

## Artigo Científico

Sessão Temática Especial: 63º Congresso da Sober – “Tecnologias, Energias Renováveis e Financiamento Verde no Agronegócio”

# PANORAMA MUNDIAL DO MERCADO DE ORGÂNICOS E ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE A FRANÇA E O BRASIL

**Victória Taveiros Nóbrega<sup>1</sup>**  
**Adriana Estela Sanjuan Montebello<sup>1</sup>**  
**Josiane Rodrigues<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) / Centro de Ciências Agrárias, Araras - São Paulo / Brasil

## Resumo

Este estudo apresenta um panorama mundial do mercado de orgânicos, destacando a relevância da Europa, especialmente da França, nesse contexto, e realiza uma análise comparativa com o Brasil. Especificamente, busca-se descrever o mercado de orgânicos no mundo e na Europa no período de 2012 a 2021; caracterizar o mercado de orgânicos no Brasil e na França, comparando seus pontos fortes e fracos, bem como as ameaças e oportunidades em cada contexto; e estimar os fatores determinantes do consumo de orgânicos no Brasil. A abordagem metodológica adotada foi exploratória, qualitativa e quantitativa e baseada na coleta e análise de dados secundários provenientes de estatísticas oficiais e literatura especializada. Esses dados foram organizados em tabelas e gráficos para proporcionar uma visão detalhada do setor. Em seguida, foi aplicada a Matriz SWOT para mapear as principais variáveis do ambiente interno e externo dos mercados analisados. Conclui-se que, para superar os gargalos estruturais e alcançar a maturidade institucional observada no modelo francês, o mercado brasileiro de orgânicos demanda políticas públicas integradas que fortaleçam a fiscalização, desburocratizem o crédito e expandam as compras governamentais.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Estratégia. Produtos orgânicos.

## Global overview of the organic market and comparative analysis between France and Brazil

This study provides a global overview of the organic market, highlighting the significance of Europe, particularly France, and conducts a comparative analysis with Brazil. Specifically, it aims to describe the global and European organic markets from 2012 to 2021; characterize the markets in Brazil and France by comparing their strengths, weaknesses, opportunities, and threats; and estimate the determinants of organic consumption in Brazil. The methodological approach adopted was exploratory, qualitative, and quantitative, based on the collection and analysis of secondary data from official statistics and specialized literature. These data were organized into tables and graphs to provide a detailed overview of the sector. Subsequently, a SWOT analysis was applied to map the key internal and external environmental variables of the analyzed markets. It is concluded that, to overcome structural bottlenecks and achieve the institutional maturity observed in the French model, the Brazilian organic market requires integrated public policies that strengthen oversight, streamline access to credit, and expand public procurement.

**Keywords:** Sustainability. Strategy. Organic products.

## **Panorama mundial del mercado de productos orgánicos y análisis comparativo entre Francia y Brasil**

Este estudio presenta un panorama mundial del mercado de productos orgánicos, destacando la relevancia de Europa, especialmente de Francia, en este contexto, y realiza un análisis comparativo con Brasil. Específicamente, se busca describir el mercado de orgánicos en el mundo y en Europa en el período de 2012 a 2021; caracterizar el mercado de orgánicos en Brasil y Francia, comparando sus puntos fuertes y débiles, así como las amenazas y oportunidades en cada contexto; y estimar los factores determinantes del consumo de orgánicos en Brasil. El enfoque metodológico adoptado fue exploratorio, cualitativo y cuantitativo, basado en la recolección y análisis de datos secundarios provenientes de estadísticas oficiales y literatura especializada. Estos datos se organizaron en tablas y gráficos para proporcionar una visión detallada del sector. A continuación, se aplicó la matriz FODA para mapear las principales variables del entorno interno y externo de los mercados analizados. Se concluye que, para superar los cuellos de botella estructurales y alcanzar la madurez institucional observada en el modelo francés, el mercado brasileño de orgánicos demanda políticas públicas integradas que fortalezcan la fiscalización, desburocraticen el crédito y expandan las compras públicas.

**Palabras clave:** Sostenibilidad. Estrategia. Productos organicos.

**DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.17881266>

**ISSN:** 2359-6252

**Editor-chefe:** Vinicius de Souza Moreira

**Editora-adjunta:** Letícia Lima Milani Rodrigues

Artigo submetido em 30 de novembro de 2025 e aceito para publicação em 08 de dezembro de 2025



## 1 INTRODUÇÃO

Segundo a legislação brasileira (Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003), considera-se produto orgânico aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável, não prejudicial ao ecossistema local. Nesse sentido, a oferta de orgânicos está em consonância com a expansão dos movimentos de alimentação saudável, resultando em um crescimento expressivo tanto em escala nacional quanto global (Ministério da Agricultura e Pecuária, 2020).

Em linhas gerais, a produção orgânica visa à oferta de alimentos saudáveis e isentos de contaminantes, eliminando riscos ao produtor, ao consumidor e ao meio ambiente. O modelo privilegia a preservação ecológica, a diversidade biológica, o uso saudável do solo e a melhoria das condições laborais no campo. Historicamente, esse processo iniciou-se na década de 1920 como resposta ao mau uso do solo e à mecanização excessiva, ganhando relevância global a partir da década de 1970, quando novas técnicas e ideais foram incorporados ao contexto produtivo (Vogt, 2007).

A ampla adoção desse sistema reflete a mudança nos hábitos da sociedade, cada vez mais preocupada com a saúde e a sustentabilidade (Food & Nutrition Security, IFOAM Organics International, s.d.). A agricultura orgânica dialoga diretamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (2023), especialmente no que tange à agricultura sustentável, saúde e bem-estar. Esse cenário impulsiona também o mercado de produtos *plant-based* e o vegetarianismo, atendendo a consumidores que buscam fortalecer o sistema imunológico e reduzir o consumo de origem animal (Sebrae, 2022; Estadão, 2021).

No panorama global, a Europa destaca-se na produção e varejo de culturas orgânicas, oferecendo maior disponibilidade e variedade de produtos. Dados da Empresa Brasileira de Agropecuária (Embrapa, 2021) indicam que a agricultura orgânica está presente em 187 países, movimentando um mercado de 106,4 bilhões de euros em 2019. Contudo, ao comparar esse cenário com o Brasil, nota-se que a produção nacional ainda se situa abaixo da média dos principais *players* globais. Essa disparidade pode ser explicada por fatores econômicos, preços elevados, carência de assistência técnica e políticas públicas insuficientes, restringindo o consumo majoritariamente às classes de maior renda (Lima, 2021).

A revisão de literatura aponta que a maioria dos estudos foca na caracterização regional do mercado brasileiro, como observado em Pierine e Machado (2016) e Embrapa (2021), carecendo de visões comparativas internacionais que auxiliem na tomada de decisão estratégica. O trabalho de Lima et al. (2025) avançou ao classificar a realidade dinamarquesa como um “Círculo Virtuoso”, onde a interação eficaz entre agentes públicos e privados, crédito abundante e compras governamentais colocaram o país na liderança global. Em contrapartida, identificou-se no Brasil um “Círculo Vicioso”, marcado pela escassez de dados e burocracia no acesso ao crédito (Lima, 2021). Inspirando-se nessa tipologia, este estudo propõe analisar se a França se aproxima desse modelo virtuoso dinamarquês e quais lições adicionais ela oferece para romper o ciclo vicioso brasileiro.

No contexto das políticas públicas brasileiras voltadas ao desenvolvimento rural, destacam-se instrumentos essenciais para o fomento da produção sustentável e da segurança alimentar. O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) atuam como mecanismos estruturantes de apoio à comercialização, garantindo o escoamento da produção da agricultura familiar. Além desses, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), instituído pelo Decreto nº 1.946 com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável do segmento (Brasil, 1996), conta com a modalidade Pronaf Agroecologia (anteriormente conhecida como PRONAF Verde). Esta linha específica de crédito visa criar condições concretas para a transição agroecológica, financiando a conversão de sistemas produtivos convencionais para sistemas orgânicos ou sustentáveis, conforme diretrizes do Manual de Crédito Rural (Banco Central do Brasil, 2024). Diante desse contexto, o problema de pesquisa que norteia este estudo é: quais são os desafios para o crescimento da produção orgânica no Brasil e por que este mercado ainda é incipiente se comparado a potências europeias como a França?

Assim, o objetivo geral é apresentar um panorama atual sobre a produção e consumo de orgânicos, estabelecendo um comparativo entre Brasil e França. Especificamente, busca-se: (i) descrever a evolução do mercado mundial e europeu entre 2012 e 2021; (ii) caracterizar os mercados brasileiro e francês, comparando pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades; e (iii) estimar fatores determinantes do consumo no Brasil.

Para atender a tais objetivos, os procedimentos metodológicos adotados caracterizam a pesquisa como exploratória e descritiva. O estudo baseou-se na coleta e análise de dados secundários provenientes de estatísticas oficiais e literatura especializada. Os dados foram organizados em tabelas e gráficos e, posteriormente, submetidos à análise via Matriz SWOT, permitindo o mapeamento das variáveis dos ambientes interno e externo para fundamentar as recomendações propostas.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Produtos orgânicos são alimentos e outros produtos agrícolas cultivados ou produzidos seguindo práticas agrícolas específicas, que priorizam a sustentabilidade ambiental, a preservação da biodiversidade, o bem-estar animal e a não utilização de substâncias químicas sintéticas, como pesticidas, herbicidas, fertilizantes sintéticos e hormônios do crescimento (Santos; Monteiro, 2004). A Lei Federal nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, define os produtos orgânicos como aqueles que são obtidos diretamente da natureza ou após processamento, provenientes de sistemas orgânicos de produção agropecuária ou de processos extrativistas sustentáveis.

De acordo com Lima et al. (2020), com base nas tendências das pessoas e no contexto do mundo atual, é esperado que o aumento do volume de vendas no comércio varejista, da área agrícola destinada à produção orgânica e do número de agricultores engajados nesse setor progrida constantemente nos próximos anos, uma vez que os produtos ecologicamente corretos têm sido cada vez mais associados a níveis mais elevados de segurança e saúde para os consumidores, bem como a impactos sociais e ambientais reduzidos.

No Brasil, este crescimento é bem mais lento devido a fatores estruturais históricos. Dados do Censo Agropecuário indicam que a estrutura fundiária permanece altamente concentrada, com prevalência de monocultivos voltados à exportação em grandes propriedades (IBGE, 2019). Essa configuração do espaço agrário dificulta a diversificação produtiva e a conversão de agriculturas convencionais em orgânicas, uma vez que a homogeneização da paisagem e o uso intensivo de insumos químicos nas áreas vizinhas criam barreiras ecológicas para a transição agroecológica (Altieri, 2012). Além disso, algo que foi mencionado pelo estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2020) e, também, pela busca exploratória preliminar para o presente trabalho, foi a escassez de dados estatísticos a respeito do mercado de orgânicos no país, gerando gargalos para a elaboração de planos estratégicos para este segmento.

Conforme mencionado, apesar do avanço dos produtos ecologicamente corretos no cenário mundial, ainda existem inúmeros obstáculos a serem superados, o que acaba por retardar o processo como um todo. É imprescindível implementar melhorias nas áreas agrícolas dedicadas aos orgânicos para suprir o aumento no consumo e a elevada demanda global, bem como estabelecer padrões unificados para a certificação (Willer; Lernoud, 2020).

Dentro deste contexto, a comercialização desses produtos requer a certificação por órgãos competentes do Ministério da Agricultura, garantindo a conformidade com os padrões estabelecidos para a agricultura orgânica (Brasil, 2007). Vale enfatizar que alcançar uma padronização global para a certificação de produtos orgânicos é uma tarefa extremamente desafiadora e demorada.

Relevante destacar a publicação das novas regras da União Europeia sobre a produção e rotulagem de orgânicos em 2018, após 20 anos de intensos debates. O novo regulamento visa aprimorar a comunicação entre os Estados-membros e harmonizar as responsabilidades e os sistemas de certificação (Europarl, 2018; União Europeia, 2018). Com essa harmonização das regras de certificação da produção orgânica nesses países, os produtos importados são reconhecidos como orgânicos no mercado nacional sem a necessidade de certificações adicionais (Huber et al., 2019). Contudo, é válido questionar o desequilíbrio de poder e participação dos países em desenvolvimento nas discussões e decisões sobre a padronização da produção orgânica no mercado global, uma vez que

a maioria dos alimentos orgânicos exportados atende às normas estabelecidas pelos países desenvolvidos. Isso acarreta aumentos nos custos para os produtores, tornando os produtos finais mais caros. Como resultado, apenas produtores com recursos técnicos e financeiros mais robustos podem arcar com essas despesas e acessar o mercado externo (Fonseca, 2005).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi realizado por meio de uma pesquisa exploratória, qualitativa e quantitativa. A pesquisa exploratória, conforme Gil (2002), foi importante por proporcionar maior familiaridade com os problemas estudados, tornando diversos aspectos, muitas vezes pouco pesquisados, mais claros e flexíveis. Seu principal objetivo foi o aprimoramento das ideias. Dessa forma, a pesquisa exploratória envolveu uma análise bibliográfica e a exemplificação de temas relevantes, incluindo o levantamento de referências e a análise de exemplos que ajudaram a esclarecer os aspectos estudados.

A pesquisa qualitativa foi conduzida por meio da Análise FOFA, uma metodologia qualitativa utilizada para comparar as realidades brasileira e francesa nesse contexto. A Análise FOFA corresponde ao método SWOT, acrônimo em inglês para *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). No contexto deste estudo, essa ferramenta foi aplicada para examinar o mercado de orgânicos em cada país, com foco especial no Brasil, permitindo a formulação de estratégias a partir dos elementos levantados e analisados na matriz SWOT.

A Análise SWOT (Quadro 1) é reconhecida como uma ferramenta fundamental de planejamento estratégico. Sua estrutura conceitual, consolidada por Learned et al. (1965) na *Harvard Business School*, permite o exame sistemático da posição estratégica de uma organização ou setor através do cruzamento de variáveis do ambiente interno e externo. Neste estudo, o modelo foi aplicado para compreender a dinâmica da agricultura orgânica no Brasil e na França, considerando:

- **Forças (*Strengths*):** Segundo a abordagem clássica, correspondem às competências distintivas e recursos internos que geram vantagem competitiva. Na pesquisa, foram mapeados os ativos, capacidades produtivas e *know-how* que destacam cada país no mercado global.
- **Fraquezas (*Weaknesses*):** Referem-se às limitações ou deficiências internas que impedem o desempenho superior (Andrews, 1971). Foram identificados os gargalos estruturais e técnicos que impõem barreiras ao crescimento do setor em cada nação.
- **Oportunidades (*Opportunities*):** Consistem em tendências ou eventos do macroambiente que, se aproveitados, podem alavancar o posicionamento estratégico. Analisaram-se cenários de consumo e lacunas de mercado favoráveis à expansão dos orgânicos.
- **Ameaças (*Threats*):** São situações externas desfavoráveis que podem comprometer o sucesso da estratégia. Listaram-se desafios como mudanças regulatórias adversas, concorrência desleal e instabilidades econômicas

Quadro 1 – Esquematização do Método SWOT			
Ambiente Interno		Ambiente Externo	
Pontos Fortes	Pontos Fracos	Oportunidades	Ameaças
Força 1	Fraqueza 1	Oportunidade 1	Ameaça 1
Força 2	Fraqueza 2	Oportunidade 2	Ameaça 2
Força 3	Fraqueza 3	Oportunidade 3	Ameaça 3
etc.	etc.	etc.	etc.

Fonte: elaboração própria.

As informações quantitativas foram coletadas e analisadas a partir de fontes secundárias, organizadas em tabelas e gráficos para estruturar os resultados e a discussão da pesquisa. As principais fontes utilizadas incluíram trabalhos acadêmicos, bases de dados de estatísticas oficiais, sites de instituições públicas e privadas, além de literatura especializada relacionada ao mercado de orgânicos. Os aspectos investigados envolveram a comercialização de orgânicos em diferentes países, áreas agrícolas destinadas à produção orgânica, número de produtores, vendas no varejo, exportação e importação, principais culturas biológicas e regulamentação do setor.

Os dados secundários (Quadro 2) foram obtidos a partir das seguintes fontes:

1. **FIBL Statistics (European and Global Farming Organic Statistics):** plataforma que compila estatísticas sobre a agricultura orgânica mundial, abrangendo mais de 180 países. Foram coletadas informações sobre área orgânica em hectares, porcentagem de terras destinadas a orgânicos, número de produtores, vendas no varejo e exportação/importação de produtos orgânicos entre 2007 e 2021.
2. **Eurostat:** base estatística da União Europeia, que fornece dados de alta qualidade em nível europeu. A plataforma foi utilizada para obter informações sobre culturas biológicas orgânicas, produção orgânica de produtos de origem animal e áreas agrícolas orgânicas no período de 2012 a 2021.
3. **IFOAM Organics International:** organização fundada em 1972, voltada à promoção da sustentabilidade agrícola global. Os anuários da instituição forneceram dados sobre os países com maior produção orgânica, certificação de produtos orgânicos e consumo per capita nos anos de 2021 e 2022.
4. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE):** foram analisados dados sobre o setor orgânico no Brasil, incluindo a quantidade de estabelecimentos e regiões produtoras, com base nos censos agropecuários de 2006 e 2017.

Quadro 2 - Variáveis utilizadas, periodicidades e países			
Variáveis	Ano	Países	Fonte de dados
Cultura biológica de orgânicos (toneladas - t)	2012 - 2021	Países da União Europeia (33)	EuroStat
Produção orgânica de produtos de origem animal (toneladas - t)	2012 - 2021	Países da União Europeia (33)	EuroStat
Áreas agrícolas que estão orgânicas (hectares - ha)	2012 - 2021	Todos os países do mundo com agricultura orgânica	FIBL
Produtores orgânicos (un.)	2012 - 2021	Todos os países do mundo com agricultura orgânica	FIBL
Exportação e importação de orgânicos (toneladas - t)	2007 - 2021	Todos os países do mundo com agricultura orgânica	FIBL
Vendas no varejo de orgânicos (US\$)	2007 - 2021	Todos os países do mundo com agricultura orgânica	FIBL
Quantidade de estabelecimentos orgânicos no país (un.)	2006 e 2017	Somente Brasil	IBGE
Quantidade de regiões produtoras (un.)	2006 e 2017	Somente Brasil	IBGE

Fonte: elaboração própria.

Os dados coletados, organizados em séries anuais entre 2007 e 2021, foram analisados por meio da Taxa Geométrica de Crescimento Anual (TGCA). Conforme Costa e Bacha (2017), essa taxa foi calculada seguindo três etapas:

(i) tomam-se os logaritmos naturais de cada observação para cada ano em análise;

(ii) depois se estima uma equação linear simples, sendo que a variável dependente é o logaritmo natural de cada variável do mercado de orgânicos que será analisado como área, produção, vendas de orgânicos e a variável explicativa é o tempo – Equação 1.

$$\ln(\text{variável selecionada}) = a + b \cdot \text{tempo}; \quad (1)$$

(iii) feita a regressão linear simples e estimado o coeficiente angular “b”, toma-se o antilog do valor de b e subtrai-se dele o valor 1 e multiplica-se por 100, obtendo-se assim a taxa geométrica de crescimento anual (TGCA) – Equação 2.

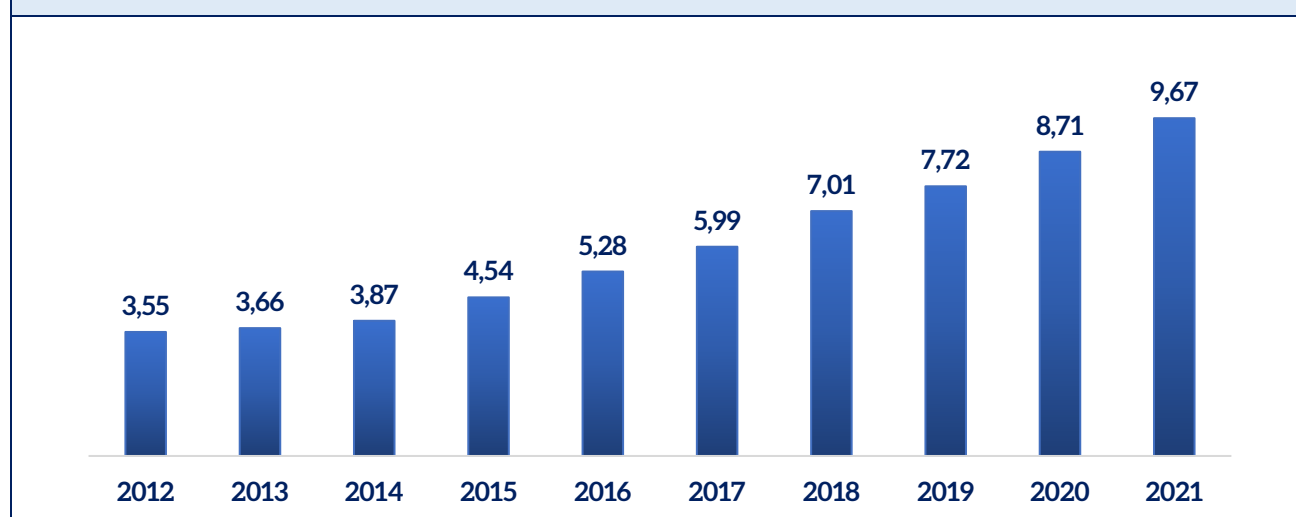
$$e^b - 1 = \text{TGCA} \quad (2)$$

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Panorama do mercado de orgânicos na Europa, com destaque para a França e o Brasil entre 2012-2021

Na Figura 1 mostra-se a evolução da área de produção orgânica na França, em percentual, no período de 2012 a 2021. Os dados revelam um crescimento contínuo na área dedicada à agricultura orgânica ao longo dos anos. Em 2012, a porcentagem de área orgânica era de 3,55%, e ao longo do tempo, esse valor cresce progressivamente, atingindo 9,67% em 2021. O aumento mais acentuado ocorre entre 2015 e 2016, quando a porcentagem sobe de 4,54% para 5,28%. A partir de 2017, o crescimento se mantém em ritmo constante, com a área orgânica superando 7% em 2018 e continuando a subir até alcançar 9,67% em 2021. Esse crescimento reflete um compromisso crescente da França com a expansão de práticas agrícolas sustentáveis e a promoção da produção orgânica. A expansão constante também pode indicar uma maior demanda por produtos orgânicos, políticas de incentivo à agricultura orgânica ou uma combinação de fatores que favorecem essa prática no país. A taxa geométrica de crescimento da área de produção orgânica em relação ao total na França foi de 12,87% ao ano.

**Figura 1 – Área de produção orgânica em relação a total na França (%)**

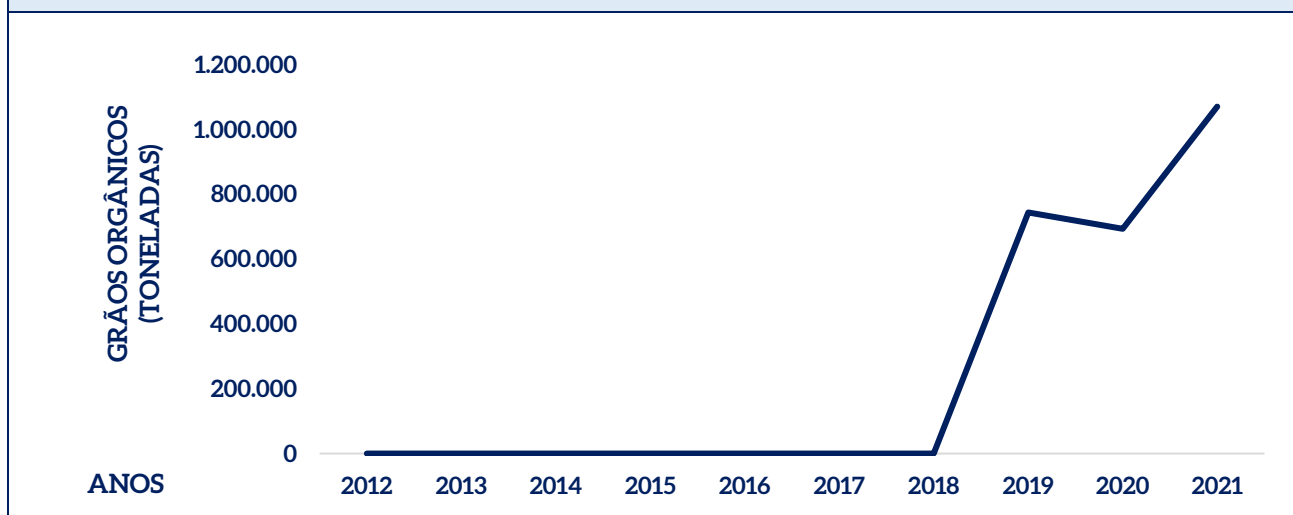


Fonte: elaboração própria com base nos dados da EuroStat.

Já na Figura 2 apresenta-se a evolução da produção de grãos orgânicos na França, em toneladas, ao longo dos anos 2012 a 2021. Nos primeiros anos (de 2012 a 2016), a produção de grãos orgânicos indicando valores nulos pode ser devido à falta de dados na plataforma pesquisada. Em

2019, a produção ultrapassa 1,2 milhão de toneladas. Em 2020, há uma redução na produção de 6,76% no comparativo a 2019. A ligeira queda observada em 2020 pode estar relacionada a fatores externos, notadamente a pandemia de COVID-19. Esse cenário impactou severamente diversas cadeias produtivas globais, gerando entraves logísticos e dificuldades na contratação de mão de obra no campo, conforme analisam Nascimento et al. (2020). Já em 2021, a retomada foi expressiva e o valor superou 1 milhão de toneladas. Tal comportamento pode indicar mudanças importantes no setor agrícola francês como incentivos governamentais para a produção orgânica, maior demanda por alimentos orgânicos, ou a adoção de práticas agrícolas mais sustentáveis por parte dos produtores.

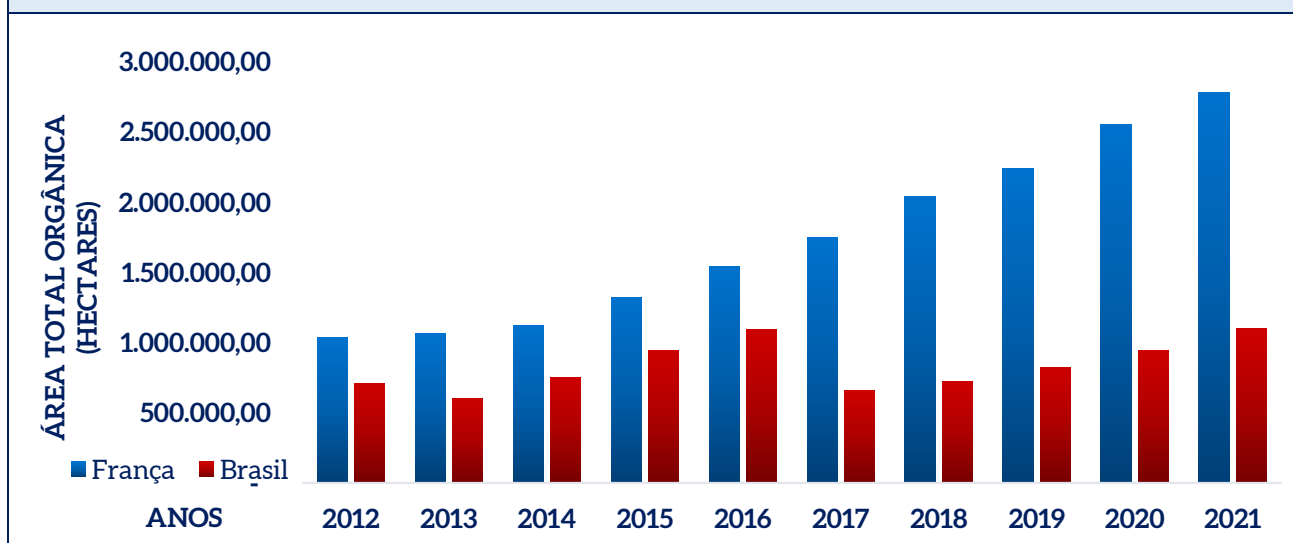
**Figura 2 - Evolução da França em relação a produção de grãos orgânicos entre 2012 e 2021**



Fonte: elaboração própria com base nos dados da EuroStat.

Na Figura 3 apresenta-se a evolução da área de terras agrícolas orgânicas no Brasil e na França entre os anos de 2012 e 2021. A área é medida em milhões de acres, com o Brasil representado pela cor vermelha e a França pela cor azul. Ao longo dos anos, observa-se um aumento constante na área de terras agrícolas orgânicas em ambos os países, com a França apresentando um crescimento maior em comparação ao Brasil.

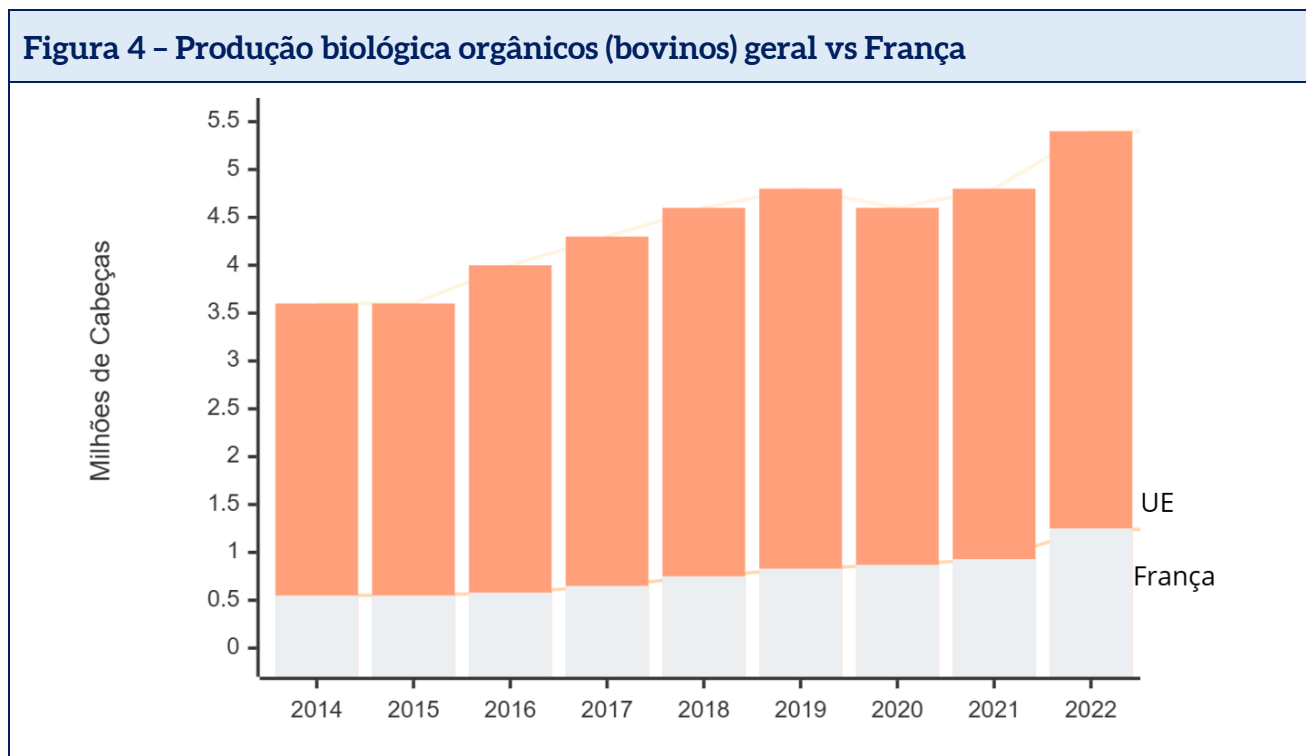
**Figura 3 - Área orgânica França x Brasil**



Fonte: elaboração própria com base nos dados da FIBL.

A partir de 2017, a França ultrapassa 2 milhões de acres, enquanto o Brasil continua com uma área inferior a 1 milhão de acres durante todo o período. Entre 2020 e 2021, a França atinge aproximadamente 3 milhões de acres, enquanto o Brasil permanece abaixo de 1 milhão, o que evidencia a maior expansão de práticas agrícolas na França do que no Brasil. A taxa geométrica de crescimento da área orgânica na França foi de 12,84% a.a, enquanto no mesmo período, entre 2012 e 2021, a taxa geométrica de crescimento da área orgânica no Brasil foi de 1,44% a.a.

Na Figura 4 apresenta-se a evolução do rebanho bovino orgânico na França em comparação com a média da União Europeia (UE), considerando a frequência anual de medição e a unidade de medida em número de cabeças de gado. Observa-se que, ao longo do período analisado (2014-2022), a França obteve um crescimento contínuo no número de bovinos orgânicos, acompanhando a tendência geral da UE.

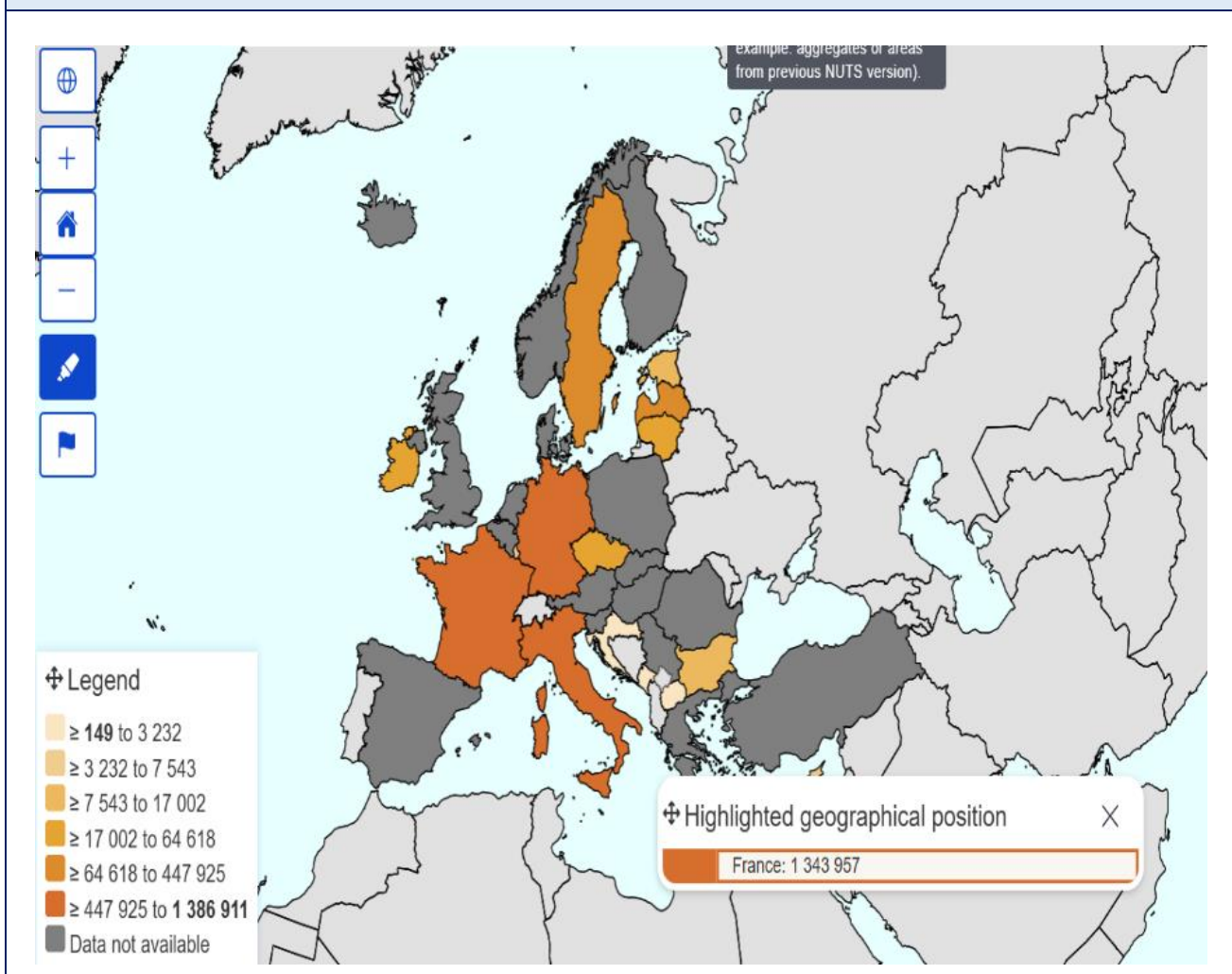


Fonte: elaboração própria com base nos dados da EuroStat.

Entretanto, é possível perceber que, embora a França apresente tendência de aumento, sua participação no total da UE ainda é expressivamente menor. O rebanho orgânico francês manteve um crescimento estável até 2021, quando houve um aumento mais expressivo, seguido por uma leve estabilização em 2023. Esse padrão pode estar relacionado a fatores como incentivos governamentais, mudanças regulatórias ou oscilações na demanda por produtos orgânicos. A taxa geométrica de crescimento de bovinos orgânicos foi de 10,65% a.a. entre 2014 e 2023. No caso da França, entre 2014 e 2022 (em 2023 sem dados disponíveis para a plataforma consultada), a taxa geométrica de crescimento foi de 4,76% a.a.

Na Figura 5 apresenta-se a distribuição da produção de leite orgânico nos países europeus, evidenciando a disparidade entre diferentes regiões. A França se destaca como o maior produtor, com um total de 1.343.957 toneladas. Outros países, como Alemanha e Itália, também demonstram uma produção expressiva, pertencendo às faixas superiores do mapa.

Figura 5 - Mapa ilustrativo da produção de leite orgânico nos países europeus

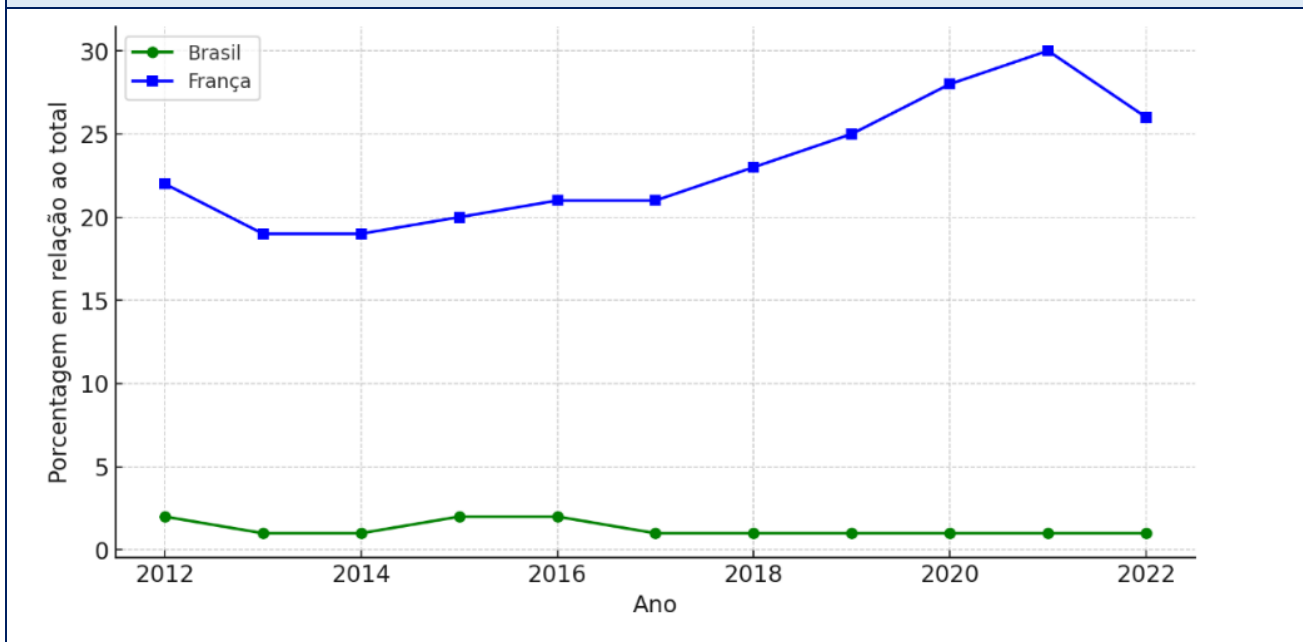


Fonte: EuroStat.

A legenda do mapa indica sete intervalos de produção, variando desde valores mínimos de 149 até o maior registrado, que ultrapassa 1,3 milhão de toneladas. A predominância da França pode ser atribuída a políticas agrícolas voltadas para a produção sustentável, incentivos econômicos e uma tradição forte no setor leiteiro. Além disso, países com maior extensão territorial e infraestrutura agrícola consolidada tendem a apresentar números mais expressivos (Pinto; Silva, 2014).

Na Figura 6 apresenta-se a porcentagem de terras orgânicas do Brasil e da França em relação ao total mundial de terras orgânicas ao longo dos anos de 2012 a 2022. Esses dados refletem a participação de cada país na área global destinada à produção orgânica, considerando o contexto mais amplo das terras agrícolas em geral.

**Figura 6 – Gráfico da porcentagem de terras orgânicas do Brasil e da França em relação ao total mundial (2012-2022)**



Fonte: elaboração própria com base nos dados da FIBL.

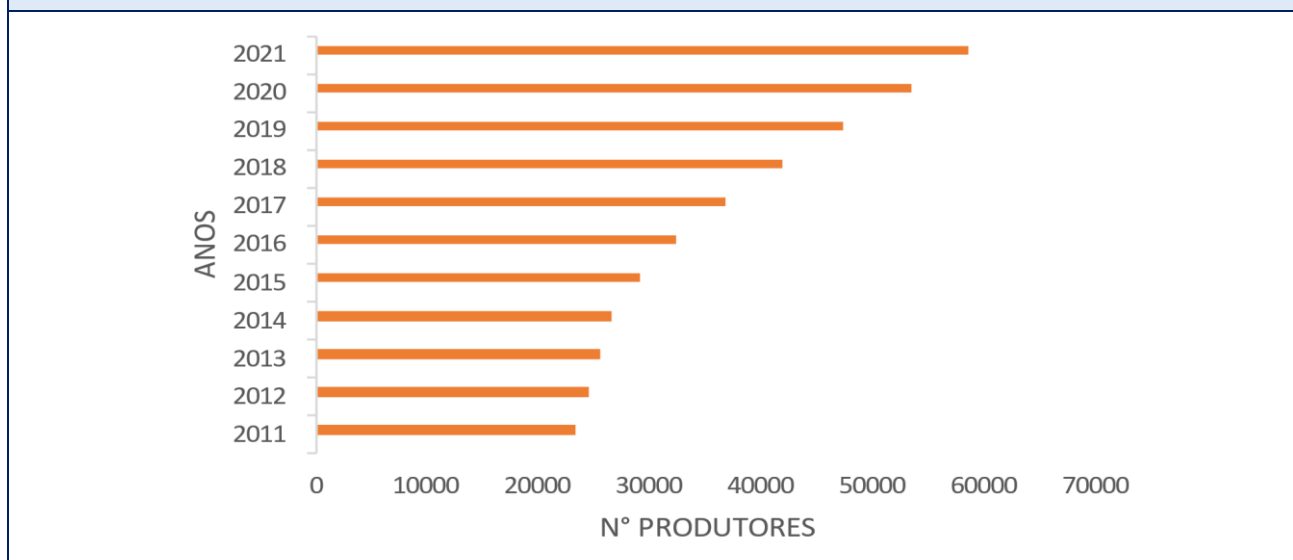
Observa-se que o Brasil manteve uma participação baixa e relativamente estável no período analisado, variando entre 1% e 2% das terras orgânicas mundiais. Isso indica que, apesar da vasta extensão territorial e do potencial agrícola do país, a adoção da agricultura orgânica ainda é limitada em comparação com outros países.

Já a França apresentou uma participação maior e crescente ao longo dos anos. Em 2012, o país possuía 22% das terras orgânicas do mundo, e esse percentual aumentou progressivamente, atingindo o pico de 30% em 2021, antes de recuar ligeiramente para 26% em 2022. Esse crescimento reflete políticas públicas favoráveis, incentivos governamentais e uma demanda crescente por produtos orgânicos no mercado europeu (União Europeia, 2022).

Na Figura 7 apresenta-se a evolução do número de produtores orgânicos na França ao longo dos anos de 2011 a 2021. Observa-se um crescimento contínuo no número de produtores, com um aumento mais expressivo a partir de 2016. Esse crescimento pode estar associado a uma maior demanda por alimentos orgânicos, incentivos governamentais e maior conscientização da população sobre os impactos ambientais e de saúde relacionados aos métodos convencionais de produção agrícola (Fortune Business Insights, 2023).

Em 2021, o número de produtores orgânicos atingiu seu pico, ultrapassando 70.000, evidenciando a consolidação do setor na França. A comparação entre os primeiros anos da série (2011-2015) e os últimos (2016-2021) sugere uma aceleração na adoção de práticas orgânicas, possivelmente impulsionada por políticas públicas de incentivo e mudanças nas preferências dos consumidores. A taxa geométrica de crescimento, entre 2011 e 2021, indicou um crescimento médio no número de produtores na França de 1,44% a.a.

**Figura 7 - Quantidade de produtores orgânicos na França**

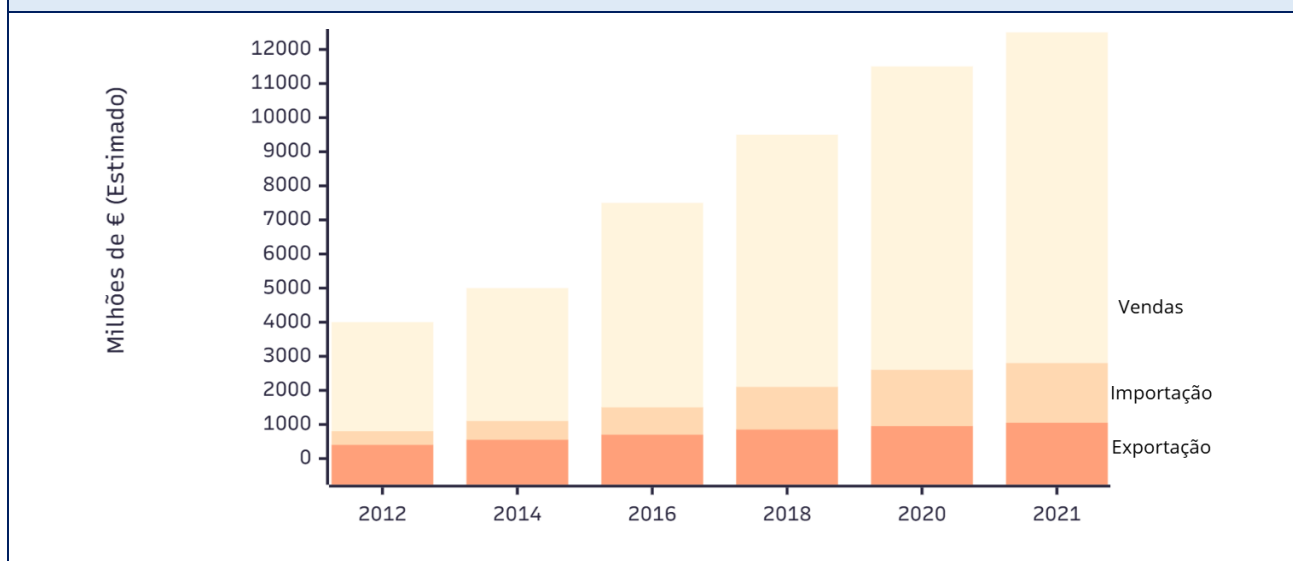


Fonte: elaboração própria com base nos dados da FIBL.

Na Figura 8 apresenta-se a evolução da exportação, importação e vendas de produtos orgânicos na França ao longo dos anos, em comparação com o total da União Europeia. Pela Figura 8, observa-se que a venda de produtos orgânicos na França supera a exportação e, ao mesmo tempo, a importação supera os valores exportados. Assim, o mercado de orgânicos na França está concentrado ao consumo interno. A taxa geométrica de crescimento das exportações, entre 2013 e 2021, foi de 12% a.a. Já as taxas geométricas de crescimento das vendas de produtos orgânicos na França e as importações foram respectivamente, entre 2012 e 2021, de 15,67% a.a e 20,74% a.a.

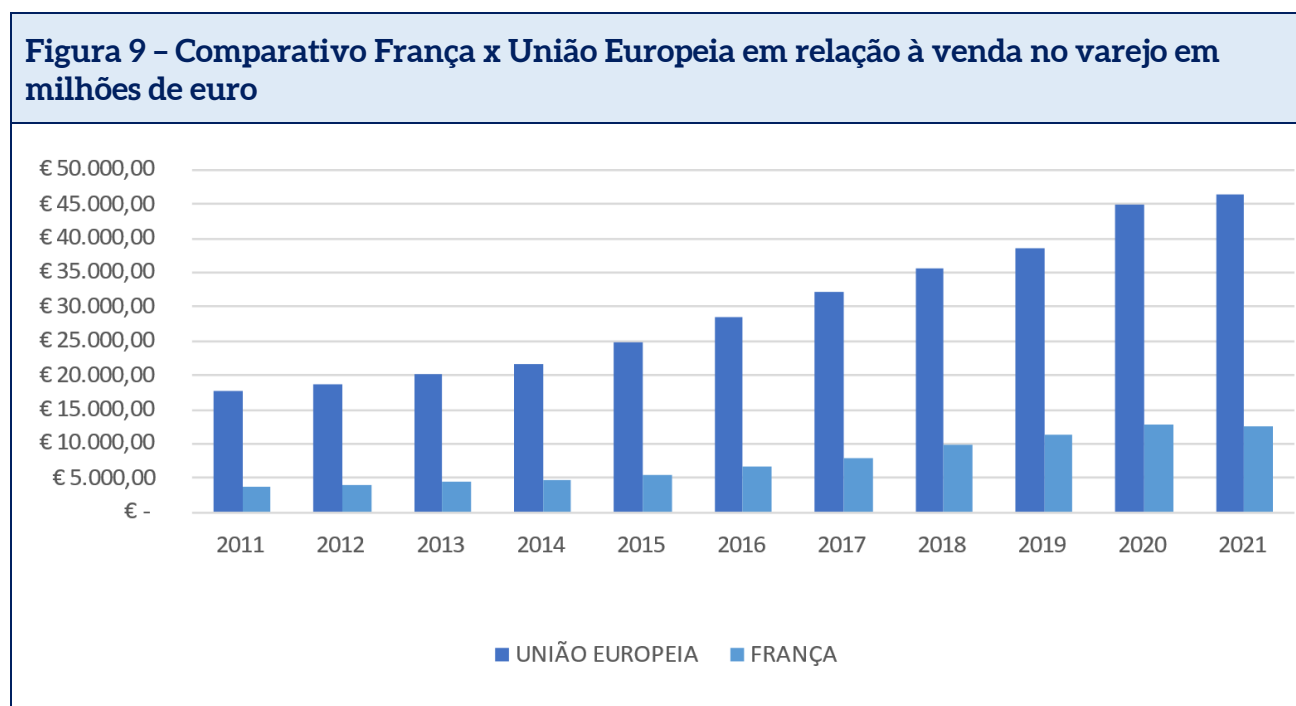
No entanto, a importação de orgânicos na França continua, o que sugere que a produção interna ainda não é suficiente para atender à demanda crescente. Isso se reflete na diferença entre os valores de importação e exportação, uma vez que a França importa mais produtos orgânicos do que exporta, diferentemente de alguns outros países da UE que possuem maior participação no mercado exportador.

**Figura 8 - Exportação, importação e vendas de orgânicos na França em comparação com o total da UE (milhões euros)**



Fonte: elaboração própria com base nos dados da FIBL.

Na Figura 9 aprofunda-se a análise das vendas no varejo de produtos orgânicos, comparando a França com o total da União Europeia entre 2011 e 2021. Observa-se um crescimento contínuo das vendas em ambos os casos, com um aumento mais acentuado a partir de 2015, tendência que se intensifica nos anos seguintes. A taxa geométrica de crescimento das vendas no varejo da UE no período supramencionado foi de 11% a.a. Já a taxa geométrica das vendas no varejo na França foi de 15% a.a.



Fonte: elaboração própria com base nos dados da FIBL.

A França apresenta um crescimento expressivo nas vendas no varejo, acompanhando o movimento observado na UE e consolidando-se como um dos principais mercados de orgânicos da região. Esse crescimento reflete a crescente demanda dos consumidores franceses por produtos orgânicos, impulsionada por fatores como maior conscientização ambiental, incentivos governamentais e expansão da oferta no mercado (Ciorgânicos, 2023).

Na Tabela 1 apresenta-se os países com as maiores vendas de produtos orgânicos no varejo mundial, em 2017, comparando os valores de vendas com os dados de 2000. Observa-se que os Estados Unidos lideram o mercado de orgânicos, registrando um crescimento de 8,00 bilhões de euros em 2000 para 40,01 bilhões de euros em 2017, com uma taxa média de crescimento anual de 9,9%. A Alemanha ocupa a segunda posição, com um aumento de 2,05 bilhões de euros para 10,04 bilhões de euros no mesmo período, crescendo a uma taxa média de 9,8% ao ano.

**Tabela 1 – Ranking de países com maior venda de orgânicos em 2017**

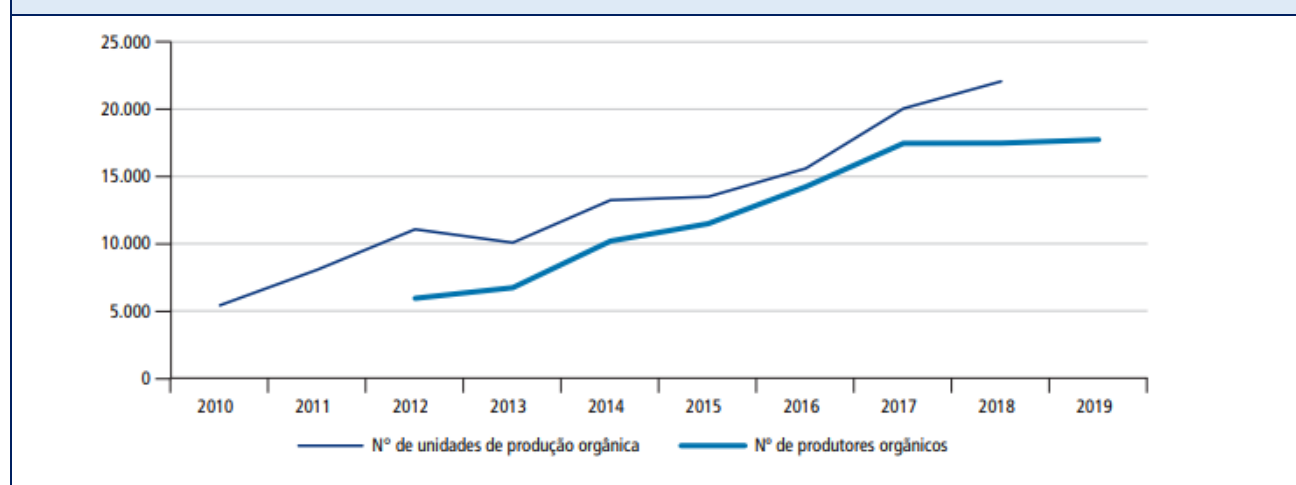
Posição (2017)	País	Vendas no varejo em 2000 (€ bilhões)	Vendas no varejo em 2017 (€ bilhões)	Taxa média de crescimento anual (%)
1º	Estados Unidos	8,00	40,01	9,9
2º	Alemanha	2,05	10,04	9,8
3º	França	1,00	7,92	12,9
4º	China	0,37	7,64	35,4

Fonte: elaboração própria com base nos dados do IPEA Data.

A França, terceira colocada, apresentou crescimento mais acelerado em relação aos dois primeiros países, com uma taxa média anual de 12,9%, passando de 1,00 bilhão de euros em 2000 para 7,92 bilhões de euros em 2017. No entanto, o destaque é a China, que, embora tenha registrado a quarta maior venda em 2017, apresentou a taxa de crescimento mais elevada entre os países listados, atingindo 35,4% ao ano. O mercado chinês passou de 0,37 bilhão de euros em 2000 para 7,64 bilhões de euros em 2017, o que evidencia uma rápida expansão do consumo de orgânicos no país.

Na Figura 10 apresenta-se a evolução do número de unidades de produção orgânica e de produtores orgânicos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) no Brasil entre 2010 e 2019. Observa-se um crescimento expressivo e similar, nestas variáveis, ao longo do período, refletindo a expansão do setor de orgânicos no país. A taxa geométrica de crescimento (TGC), neste período, para o número de unidades de produção orgânica foi de 16,87% a.a. A TGC foi de 16,76% a.a considerando o número de produtores orgânicos registrados pelo MAPA.

**Figura 10 - Número de unidade de produção e produtores orgânicos registrados no Brasil entre 2010 e 2019**



Fonte: elaboração própria com base nos dados do IBGE.

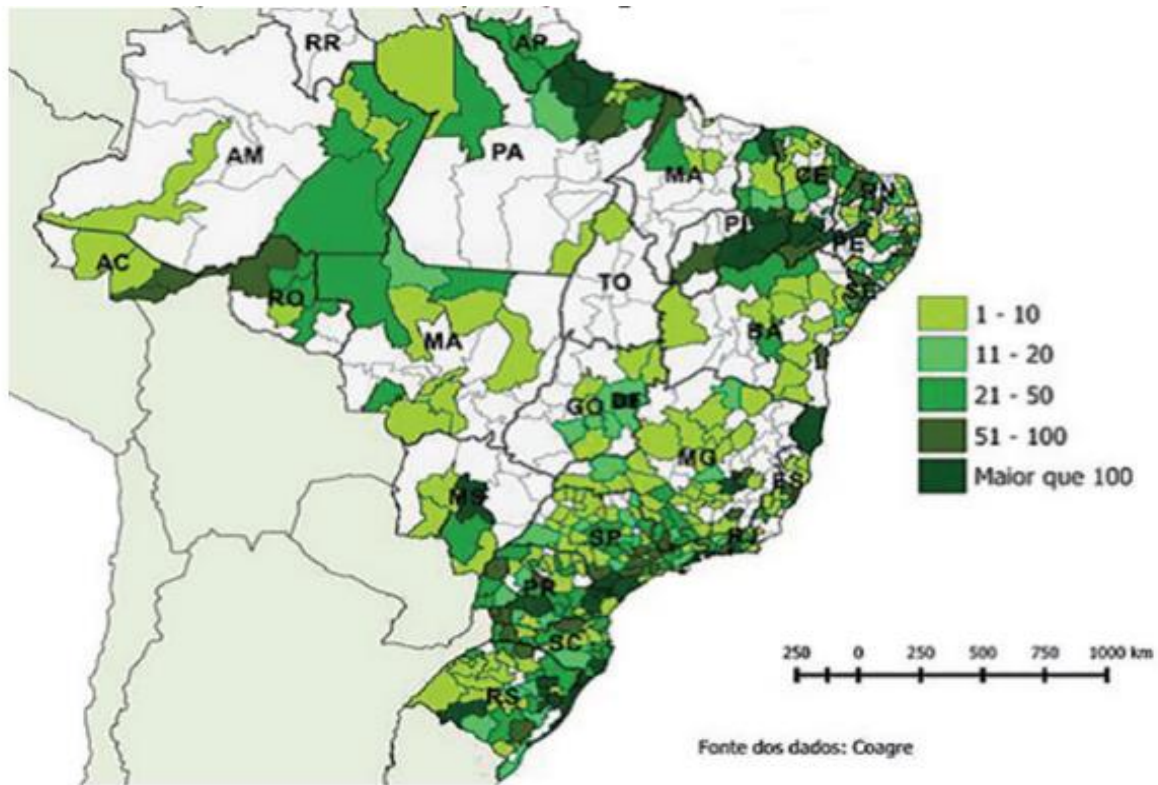
O número de unidades de produção orgânica aumentou de forma constante, superando a marca de 20.000 em 2019. O crescimento dos produtores orgânicos também foi expressivo, embora tenha apresentado uma leve estabilização nos últimos anos da série analisada. Esse comportamento pode estar relacionado a desafios estruturais, como certificação, custos de produção e acesso a mercados.

O período entre 2015 e 2017 registrou um crescimento mais acelerado, possivelmente impulsionado por políticas de incentivo e pelo aumento da demanda por alimentos orgânicos, tanto no mercado interno quanto externo. A partir de 2018, a taxa de crescimento dos produtores desacelerou, enquanto as unidades de produção continuaram aumentando, sugerindo uma consolidação do setor, com produtores ampliando suas áreas de cultivo.

Na Figura 11 mostra-se a distribuição das unidades de produção orgânica no Brasil, destacando maior concentração nas regiões Sul e Sudeste, especialmente nos estados do Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde há melhor infraestrutura e demanda consolidada. No Centro-Oeste, Goiás e Mato Grosso do Sul possuem destaque, mas a produção é mais dispersa.

No Nordeste, há variações, com maior presença na BA e CE, enquanto outras áreas possuem poucas unidades devido a desafios logísticos e de certificação. No Norte, AC, RO e PA se destacam, impulsionados por iniciativas agroecológicas, mas a produção ainda é limitada em grande parte da região. A distribuição da produção orgânica reflete fatores socioeconômicos, incentivos governamentais e condições logísticas. Para expandir essa produção, são necessárias políticas públicas de apoio, facilitação da certificação e melhoria na infraestrutura de comercialização, especialmente em regiões menos atendidas.

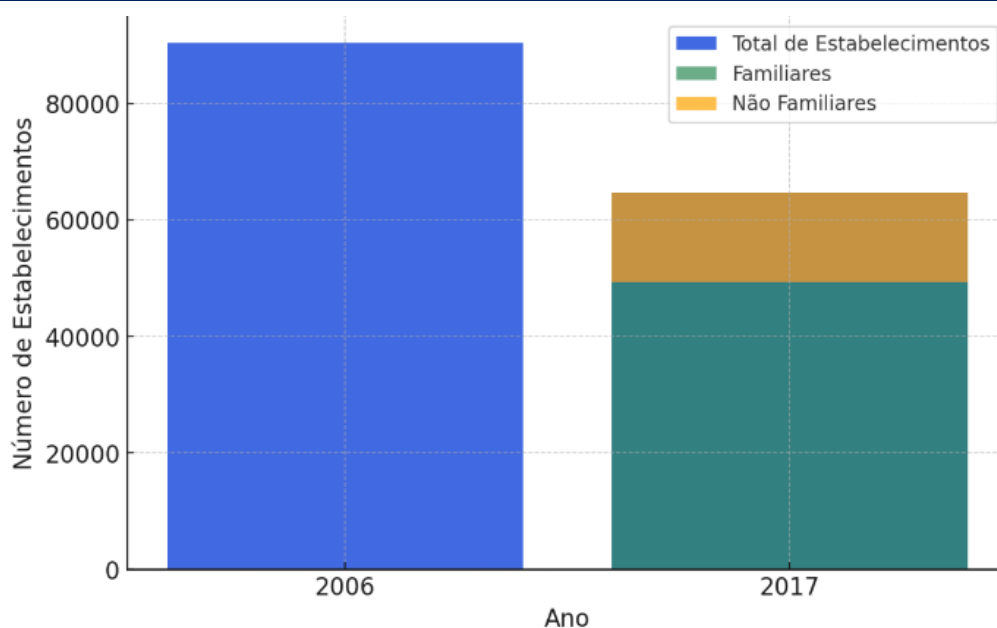
**Figura 11 - Mapa do Brasil das unidades de produção orgânica**



Fonte: Censo Agropecuário 2017.

Na Figura 12 apresenta-se a evolução dos estabelecimentos orgânicos no Brasil entre 2006 e 2017. Observa-se redução de 20.000 no número total de estabelecimentos no comparativo dos anos 2006 e 2017, passando de aproximadamente 90.000 em 2006 para pouco mais de 60.000 em 2017.

**Figura 12 - Estabelecimentos orgânicos no Brasil (2006-2017)**



Fonte: Censo Agropecuário 2017.

Apesar dessa queda, a participação dos estabelecimentos familiares aumentou proporcionalmente, indicando uma possível concentração da produção orgânica entre pequenos produtores. Já os estabelecimentos não familiares mantiveram uma presença considerável, sugerindo a permanência de empreendimentos de maior porte no setor.

Essa mudança pode estar relacionada a fatores como regulamentações mais rígidas, dificuldades de certificação para pequenos produtores e mudanças nas políticas de incentivo à produção orgânica. Para um crescimento sustentável do setor, é essencial ampliar o suporte técnico e financeiro, além de facilitar a certificação para os agricultores familiares (IPEA, 2020).

## **4.2 Mercado de orgânicos no Brasil e na França: aplicação da análise SWOT**

### **4.2.1 Forças no caso do Brasil**

O Brasil possui uma das maiores biodiversidades do mundo, o que permite uma ampla variedade de produtos orgânicos. Essa riqueza natural, combinada com solos férteis e clima favorável, possibilita a produção de alimentos de alta qualidade ao longo do ano. Segundo o IBGE (2020), o Brasil detém cerca de 22% das terras cultiváveis certificadas como orgânicas na América Latina, reforçando sua capacidade de produção sustentável. Além disso, a crescente demanda por produtos saudáveis impulsiona o mercado interno, proporcionando novas oportunidades para agricultores e empresas do setor (Embrapa, 2021).

### **4.2.2 Fraquezas no caso do Brasil**

Apesar de seu potencial, o Brasil enfrenta desafios estruturais no setor de orgânicos. A produção ainda ocorre em pequena escala, o que limita a oferta e encarece os produtos em comparação com os convencionais. Além disso, a falta de conhecimento da população sobre os benefícios dos orgânicos reduz a demanda no mercado interno (Instituto de Agricultura Orgânica, 2021). Outro fator relevante é a escassez de mão de obra especializada, o que dificulta a implementação de práticas agrícolas mais eficientes e sustentáveis.

### **4.2.3 Oportunidades no caso do Brasil**

A criação de tecnologias agrícolas inovadoras e sustentáveis pode impulsionar o setor de orgânicos no Brasil. Investimentos em pesquisa científica e infraestrutura podem aumentar a produtividade e reduzir custos, tornando os produtos mais acessíveis ao consumidor. Além disso, a crescente preocupação global com a sustentabilidade e a alimentação saudável abre portas para a exportação de produtos orgânicos brasileiros, principalmente, devido à diversidade da flora nacional e à demanda por alimentos exóticos em mercados internacionais (Embrapa, 2021). Além disso, conforme aponta o Ministério da Saúde (Brasil, 2024), a cadeia de produção orgânica contribui tanto para o meio ambiente quanto para a saúde do consumidor. Conforme supramencionado na introdução da presente pesquisa sobre os ODS da ONU, a produção precisa estar conectada com o meio ambiente e, além disso, deve fornecer alimentos produzidos de maneira correta e de forma mais sustentável, a fim de elaborar produtos de forma mais segura e saudável.

### **4.2.4 Ameaças no caso do Brasil**

A competição com a agricultura convencional é um dos maiores desafios para o mercado de orgânicos no Brasil. Produtos convencionais têm preços mais baixos e maior aceitação entre os consumidores, dificultando a expansão dos orgânicos. Além disso, a vulnerabilidade a mudanças nas políticas públicas representa um risco significativo. A falta de incentivos governamentais e a ausência de regulamentações claras podem impactar negativamente o crescimento do setor (Instituto de Agricultura Orgânica, 2021). O baixo investimento em pesquisa e desenvolvimento

também limita a inovação e o aumento da produtividade no país.

#### 4.2.5 Forças no caso da França

A França se destaca como uma das líderes do mercado de produtos orgânicos na Europa. A qualidade reconhecida dos produtos franceses é um diferencial competitivo importante, garantindo a confiança dos consumidores e aumentando as oportunidades de exportação. Segundo a Agence Bio (2021), a França foi o país europeu com maior crescimento na área certificada para produção orgânica entre 2018 e 2020, chegando a 12% de suas terras agrícolas destinadas a esse segmento. Além disso, o forte incentivo governamental tem contribuído para o desenvolvimento sustentável da agricultura orgânica no país.

#### 4.2.6 Fraquezas no caso da França

Apesar de seu sucesso, o mercado de orgânicos na França enfrenta desafios relacionados ao alto custo dos produtos. Os preços elevados dificultam o acesso de uma parcela significativa da população, tornando o consumo restrito a classes econômicas mais altas. Além disso, a produção orgânica na França depende fortemente das condições climáticas, o que pode gerar instabilidade na oferta de determinados produtos ao longo do ano (Agence Bio, 2021). A disponibilidade limitada de produtos em algumas regiões também é um problema que pode comprometer a expansão do setor.

#### 4.2.7 Oportunidades no caso da França

A reputação da França no setor de produtos orgânicos abre espaço para a ampliação das exportações. O país pode se beneficiar do crescimento global da demanda por alimentos saudáveis e sustentáveis, consolidando-se como um fornecedor de referência no mercado internacional. Além disso, o avanço das inovações tecnológicas permite a diversificação da produção, aumentando a oferta de produtos orgânicos para diferentes nichos de mercado (European Commission, 2022).

#### 4.2.8 Ameaças no caso da França

A concorrência de produtos orgânicos importados a preços mais baixos representa uma ameaça significativa para o mercado francês. Países como Espanha e Itália conseguem produzir determinados alimentos orgânicos com custos menores, tornando-se fortes competidores dentro da União Europeia. Além disso, mudanças nas regulamentações governamentais podem impactar negativamente os produtores franceses, principalmente com o aumento das exigências para certificação de produtos orgânicos (European Commission, 2022). Essas restrições podem dificultar o crescimento do setor e aumentar os custos de produção.

Nos Quadros 3 e 4 são sintetizados e levantados os itens que compõem a matriz SWOT para a produção orgânica no Brasil e França, sendo possível comparar os dois países.

<b>Quadro 3 - Análise SWOT: mercado produtos orgânicos Brasil</b>			
<b>Ambiente Interno</b>		<b>Ambiente Externo</b>	
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rica biodiversidade, permitindo uma grande variedade</li> <li>• Aumento na demanda de produtos saudáveis</li> <li>• Qualidade dos produtos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto preço dos produtos comparado com produtos convencionais</li> <li>• Produção em baixa escala</li> <li>• Falta de dados oficiais sistematizados</li> <li>• Falta de mão de obra especializada</li> <li>• Ausência de sistematização de dados oficiais (monitoramento da produção)</li> <li>• Burocracia excessiva para acesso ao crédito rural</li> <li>• Assistência técnica insuficiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em crescimento</li> <li>• Criação de tecnologias agrícolas inovadoras e sustentáveis</li> <li>• Expansão do mercado doméstico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competição da agricultura convencional</li> <li>• Vulnerabilidade em mudanças relacionadas às regulações governamentais</li> <li>• Pouco investimento em pesquisa científica</li> <li>• Dependência de nichos de mercado (elitização do consumo)</li> </ul>

Fonte: resultados da pesquisa (2025).

<b>Quadro 4 - Análise SWOT: mercado produtos orgânicos França</b>			
<b>Ambiente Interno</b>		<b>Ambiente Externo</b>	
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do cuidado pela saúde e estilo de vida mais saudável pela população</li> <li>• Produtos franceses orgânicos reconhecidos pela sua alta qualidade</li> <li>• Aumento do incentivo governamental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto preço dos produtos</li> <li>• Disponibilidade limitada em algumas regiões</li> <li>• Dependência do clima e estações para produção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em crescimento</li> <li>• Inovação e diversificação dos produtos</li> <li>• Potencial de exportação devido a reputação da França em produtos orgânicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competições de produtos orgânicos estrangeiros com menor preço</li> <li>• Queda nas vendas devido à inflação e oferta excessiva</li> </ul>

Fonte: resultados da pesquisa (2025).

A análise comparativa revela que a França compartilha características do “Círculo Virtuoso” identificado na Dinamarca por Lima et al. (2025). Ambos os países europeus sustentam seu crescimento em três pilares que faltam ao Brasil, sendo eles: 1. Compras Governamentais: assim como a Dinamarca utiliza escolas e hospitais para garantir demanda, a França fortalece seu mercado interno através de políticas de consumo institucional; 2. Dados e Monitoramento: enquanto o Brasil sofre com a falta de dados censitários atualizados sobre orgânicos, a França e a Dinamarca possuem sistemas robustos de rastreamento que orientam o subsídio; 3. Confiança Institucional: a certificação pública e o combate ao “*greenwashing*”<sup>1</sup> na Europa criam uma relação de confiança com o consumidor, ao passo que no Brasil a falta de fiscalização eficaz gera insegurança.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa atingiu o objetivo de traçar um panorama do mercado de orgânicos, permitindo compreender a dinâmica evolutiva do setor em âmbito mundial e as disparidades entre as realidades brasileira e francesa. Confirmou-se que, enquanto o mercado europeu se encontra em estágio de maturidade e consolidação, o mercado brasileiro, apesar de seu vasto potencial produtivo, ainda opera de forma concentrada e com gargalos estruturais significativos.

No que tange à caracterização e comparação dos mercados, a análise evidenciou que o diferencial competitivo da França reside na robustez de seu ambiente institucional. O sucesso francês, ancorado no Regulamento (UE) 2018/848 e na credibilidade do selo *Agriculture Biologique* (AB), demonstra que a confiança do consumidor é diretamente proporcional à clareza das normas e à eficácia da fiscalização. Em contrapartida, no Brasil, a dependência de sistemas participativos e a fiscalização ainda restrita, somadas à desigualdade no acesso a crédito e assistência técnica, configuram-se como pontos fracos que limitam a expansão do setor para além de nichos de alta renda.

Conclui-se, portanto, que o desenvolvimento da cadeia de orgânicos no Brasil não ocorrerá apenas pela “mão invisível” do mercado. É imperativo o estabelecimento de políticas públicas que, inspiradas no modelo francês (via *Agence Bio*), integrem incentivos econômicos ao produtor, fortalecimento dos mecanismos de controle do MAPA e campanhas de educação alimentar. Tais ações são fundamentais para mitigar as ameaças externas e converter o potencial natural do país em vantagem competitiva real.

Para superar o “Círculo Vicioso” identificado, recomenda-se que o Brasil adote estratégias validadas nos modelos francês e dinamarquês, tais como: criação de um sistema nacional unificado de estatísticas para produção orgânica (superando a lacuna de dados); expansão das compras públicas (PAA e PNAE) focadas especificamente em produtos orgânicos certificados, garantindo demanda estável; desburocratização do crédito rural (PRONAF Verde), aumentando a fatia de recursos destinados à transição agroecológica, hoje ínfima comparada à agricultura convencional.

Como limitação desta pesquisa, destaca-se a escassez de bases de dados secundários unificadas e de séries históricas longas sobre o consumo de orgânicos no Brasil, o que dificultou a realização de análises econométricas mais aprofundadas sobre a elasticidade-preço e o perfil detalhado da demanda em todas as regiões do país.

Como sugestões para trabalhos futuros, recomenda-se a realização de pesquisas de campo (coleta de dados primários) para investigar a percepção de valor do consumidor brasileiro em relação aos selos de certificação existentes. Além disso, sugere-se o desenvolvimento de estudos comparativos que analisem a viabilidade econômica da transição agroecológica para pequenos produtores no Brasil vis-à-vis os subsídios oferecidos na União Europeia, visando propor modelos de financiamento tropicalizados e eficientes.

<sup>1</sup> *Greenwashing* (ou “lavagem verde”) é definido como o ato de induzir os consumidores ao erro quanto às práticas ambientais de uma empresa ou aos benefícios ecológicos de um produto. A prática envolve o uso de apelos ambientais vagos ou falsos sem a devida comprovação técnica ou certificação (Terrachoice, 2007).

## REFERÊNCIAS

AGENCE BIO. **Panorama de la consommation et de la production des produits biologiques en France**. Montreuil: Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique, 2021. Disponível em: <https://www.agencebio.org>. Acesso em: 21 jan. 2025.

ALTIERI, M. A. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

ANDREWS, K. R. **The concept of corporate strategy**. Homewood: Dow Jones-Irwin, 1971.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Manual de Crédito Rural (MCR)**. Seção 10 - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Brasília: BCB, 2024.

Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/mcr>. Acesso em: 05 dez. 2024.

BRASIL. Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996. Cria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 1996.

BRASIL. Decreto nº 6.323, de 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. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 2, 28 dez. 2007.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 140, n. 247, p. 1, 24 dez. 2003.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **O que são Produtos Orgânicos? Entenda a definição de orgânico pela legislação brasileira**. Brasília: Gov.br, 8 maio 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br>. Acesso em: 21 jul. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. **Guia para a organização da vigilância alimentar e nutricional na atenção primária à saúde**. Brasília: Ministério da Saúde, 2024.

Disponível em:

<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2024/setembro/publica-da-versao-revisada-do-guia-para-a-organizacao-da-vigilancia-alimentar-e-nutricional>.

CIORGANICOS. **Quão difundidos estão os alimentos orgânicos na sociedade francesa?** Rio de Janeiro: Centro de Inteligência em Orgânicos, 2023. Disponível em:

<https://ciorganicos.com.br/biblioteca/quao-difundidos-estao-os-alimentos-organicos-na-sociedade-francesa/>. Acesso em: 27 fev. 2025.

COSTA, L. A.; BACHA, C. J. C. Análise da estrutura produtiva e do consumo de papéistissue no Brasil. **Teoria e Evid. Econ.** v. 23, n. 48, p. 118-149, 2017.

EMBRAPA. **Agricultura Orgânica no Brasil: avanços e desafios**. Brasília: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, 2021. Disponível em: <https://www.embrapa.br>. Acesso em: 21 jan. 2025.

EMBRAPA. **Pesquisa apresenta panorama global da produção de alimentos orgânicos em países de cinco continentes**. Brasília: Embrapa, 24 set. 2021. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/65087075/pesquisa-apresenta-panorama-global-da-producao-de-alimentos-organicos-em-paises-de-cinco-continents>. Acesso em: 9 jun. 2023.

ESTADÃO. **O que são alimentos plant based e como está o mercado?** São Paulo: Summit Agro Estadão, 30 jul. 2021. Disponível em: <https://summitagro.estadao.com.br/noticias-do-campo/o-que-sao-alimentos-plant-based-e-como-esta-o-mercado/>. Acesso em: 21 jul. 2023.

EUROPEAN COMMISSION. **New EU Organic Regulation: overview**. Brussels: European Commission, 2022. Disponível em: <https://ec.europa.eu>. Acesso em: 21 jan. 2025.

FIBL. **Research Institute of Organic Agriculture**. Frick: FiBL, [2023]. Disponível em: <https://www.fibl.org/en/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

FONSECA, M. F. A. C. **A institucionalização do mercado de orgânicos no mundo e no Brasil: uma interpretação.** 2005. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Instituto de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

FORTUNE BUSINESS INSIGHTS. **Organic foods market: industry report.** Pune: Fortune Business Insights, 2023. Disponível em: <https://www.fortunebusinessinsights.com/pt/industry-reports/organic-foods-market-101470>. Acesso em: 27 fev. 2025.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HUBER, B. et al. Public standards and legislation. In: WILLER, H.; LERNOUD, J. (Eds.). **The world of organic agriculture: statistics and emerging trends 2019.** Frick: FiBL; Bonn: IFOAM – Organics International, 2019.

IBGE. **Censo Agropecuário 2006 e 2017.** Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2017.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017.** Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/>

IFOAM. **The IFOAM norms for organic production and processing.** Bonn: IFOAM Organics International, 2005. Disponível em: <https://www.ifoam.bio/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

INSTITUTO DE AGRICULTURA ORGÂNICA. **Atlas da Agricultura Orgânica Brasileira.** São Paulo: Instituto de Agricultura Orgânica, 2021. Disponível em: <https://www.agriculturaorganica.org.br>. Acesso em: 21 jan. 2025.

LEARNED, E. P.; CHRISTENSEN, C. R.; ANDREWS, K. R.; GUTH, W. D. **Business Policy: Text and Cases.** Homewood: Richard D. Irwin, 1965.

LIMA, L. F. et al. Virtuous and Vicious Circles in Organic Agriculture: A Comparative Typology Between Denmark and Brazil. **Agriculture**, v. 15, n. 2429, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/agriculture15232429>.

LIMA, L. L. **Análise comparada da trajetória do desenvolvimento da agricultura orgânica no Brasil e na Dinamarca.** 2021. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2021. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/1168372>. Acesso em: 14 jun. 2023.

LIMA, S. K. et al. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil.** Texto para Discussão n° 2538. Brasília: Ipea, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9678>. Acesso em: 12 jun. 2023.

NASCIMENTO, W. M. et al. **A epidemia do coronavírus e as cadeias produtivas de hortaliças.** Brasília: Embrapa Hortaliças, 2020. (Artigo de divulgação). Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/51140463/artigo-a-epidemia-do-coronavirus-e-as-cadeias-produtivas-de-hortaliças>. Acesso em: 05 dez. 2024.

PIERINE, S. P.; MACHADO, G. H. S. Estudo sobre o mercado de produtos orgânicos no Brasil. In: CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 16., 2016, Guarulhos. **Anais [...].** São Paulo: Semesp, 2016. Disponível em: <http://conic-semesp.org.br/anais/16-conic.php>. Acesso em: 09 dez. 2025.

PINTO, A. L. M.; SILVA, I. J. O. **Produção de leite na França e sua relação com o bem-estar animal.** Piracicaba: MilkPoint, 2014. Disponível em: <https://www.milkpoint.com.br/artigos/producao-de-leite/producao-de-leite-na-franca-e-sua-relacao-com-o-bemestar-animal-90172/>. Acesso em: 27 fev. 2025.

SANTOS, G. C.; MONTEIRO, M. Sistema orgânico de produção de alimentos. **Alimentos e Nutrição**, Araraquara, v. 15, n. 1, p. 73-86, 2004. Disponível em: <http://serv-bib.fcfar.unesp.br/seer/index.php/alimentos/article/view/100>.

SEBRAE. **Mercado de orgânicos: projeções e tendências.** Porto Alegre: Sebrae RS, 28 set. 2022. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/alimento-s-e-bebidas/mercado-de-organicos-projecoes-e-tendencias/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

TERRACHOICE. **The Six Sins of Greenwashing: A Study of Environmental Claims in North American Consumer Markets.** Filadélfia: TerraChoice Environmental Marketing, 2007.

UNIÃO EUROPEIA. Comissão Europeia. **Regulamentação da Agricultura Orgânica na União Europeia.** Bruxelas: Comissão Europeia, 2022. Disponível em: [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-legislation\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-legislation_en). Acesso em: 27 fev. 2025.

UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. **Novas regras sobre os alimentos e a agricultura biológica.** Bruxelas: Parlamento Europeu, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2F2WkpE>. Acesso em: jul. 2023.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2018/848 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 30 de maio de 2018, relativo à produção biológica e à rotulagem dos produtos biológicos e que revoga o Regulamento (CE) n.º 834/2007 do Conselho. **Jornal Oficial da União Europeia**, L 150, p. 1-92, 14 jun. 2018.

VOGT, G. The origins of organic farming. In: LOCKERETZ, W. (Ed.). **Organic farming: an international history.** Oxfordshire: CAB Internacional, 2007.

WILLER, H. et al. (Eds.). **The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2020.** 21. ed. Frick: FiBL; Bonn: IFOAM – Organics International, 2020.

## Sobre as autoras

**Victória Taveiros Nóbrega**    
[victorianobrega@estudante.ufscar.br](mailto:victorianobrega@estudante.ufscar.br)

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Centro de Ciências Agrárias, Araras - São Paulo / Brasil.

**Adriana Estela Sanjuan Montebello**    
[adrianaesm@ufscar.br](mailto:adrianaesm@ufscar.br)

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Centro de Ciências Agrárias, Araras - São Paulo / Brasil.

**Josiane Rodrigues**    
[josi Rodrigues@ufscar.br](mailto:josi Rodrigues@ufscar.br)

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Centro de Ciências Agrárias, Araras - São Paulo / Brasil.

## AGRADECIMENTOS

Ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) pela concessão da bolsa que viabilizou a realização deste trabalho e ao Centro de Ciências Agrárias (CCA) pelo suporte institucional oferecido.