que os produtores possuem e como ampliar, diagnosticar quais são os desafios para o crescimento do mercado.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

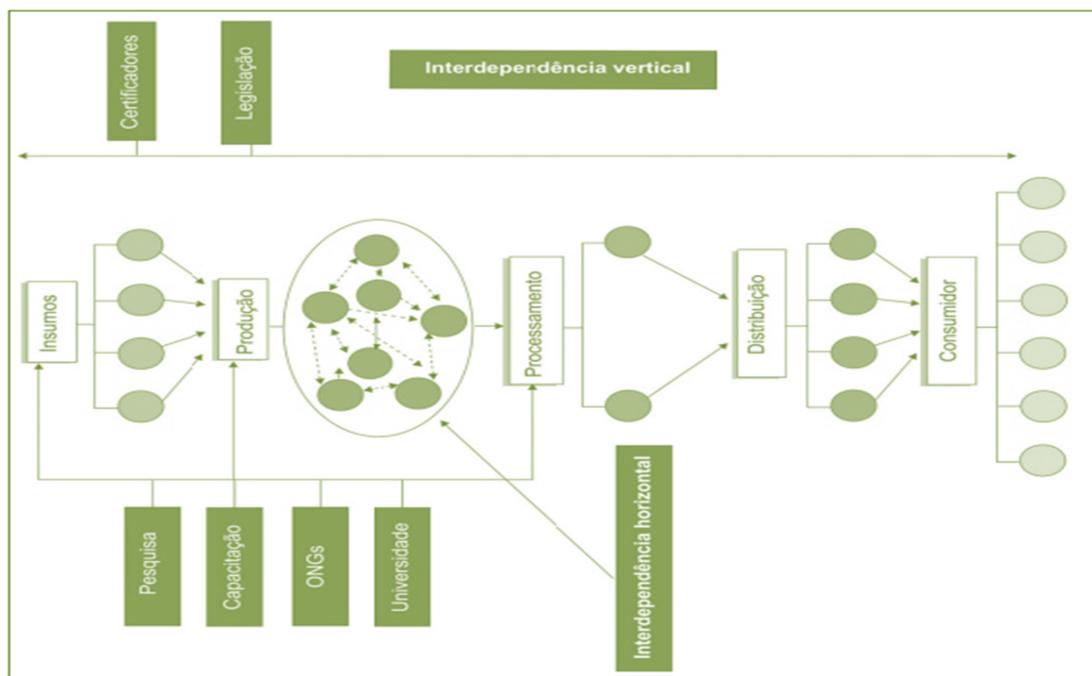
2.1 A CADEIA DE PRODUÇÃO ORGÂNICA

Enquanto o mercado global de orgânicos movimenta perto de 80 bilhões de dólares em faturamento. Em 2016 o mercado nacional faturou apenas 3 bilhões de reais, mesmo dentro da situação econômica de crise e tendo a perspectiva de chegar a uma taxa de crescimento na ordem de 25% a 30% em 2017. Assim, de forma geral pode-se perceber que o mercado de produtos orgânicos, principalmente no país, ainda é pequeno e não é totalmente explorado.

Conforme Lazzarini, Chaddad e Cook (2001) a cadeia produtiva de orgânicos dependem das relações entre seus segmentos e também das relações entre agentes que atuam

nos mesmos. A importância da identificação de tais inter-relações verticais e horizontais decorre da sua associação a fontes potenciais tanto de geração de valor econômico, quanto de formas específicas de estruturas de governança, que podem facilitar a criação e apropriação desse valor. (SOUZA, et. al., 2013)

Figura 01 - Fluxograma da Cadeia de Produtos Orgânicos.



Fonte: adaptado pelos autores de Souza et al. (2013)

De acordo com pesquisa de Luizzi, Ferreira e Schneider (2016) no Brasil, as políticas públicas buscam alcançar desenvolvimento da cadeia de orgânicos de duas formas. De um lado, por meio da regulamentação do mercado com a criação do marco regulatório para a produção e a comercialização de produtos orgânicos. De outro, através do financiamento à agricultura orgânica com a criação de linhas especiais de crédito que contemplam o setor, este último ainda incipiente.

Além disso, com o desafio de aumentar a produção para suprir a necessidade de alimentos, o setor do agronegócio teve que cada vez produzir mais, e para acompanhar essa grande evolução da demanda, tem-se utilizado muitas vezes de técnicas agressivas ao meio ambiente e a saúde humana. Surgindo assim os mais variados tipos de agricultura, dentre elas as mais comuns: transgênica, convencional, biodinâmica, biológica, integrada, alternativa, natural, orgânica e entre outras. Assim em busca de defender o seu nicho de mercado, cada

grupo tenta convencer e demonstrar ao consumidor como funciona a produção, posição e definição de seu produto.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2017) são alimentos orgânicos:

Pela legislação brasileira considera-se produto orgânico, seja ele in natura ou processado aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local. Para serem comercializados, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismos credenciados no Ministério da Agricultura, sendo dispensados da certificação somente aqueles produzidos por agricultores familiares que fazem parte de organizações de controle social cadastradas no MAPA, que comercializam exclusivamente em venda direta aos consumidores.

A entidade que representa o setor de produtos orgânicos no Brasil é a ORGANIS - Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável, que foi criado em 2015 para organizar, representar e unir os segmentos de orgânicos, naturais e sustentáveis em todas as etapas da cadeia produtiva do produtor ao consumidor final. A produção orgânica é regulamentada pela lei 10.831 de 23 de dezembro 2003 (Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências) e pelo Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007 (Regulamenta a Lei nº 10,831 de dezembro de 2003).

No Brasil para obter a certificação tem que realizar parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, para tanto é necessário estar enquadrado em um dos tipos de certificação existente, que são:

- Certificação por Auditoria: dá-se por meio de certificadores públicos ou privadas credenciadas pelo Ministério da Agricultura, o dever dessas empresas é realizar inspeções e auditorias, seguindo os procedimentos básicos estabelecidos pelas normas reconhecidas internacionalmente e pelos requisitos técnicos estabelecidos pela legislação brasileira.

- Sistema participativo de Garantia (SPG): São caracterizados pela responsabilidade solidaria dos membros, que podem ser produtores, consumidores, técnicos e demais interessados. Para ser legal, tem que se constituir um Organismo participativo de Avaliação de Conformidade (Opac)¹.

- Controle Social na Venda Direta: É uma exceção da certificação para produtores orgânicos familiares, feita pela legislação brasileira. Onde exige-se o credenciamento em uma organização de controle social cadastrada em um órgão fiscalizador oficial, assim os agricultores familiares passam a fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos.

¹Tem a finalidade de regular a certificação dos produtores orgânicos (autorizando ou negando o certificado).

Cada vez mais os consumidores estão atentos ao uso de agrotóxicos na produção agrícola que tem afetado negativamente a saúde. Segundo Nava (2004), a preocupação com as embalagens, a escolha de alimentos saudáveis, sem aditivos químicos, sem contaminantes, e com uma tecnologia de produção menos agressiva ao meio ambiente, como os produtos orgânicos, vem se intensificando gradualmente e impondo-se como uma nova forma de consumir, onde valores impalpáveis se manifestam e satisfazem o consumidor.

Vale ressaltar que segundo Neves (2012) os princípios da agroecologia na produção de alimentos orgânicos contemplam o uso saudável e responsável do solo, do ar, da água e dos demais recursos naturais, evitando a contaminação e desperdícios desses elementos e contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Contudo, apesar dos alimentos orgânicos serem mais saudáveis, torna-se necessário entender por que é pouco consumido na mesa dos brasileiros, que no fim das contas acabam optando pelos transgênicos ou alimentos industrializados.

Isso se explica por várias razões, tais como o fornecimento destes alimentos é limitado; os custos de produção tendem a serem maiores e porque são relativamente distribuídos, pequenos volumes (MARTINS, 2015). Os consumidores que optam por consumir os orgânicos, não levam em consideração o alto preço em relação aos produtos convencionais, haja vista que acreditam ser um investimento na saúde (NEVES, 2012). É uma minoria dos consumidores que tem acesso a este tipo de produto, pode-se entender que a maior parte dos consumidores não possui poder aquisitivo para compra ou não possuem informação necessária sobre os benefícios dos alimentos orgânicos.

Desse modo há uma missão aos gestores rurais, em buscar uma forma de tornar o sistema produtivo eficiente e tornar os produtos mais atraentes, de modo a potencializar o consumo de alimentos orgânicos no mercado consumidor e com isso, procurar aumentar a oferta produzindo em grande escala, com o objetivo de reduzir custos e disponibilização de alimentos a um preço competitivo no mercado.

3. METODOLOGIA

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM

Para definição de população e amostragem o estudo focou em produtores orgânicos de hortifrúttis, selecionados na cidade de Cascavel, localizada no Oeste do Paraná no período

de junho a setembro de 2017. A seleção dos agentes da população e amostragem foram feitas com produtores e organizações que se mostraram aptos à entrevista, sendo eles: o produtor Arezi, a associação de produtores orgânicos “Cores da Terra” representada pelo Sr Moacir e uma cooperativa de Cascavel, objetivando a manutenção do sigilo em relação às observações feitas pela secretária da cooperativa, doravante passa a ser denominada Cooperativa A.

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados o estudo abordou produtores e organizações de hortifrúti através da entrevista orientada, onde foram formuladas perguntas e analisado os resultados finais. Na entrevista orientada, o entrevistador focaliza sua atenção sobre uma experiência dada e seus efeitos; isso quer dizer que ele sabe por antecipação os tópicos ou informações que deseja obter com a entrevista (GERHARDT & SILVEIRA, 2009).

Neste ponto foi aplicada a entrevista aos produtores e representantes de associações, primeiramente para saber como funciona o início da cadeia de produção, e posteriormente entender como está o mercado para os produtos, tentado entender os hábitos na hora da compra de produtos orgânicos, e assim tentar aplicar o gerenciamento de forma a equilibrar a relação entre os agentes da cadeia e fomentar a produção de alimentos orgânicos.

Com todas as informações obtidas, ao fim das entrevistas fez-se necessário uma análise de conteúdo para exemplificar as variáveis. Do ponto de vista operacional, a análise de conteúdo inicia pela leitura das falas, realizada por meio das transcrições de entrevistas, depoimentos e documentos (GERHARDT & SILVEIRA, 2009).

De forma a orientar a entrevista, foi formulado um questionário, direcionado para a realidade da região e agentes da cadeia de produção de alimentos orgânicos (questionário para orientação segue no Apêndice A).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo de caso foi delimitado a cidade de Cascavel, pois assim determinou-se que poderia aprofundar sobre o tema e as demandas do mercado para produtores orgânicos hortifrutigranjeiros nesta cidade. Dessa forma, após pesquisas nas organizações de agricultores e órgãos dos setores da agricultura, constatou-se que atualmente existem na cidade de Cascavel 46 (quarenta e seis) produtores com certificado de Produtos Orgânicos e

registrados no MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), sendo eles de várias cultivares, e dentre estes, apenas 11 (onze) são de hortifrutigranjeiros. Dados obtidos com o Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR, com referência no MAPA em 2017.

Em campo foi possível entrevistar o Senhor Airton José Arezi, certificado desde 2007 pelo Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR e que produz alimentos orgânicos para atender o programa de merenda escolar de Cascavel e ainda expõem seus produtos na feira do produtor rural e urbano da cidade.

A produção na horta do Sr. Arezi, é feita a partir da agricultura familiar nos 6,5 ha (hectare) cultivados de produtos orgânicos, exige uma atenção especial do produtor e família, que precisam estar atentos ao controle de pragas. Se enquadrar ao selo de produtos orgânicos, é demandado um trabalho minucioso de anos, que segundo Arezi demorou seis anos e um processo custoso para a certificação, sob custo de R\$ 7.000,00, valor que precisa ser reinvestido a cada três anos para renovação do certificado.

Segundo Arezi, sobre o processo de comercialização de orgânicos, passa por uma barreira de negócios com os supermercados da cidade, um vez que, não aceitam os valores de custos envolvidos na produção de orgânicos e em função disso, dificulta a comercialização com os mercados varejista da cidade, que exigem do produtor, preços acessíveis acompanhado de promoções regularmente, fato este que inviabiliza a transação.

Conforme a pesquisa de Suszek (2010) realizada na cidade Cascavel, foi feita uma característica dos distribuidores e consumidores de orgânicos. Como resultados, com relação aos distribuidores foram possíveis destacar que há uma dificuldade nas vendas em função da validade pequena dos produtos orgânicos em comparação com os produtos convencionais e também o fator preço ser superior, com uma demanda pequena por parte dos consumidores. Por outro lado, os consumidores afirmaram que há uma falha de comunicação na exposição dos produtos orgânicos em supermercados, informaram também que há um pequeno número de informações disponíveis a respeito de produtos orgânicos, seja pela mídia ou pelas informações nutricionais contidas nas embalagens de alimentos orgânicos expostos.

Outra pesquisa importante realizada sobre os fatores determinantes da demanda de produtos orgânicos em Cascavel foi discutido pelo trabalho de Teixeira e Garcia (2013) aplicado a 43 (quarenta e três) consumidores da Feira de Produtor Rural do município. Pode-se concluir que a busca por produtos saudáveis é o fator que mais influenciou na demanda por estes produtos. Contudo, o alto preço, a falta de variabilidade e os poucos canais de distribuição do município atuam como barreiras ao desenvolvimento desse mercado.

Os fatos acima, reforçam o presente trabalho, como complemento a dificuldade do produtor Arezi em expor seus produtos, destacando uma urgência das ferramentas mercadológicas para que os produtos orgânicos possam ganhar um maior alcance nas gôndolas dos supermercados. Entender a real necessidade dos consumidores, como foram expostos nas pesquisas de Suszek (2010) e Teixeira e Garcia (2013) e estudar estratégias que atendam as demandas do mercado, podem colaborar para um crescimento do consumo de produtos orgânicos, destacando que a cadeia de produção de alimentos orgânicos, deve ir muito além apenas de sua produção agropecuária, mas sim em atender os desafios existentes em toda cadeia.

Vale ressaltar, conforme Lago et al. (2006) e que se confirmam nesta pesquisa que os produtores de orgânicos apresentam estratégias de *marketing* incipientes, centradas principalmente na participação em feiras. Neste sentido, percebe-se que a cooperação, mediante a formação de redes de cooperação, se destaca como alternativa relevante no estabelecimento de um olhar da produção e comercialização de orgânicos a partir do *marketing* orientado pela demanda. Dessa forma, como pode-se observar, apesar de ainda em construção, a criação de associações e de cooperativas, podem auxiliar nessa carência dos produtores.

Além do produtor Arezi, este trabalho se propôs em estudar uma associação que está passando pelo processo de certificação de alimentos orgânicos, chamada de Associação de Produtores Orgânicos "Cores da Terra". A associação participa do programa Centro Incubador Tecnológico da Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNDETEC), promovido pelo governo municipal de Cascavel, importante mecanismo de difusão de conhecimento e auxilia nos processos legais da associação. Seus representantes são Moacir Kretzman diretor, Renato Antônio Silveira, parceiro comercial e Daniel Mol, técnico que acompanha os produtores da associação.

Com relação a entrevista da presente pesquisa, o Sr. Kretzman foi o contato responsável por responder ao questionário. Segundo Kretzman “Somos uma associação recentemente formalizada em Cascavel, estamos em processo de conversão, ou seja, passando do processo produtivo convencional para orgânico, para termos a certificação orgânica, isto leva no mínimo um ano”.

A associação conta com 13 (treze) participantes, o prazo previsto para a aquisição do certificado de orgânico é no dia 19 de março de 2018. Até a aquisição do certificado, a associação está comercializando seu produto direto para o consumidor, com vendas por

encomenda. O principal objetivo de comercialização, quando certificado, será a venda de produtos orgânicos mais elaborados (como exemplo, produtos embalados a vácuo para prolongar mais seu prazo de validade), essa venda será realizada aos supermercados da cidade de Cascavel.

A associação pretende entrar no mercado para suprir a pouca demanda de produtores orgânicos da cidade. Em pesquisa observou-se que dentre os grandes supermercados da cidade poucos apresentam produtos orgânicos a venda, e os que apresentam, são fornecidos por organizações de outros municípios.

O principal desafio, dentre os produtores entrevistados, está em adquirir certificação, pois para isso o produtor deve obedecer à legislação, primeiramente é necessário o prazo de no mínimo um ano para se livrar dos agrotóxicos da terra, como por exemplo, precisa uma barreira física isolando sua propriedade de outras que utilizam agrotóxicos, extinguir totalmente o uso de qualquer defensivo, deixando a terra o mais limpa possível, para somente depois obter o selo, além de haver a necessidade de se ter as licenças ambientais.

Com relação às informações da Cooperativa A, foi entrevistada a secretaria que também é produtora de orgânicos. A cooperativa conta com 70 produtores orgânicos na cidade, mas poucos possuem certificação. Segundo a cooperativa A, além do processo de certificação, um dos maiores desafios é a diversificação de forma sustentável da produção rural.

Na Cooperativa A os agricultores que são certificados possuem o selo da Ecovida, que segundo a secretária, tem sido uma certificadora muito positiva, pois além de ter um custo menor quando comparado a outras certificadoras é possível troca de experiências entre as famílias produtoras de orgânicos. Para adquirir o certificado, primeiramente foi criado um grupo de cooperados em 2013 que possuem aptidão para produção agroecológica, cujo grupo está vinculado ao Núcleo Oeste do Paraná da rede Ecovida agroecológico.

Além do regimento da Ecovida, os produtores possuem um regulamento interno na cooperativa, o agricultor deve seguir várias normas, tais como: participar ativamente das reuniões para ter o selo, promover autossuficiência, obter práticas orgânicas e possuir barreiras nas divisas com propriedades vizinhas.

Do ponto com a representante da cooperativa A, as reuniões periódicas são importantes aos agricultores, pois promovem uma troca de experiência entre os mesmos. A dificuldade no processo de certificação, são os isolamentos das propriedades vizinhas que utilizam agrotóxicos.

Além do exposto acima, a falta de incentivo do governo é um determinante para a produção de orgânicos, que haveria necessidade de um sistema organizado, de políticas públicas que pudessem desburocratizar a regulamentação atual sobre a produção de orgânicos e viabilizar subsídios, investimentos à taxas compatíveis com a realidade do programa de agricultura familiar.

O processo de produção limitado e custos consideráveis envolvidos no processo de certificação e de produção são fatores que impedem que o produto hortifrutigranjeiro orgânico ao mercado com preços competitivos. Para os produtores da cooperativa A, o processo de comercialização ocorre em feiras da cidade, com venda direta ao consumidor final e que apesar das limitações, a produção de orgânicos pode ser rentável.

Pode-se perceber, através das entrevistas que os produtores da cidade de Cascavel só podem contar em expor seus produtos na feira local ou em vendas direto ao consumidor final. Enquanto que nos supermercados da cidade, foi evidente produtos orgânicos, porém são fornecidos por organizações de outras cidades, com pouco espaço para os produtores locais.

5. CONCLUSÕES

Percebeu-se que existe uma grande expectativa dos produtores por esse nicho de mercado, com possibilidade de ampliar o espaço de alcance com a participação da certificação da produção de orgânicos. Porém, há várias barreiras e desafios a serem rompidos, que impedem o produto de no mercado consumidor.

E dentro os principais desafios encontrados pelo os produtores estão em atender a legislação tanto ambiental, quanto orgânica. Enfrentar a falta de apoio das políticas governamentais e o custoso investimento para a certificação, são fatores que comprometem o preço final quando comparados aos produtos de produção convencional.

Tendo em vista as informações coletadas com o presente estudo pode-se observar que os produtores da cidade de Cascavel estão empenhados em mostrar os benefícios de seus produtos ao mercado, que mesmo com todas as dificuldades enfrentadas, continuam produzindo e no caso das associações, buscando e compartilhando informações para fortalecer seus cooperados frente aos desafios de mercado.

Pode-se concluir que o processo de regulamentação a produção de orgânico e a comercialização, foram os fatores que mais comprometeram as atividades dos produtores em pesquisa. Que há barreiras em termos de custo de produção que precisam ser amenizadas para

que os produtos orgânicos possam ganhar mais espaço no mercado e necessariamente passa pela criação de um ambiente institucional e organizacional compatível com a realidade dos produtores, que possuem característica familiar.

Compreender os desafios expostos neste trabalho apresentam um alerta para a sobrevivência do homem no meio rural e a necessidade de uma atenção a produção de produtos sustentáveis. Por fim vale ressaltar, a importância de mais estudos e ferramentas de gestão rural que possam melhorar o gerenciamento do meio rural, conscientizar as pessoas, difundir os benefícios dos produtos orgânicos, fomentar o consumo de alimentos saudáveis.

6. REFERÊNCIAS

BRASIL, Casa Civil, **Lei nº 10.831**; Promulgada em 23 de dezembro de 2003; Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.831.htm> Acesso em 28 de ago. 2017.

BRASIL, Casa Civil, **Decreto nº 6.323**; Promulgada em 27 de dezembro de 2007; Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6323.htm> Acesso em 28 de ago. 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> Acesso em 25 mar. 2017.

LAGO, A.; LENGLER, L.; CORONEL, D. A.; SILVA, T. N. **Agricultura familiar de produtos orgânicos: um olhar sob a ótica do marketing**. Extensão Rural (Santa Maria), v. 13, p. 96-119, 2006.

LAZZARINI, S.; CHADDAD, F. R.; COOK, M. L. **Integrating supply chain and network analysis: the study of networks**. *Journal of Chain and Network Science*. Wageningen Academic Publishers, v. 1, p.01-22, jun. 2001.

LUIZZI, D.; FERREIRA, J. D.; SCHNEIDER, M. B. **O comércio internacional de produtos orgânicos: atuação do Brasil e de países atuantes no setor**. Caderno de Administração (UEM), v. 24, p. 72-88, 2016.

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. **Orgânicos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos>>. Acesso em 28 ago. 2017.

NAVA, Evandro J. R. **Estratégias de marketing junto ao mercado de consumo para aquisição de alimentos orgânicos: uma abordagem do mix de marketing**. 2004. 164p (Dissertação de mestrado). Florianópolis: UFSC.

ORGANIS – Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável. **É a entidade representativa do setor orgânico**. Disponível em:

<<https://www.organicsnewsbrasil.com.br/negocio/entidades/organismos-e-a-entidade-representativa-do-setor-organico/>> Acesso em 28 ago. 2017.

SILVA, Denise; FEIDEN; Alberto. **Alimentos Orgânicos: Melhor para a Vida**. Disponível em:<<http://www.cpap.embrapa.br/publicacoes/online/ADM105.pdf>> Acesso em: 25 mar. 2017.

SOUZA, M. C. M; SAES, M. S. M; RAMOS, S. F; MONTEIRO, A. V. M; OTANI, M. N; SAMPAIO, R. M. **Ações para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica em São Paulo**. Rio de Janeiro: Sociedade Nacional de Agricultura; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Centro de Inteligência em Orgânicos, 76 p, 2013.

SUSZEK, A. C. **Produtos orgânicos**: análise das características dos distribuidores e consumidores em Cascavel-PR. GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas (Online), v. 5, p. 97-100, 2010.

TEIXEIRA, I. L; GARCIA, L. A. F. **Fatores determinantes da demanda de produtos orgânicos no município de Cascavel - PR**. Revista Ciências Sociais em Perspectiva, v. 12, n. 23, 2013.