

A CADEIA PRODUTIVA DA ALFACE: UM ESTUDO A PARTIR DA PERSPECTIVA DE UM DOS ELOS DA CADEIA NO MUNICÍPIO DE IPATINGA/MG

THE LETTUCE PRODUCTION CHAIN: A STUDY FROM THE PERSPECTIVE OF ONE OF THE LINKS IN THE CHAIN IN THE MUNICIPALITY OF IPATINGA/MG

Autor(es): Ariane Cristina Silva Borges
Filiação: Mestranda junto ao PPGDR da UNIJUI
E-mail: arianecrisilva@gmail.com

Autor(es): Mônica Aparecida Ferraz Moreira
Filiação: Mestranda junto ao PPGDR da UNIJUI
E-mail: monicaferraz@uol.com.br

Autor(es): Rodrigo Prante Dill
Filiação: Professor Adjunto na UFFS e doutorando junto ao PPGDR da UNIJUI
E-mail: rodrigo.dill@uff.edu.br

Autor(es): Argemiro Luís Brum
Filiação: Professor titular do PPGDR da UNIJUI, doutor em Economia Internacional pela EHESS de Paris (França)
E-mail: argelbrum@unijui.edu.br

Grupo de Trabalho (GT):
GT03. Evolução, estrutura e dinâmica dos complexos agroindustriais

Resumo
O presente artigo tem por objetivo verificar a organização da cadeia produtiva da alface sob a ótica de um dos elos da mesma, no caso a empresa Seleto Orgânicos, responsável pela comercialização de produtos orgânicos certificados no município de Ipatinga-MG, dentro de uma perspectiva de desenvolvimento sustentável. Para atingir o objetivo proposto, fez-se uma revisão da literatura sobre cadeia produtiva, cadeia produtiva da alface e desenvolvimento sustentável de produtos orgânicos. Foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva por meio de entrevista semiestruturada com o proprietário da empresa Seleto Orgânicos que pertence ao elo de distribuição de produtos, aspecto da cadeia produtiva da alface que vem ganhando grande destaque e oportunidades de empregos, fomentando a economia e auxiliando no processo de conscientização e valorização do mercado de produtos orgânicos. Enfim, dentre os resultados obtidos, tem-se que, no contexto da cadeia produtiva estudada, os canais de entrega a domicílio de cestas orgânicas, feitas diretamente pelos produtores, empresas, como a objeto deste estudo, ganharam maiores oportunidades de mercado, visto que este serviço atende as demandas de praticidade dos consumidores e geram maiores rendas aos produtores quando se compara com as redes de varejo.
Palavras-chave: Cadeia produtiva; Alface; Distribuição; Desenvolvimento sustentável.

Abstract
This article aims to verify the organization of the lettuce production chain from the perspective of one of its links, in this case the company Seleto Orgânicos, responsible for the commercialization of certified organic products in the municipality of Ipatinga-MG, within a perspective of sustainable development. To achieve the proposed objective, a literature review was carried out on the production chain, lettuce production chain and sustainable development of organic products. A descriptive qualitative research was carried out through a semi-structured interview with the owner of the company Seleto Orgânicos, which belongs to the product distribution link, an

aspect of the lettuce production chain that has been gaining great prominence and job opportunities, fostering the economy and helping in the process. awareness and appreciation of the organic products market. Finally, among the results obtained, in the context of the studied production chain, the channels of home delivery of organic baskets, made directly by the producers, companies, such as the object of this study, gained greater market opportunities, since This service meets consumers' demands for practicality and generates greater income for producers when compared to retail chains.
***Key words**: Production chain; Lettuce; Distribution; Sustainable development.*

1 Introdução

Guiado por caminhos econômicos, políticos e sociais, nos últimos anos o agronegócio brasileiro passou por transformações significativas, as quais se fazem presentes no mundo rural. Neste contexto encontra-se o setor dos hortigranjeiros.

Tem-se que a ciência que trata do cultivo de diversos tipos de plantas, com o objetivo de suprir as necessidades de alimentação humana, é a horticultura. Para Vilela e Luengo (2017), a horticultura é caracterizada por um ciclo rápido ente a plantação e a colheita, o que a torna bastante atrativa para o produtor uma vez que o fluxo de caixa fica mais favorável, podendo gerar bons rendimentos.

Dentro da horticultura, a olericultura é que se dedica ao cultivo de verduras e legumes, no qual fazem parte, as hortaliças folhosas (SEBRAE,2017). As hortaliças folhosas são caracterizadas como plantas de folhas comestíveis que possuem relevância nutricional, além de proporcionar um visual colorido, leve e estético à mesa, uma vez que são consumidas normalmente com um preparo mínimo. Camargo Filho e Camargo (2008) enfatizam que a hortaliça é a atividade mais diversificada na agricultura, por se constituir como um grupo de plantas que abrangem mais de 100 espécies cultivadas. Dentro desse grupo, tem-se como componentes mais expressivos, além da alface, material de estudo do presente artigo, o repolho, a couve, a rúcula, o espinafre, o almeirão, o agrião, a chicória, dentre outros (VILELA; LUENGO, 2017).

De acordo com Junqueira e Almeida (2010), além das questões nutricionais, as hortaliças folhosas também possuem importância socioeconômica, uma vez que geram emprego e renda em todos os elos da cadeia produtiva. Outro aspecto apresentado pelos autores é o fato de as hortaliças apresentarem ciclo curto, o que permite fazer vários cultivos ao longo do ano. Ao mesmo tempo, elas apresentam alta perecibilidade, além de serem plantas exigentes, que demandam muitos cuidados, desde a preparação do solo até a logística de comercialização.

No Brasil, o mercado de hortaliças é um dos menos desenvolvidos. Tal fato se deve à falta de qualidade, em geral, dos produtos, e às perdas decorrentes do processo de comercialização, somadas a carência de informações sobre a cadeia produtiva (CNA, 2017; PEDROSO, 2020).

Dentre as hortaliças folhosas, a alface é a mais consumida no país, incluindo todos os diversos tipos, tais como: crespa, americana, lisa, romana, dentre outras (ECHER et al., 2016). De acordo com estudo realizado pela ABSCEM (2013), o movimento varejista gerado pela cultura da alface resulta em cerca de 8 bilhões de reais, a partir de uma produção de mais de 1,5 milhão de toneladas por ano.

Atualmente, cultivada de sul a norte, a alface é a principal salada consumida pela população no Brasil, tanto pelo sabor e qualidade nutricional quanto pelo reduzido preço para o consumidor (RESENDE et al., 2007).

Nos últimos anos, impulsionado principalmente pelos avanços tecnológicos nas diferentes áreas do conhecimento, tem-se registrado um amplo movimento de reestruturação do agronegócio mundial. Considerando esta perspectiva, é imperativo adquirir visão sistêmica de produção e comercialização, buscar eficácia de forma a favorecer a relação custo benefício e permanecer competitivo (PINTO, 2005). Neste contexto, o estudo da cadeia das hortaliças é fundamental para auxiliar na sua organização, mostrar sua importância a nível nacional e

internacional, e aumentar sua divulgação (CNA, 2017). Sabendo-se que quantificar dados da cadeia produtiva das hortaliças é um desafio enorme, uma vez que grande parte da produção é realizada por pequenos e médios produtores. (YOKORO, APARECIDA, 2020).

Sendo assim, o problema a ser respondido neste artigo é: como se organiza o elo da comercialização, na cadeia produtiva da alface, a partir do caso de uma empresa localizada em Ipatinga (MG). Neste sentido, o objetivo do trabalho foi compreender como ocorre a produção e a comercialização da alface no município de Ipatinga/Minas Gerais, a partir da perspectiva de um dos elos da cadeia produtiva da alface, a empresa Seleto Orgânicos, que desempenha um papel importante de intermediação entre os agricultores e os consumidores, de forma a ligar a produção ao consumo final do produto. Em síntese, a metodologia utilizada se dividiu em duas partes: uma revisão bibliográfica e um estudo de caso prático, com pesquisa de campo. O artigo está dividido em três partes, além desta introdução e das considerações finais. A primeira trata de uma breve recuperação do referencial teórico sobre o tema. A segunda destaca a metodologia utilizada. E a terceira apresenta os resultados e discussões obtidos com o estudo realizado.

2 Referencial teórico

Nesta parte serão destacados os conceitos de cadeia produtiva, de cadeia produtiva de produtos orgânicos e, mais especificamente, a cadeia produtiva das hortaliças e da alface.

2.1 Cadeia produtiva

O conceito de cadeias produtivas envolve o conjunto de operações de produção e comercialização, que se fazem necessárias, para transformar uma ou várias matérias primas de base em um produto final para ser entregue ao usuário. Para Batalha e Silva (2007) as cadeias produtivas compreendem um conjunto de componentes que interagem entre si, partindo desde os sistemas produtivos, fornecedores, indústrias, agentes de distribuição e comercialização até os consumidores finais. Funcionam como forma de agrupar setores correlatos por meio de pontos de contato, buscando entender os eixos econômicos, suas dinâmicas e seus impactos a fim de criarem políticas comuns que aumentem sua eficácia e eficiência.

Os estudos e análises das cadeias produtivas permitem avaliar diversos segmentos e identificar pontos de melhoria e desempenho em áreas como tecnologia, políticas públicas e privadas, estratégias de negócios etc (VIALL; SETTE; SELLITTO,2009).

Assim, cadeia produtiva, de forma simplificada, pode ser definida como um conjunto de elementos (empresas), organizadas em subsistemas, que interagem em um processo produtivo para oferta de produtos ou serviços ao mercado consumidor (SILVA, 2005). Segundo o autor, entender e explorar o conceito de cadeia produtiva, na análise da produção agroalimentar, possibilita: visualizar a cadeia de forma integral; identificar as debilidades e as potencialidades da cadeia; motivar o estabelecimento de cooperação técnica entre as partes interessadas na cadeia; identificar gargalos produtivos e elementos faltantes na cadeia; e incrementar os fatores condicionantes de competitividade em cada segmento.

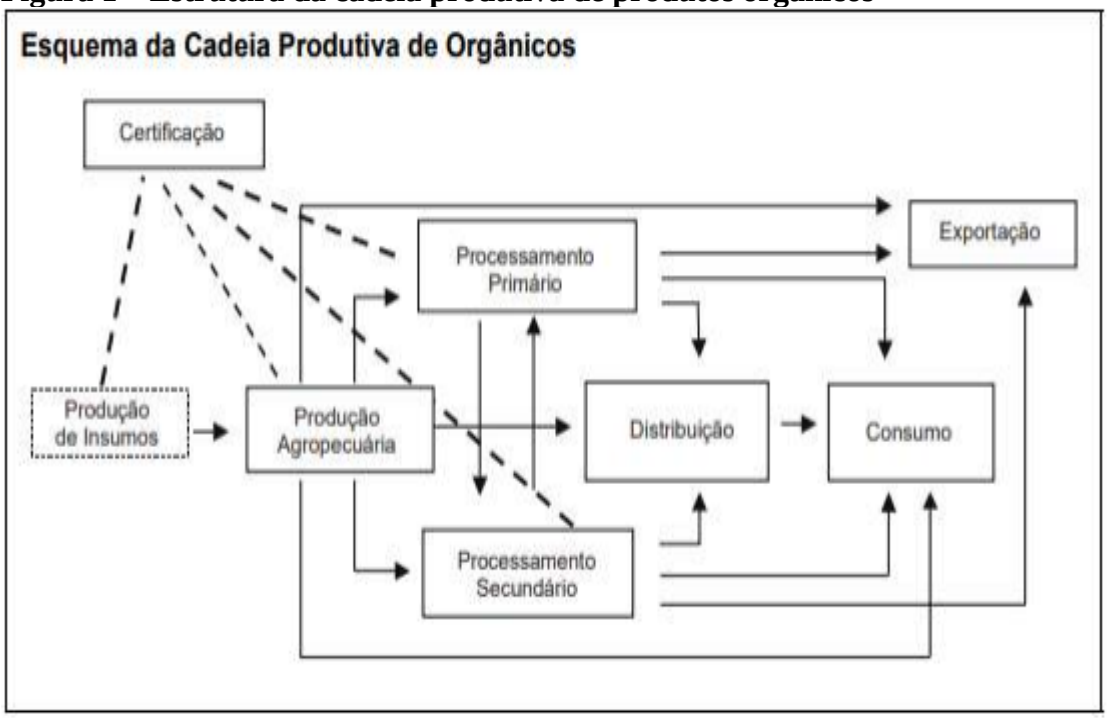
De acordo com Batalha e Silva (2007), as cadeias produtivas agroindustriais são derivadas dos conceitos de *agribusiness* e *commodity system approach*, criados em 1957, em Harvard, por Davis e Goldberg. O conceito de cadeia produtiva foi desenvolvido em duas abordagens principais, por estudos sediados nos Estados Unidos da América e na Europa. Usa-se chamar estas abordagens da escola americana e escola francesa, de análise de cadeia. A primeira se organiza ao redor do conceito de agronegócio, o *agribusiness*; e a segunda, ao redor do conceito de fileira, a *filière*. Mais recentemente, principalmente na Itália, tem sido discutido o conceito de fileira curta, que explora a territorialidade na abordagem de cadeia produtiva (VIALL; SETTE; SELLITTO, 2009).

2.2 Cadeia produtiva de produtos orgânicos

Uma das abordagens sobre cadeia produtiva destaca que a mesma se caracteriza por um fluxo de capital, que se inicia nos consumidores finais dos produtos da cadeia em direção ao elo final, que na produção agrícola é representada pelos fornecedores de insumos. Este fluxo é regulado pelas transações e relações contratuais formais e informais, que existem entre os indivíduos ou empresas constituintes da cadeia. Quando bem articulada, a importância de uma cadeia produtiva se dá pela necessidade de desenvolver técnicas de produção, melhorias tecnológicas e estruturas de coordenação que gerem benefícios para todos os atores da cadeia. Por esta abordagem, torna-se possível a identificação de gargalos nas diversas etapas produtivas, o que pode gerar informações importantes e assim possibilitar a intervenção, seja ela privada ou pública, com o intuito de corrigir distorções no setor e de elevar a qualidade, tanto dos produtos orgânicos produzidos, quanto do próprio processo produtivo (Vilela et al., 2006).

Por sua vez, Ormond et al. (2002) descrevem os elos da cadeia de produtos orgânicos, conforme a figura 1.

Figura 1 – Estrutura da cadeia produtiva de produtos orgânicos



Fonte: Ormond et al. (2002).

A diferença entre uma cadeia produtiva de produtos orgânicos e a cadeia de produtos convencionais é a presença da certificação e a aparente ausência da figura do atacadista, ou do intermediário entre a produção e o elo seguinte. Segundo Ormond et. al. (2002), essa característica oferece uma dinâmica peculiar à cadeia, visto que a função do atacadista foi substituída pelo produtor ou processamento primário que, na tentativa de criar escala de comercialização para o produto que tem pouco volume, desempenham papel semelhante ao das indústrias integradoras das outras cadeias. Embora não assumam relações contratuais com os produtores, as empresas de processamento primário mantêm acordos informais que incluem fornecimento de insumos e assistência técnica.

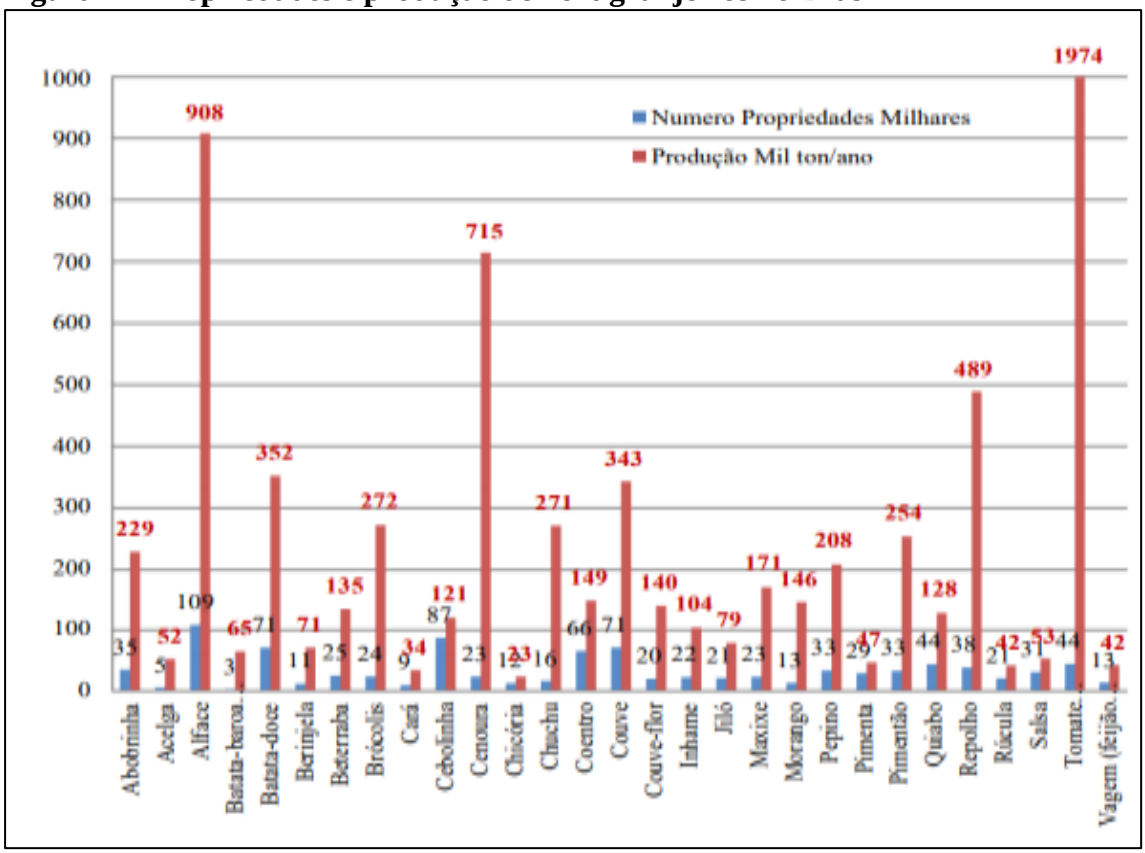
2.3 Cadeia produtiva de hortaliças e da alface

Da família *Asteraceae*, a alface é uma hortaliça originária do Leste Mediterrâneo e trazida ao Brasil pelos portugueses, com grande aceitação de mercado no mundo todo. Seu

crescimento é em forma de roseta e envolve todo seu caule, podendo se apresentar em forma lisa ou crespa, e em vários tons de verde e roxo. Se desenvolve melhor em clima mais ameno, principalmente no período de crescimento vegetativo. Se o clima esquenta muito, pode ocorrer aceleração no processo de maturação e, dependendo do genótipo da espécie, acabar resultando em plantas menores (FILGUEIRA,2007).

A alface é a segunda hortaliça mais produzida no Brasil, logo após o tomate, segundo o Censo Agropecuário 2017, do IBGE. Trata-se de um produto de cultivo relativamente simples, que não exige muito conhecimento técnico, possui ciclo de produção curto e retorno financeiro rápido. No entanto, quando o cultivo se dá por meio da hidroponia estas características se alteram consideravelmente: a necessidade de investimentos é alta; e o conhecimento técnico necessário ao cultivo é elevado. Mesmo assim, o número de produtores com sistema hidropônico de produção tem se elevado, pois garante redução no custo unitário de produção e maior regularidade de oferta.

Figura 2 – Propriedades e produção de hortigranjeiros no Brasil



Fonte: Censo Agropecuário 2017 – IBGE, elaborado por YOKORO e Pereira (2018).

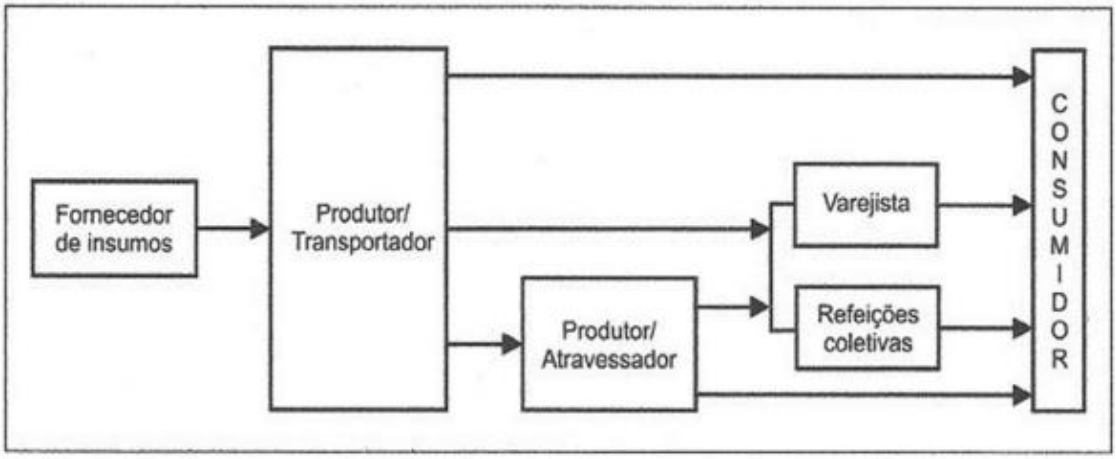
Os municípios com maior produção de alface no Brasil são Teresópolis (RJ), com uma produção de 51.388 tonelada; seguido de Ibiúna (SP) com uma produção de 50.015 toneladas; e Piedade (SP) com 41.357 toneladas, segundo o IBGE (2017). Tratam-se de cidades próximas dos grandes centros, com distâncias entre 75 km e 100 km, e que abastecem estes mercados consumidores, neste caso São Paulo e Rio de Janeiro.

Outro dado observado pelo IBGE é que, em termos de vendas de hortaliças no Brasil, a comercialização da alface é extremamente maior do que as outras hortaliças folhosas. Em 2017, enquanto a alface ocupava a primeira posição, com 611.584 toneladas, a couve, a segunda colocada, registra 152.941 toneladas comercializadas, ou seja, um quarto do volume comercializado com alface.

Segundo Vilela e Luengo (2017), de um modo geral a agricultura familiar corresponde a 80% da produção das olerícolas. Um dos motivos é a necessidade de se produzir muito próximo ao consumidor, a fim de se garantir a qualidade do produto, o que acaba implicando em um alto custo da terra, além de regiões apropriadas com boa disponibilidade hídrica e acesso logístico. Tal atividade se torna atrativa para os pequenos produtores, justamente por pertencer a um ciclo curto de produção, com colheitas frequentes e que geram fluxo de caixa constante. Além disso, seu cultivo não exige grandes extensões de terra.

De acordo com Faulin (2004), os principais elos da cadeia produtiva das hortaliças são os expressos na figura 3.

Figura 3 – Elos da cadeia produtiva das hortaliças



Fonte: Faulin (2004).

Percebe-se que os fornecedores de insumos vendem seus produtos aos produtores rurais. Estes, ao produzirem os produtos, repassam para o varejo ou diretamente aos consumidores finais. Ou, ainda, para um outro atravessador/produtor como no caso da empresa estudada nesse trabalho, a Seleto Orgânicos, que revende para o consumidor final. O varejista ao receber o produto também repassa para as refeições coletivas como no caso de escolas, igrejas, restaurantes etc.

Por sua vez, vale ainda destacar que o mercado da alface é um dos mais seletivos em renda, ou seja, quanto mais rico, mais se consome alface, chegando esse segmento a participar de mais de 50% do mercado consumidor (VILELA; LUENGO,2017).

3 Procedimentos metodológicos

Para o presente trabalho, utilizou-se de uma pesquisa qualitativa do tipo descritiva, pois como enfatiza Godoy (2005), o método constitui-se em uma ferramenta de pesquisa que se caracteriza por ter o ambiente natural como fonte de dados, e o pesquisador como instrumento fundamental, sendo os dados coletados à campo os fenômenos observados *in loco*.

Também foram utilizados dados primários coletados a partir de uma entrevista de campo com o responsável pela empresa Seleto Orgânicos, sediada na cidade de Ipatinga (MG), em outubro de 2020. Para Gil (2009) a pesquisa de campo é aquela realizada a partir de dados obtidos no lugar onde acontecem os fatos e fenômenos. Os dados foram coletados através de entrevista semiestrutura. O roteiro da entrevista se dividiu em três partes: primeiro, identificação da empresa; segundo, sobre a produção da alface; e terceiro sobre a comercialização e distribuição do produto, bem como as características presentes dentro dessa cadeia.

Os dados obtidos na coleta foram analisados e interpretados com base na análise de conteúdo que, segundo Cavalcante (2014), permite trazer um enriquecimento dos conteúdos estudados e aprofundar a compreensão das relações entre os indivíduos pesquisados.

4 Resultados e discussões

Segundo o IBGE (2017) a área cultivada com alface no mundo, foi de 1,27 milhões de hectares em 2018, onde foram produzidas 27,2 milhões e toneladas, com uma produtividade média de 21,4 toneladas por hectare cultivado. Houve um crescimento na área cultivada e na produção de aproximadamente 80% entre os anos de 1994 a 2018.

Já no Brasil, as folhosas ocupam lugar de destaque no cenário nacional da olericultura. De acordo com recente levantamento do Cenário Hortifrúti Brasil, quatro culturas pesquisadas (alface, repolho, couve e brócolis) envolvem um contingente próximo a 1,5 milhão de produtores, com grande destaque para São Paulo, porém, marcando presença nos cinturões verdes das principais cidades em todos os Estados do país. Segundo dados do IBGE (2017), o Estado de São Paulo é o maior produtor e consumidor de alface no País (cerca de 137 mil toneladas em 8 mil hectares plantados), seguido do Paraná (54 mil toneladas em 2.845 hectares) e Minas Gerais (18 mil toneladas em 1.192 hectares semeados).

Deste total, a área ocupada com alface no país ultrapassaria 86,8 mil hectares cultivados, por mais de 670 mil produtores, com volume produzido de 575,5 mil toneladas. A produção de alface no Brasil se concentra nas regiões Sudeste e Sul, com destaque para São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraná (IBGE, 2017). Os maiores polos da cultura, conforme registra o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), da Universidade de São Paulo (USP), são Ibiúna e Mogi das Cruzes, em São Paulo, seguidos de Teresópolis, no Rio de Janeiro, e Mário Campos e Caeté, em Minas Gerais.

É neste contexto brasileiro que se insere o caso da empresa Seleto Orgânicos.

4.1 A Seleto Orgânicos

Funcionando como parte ativa da cadeia produtiva da alface na cidade de Ipatinga, em Minas Gerais, a Empresa Seleto Orgânicos é caracterizada como uma microempresa, possuindo três funcionários fixos e outros dois temporários. As atividades realizadas pela empresa são de distribuição e venda à domicílio, de hortaliças, frutas, verduras e legumes provenientes de pequenos produtores da agricultura familiar, concentrados em duas áreas rurais que cercam a cidade de Ipatinga: Iapu e Ipaba.

A empresa é a única, na região do Vale do Aço mineiro, que possui credenciamento junto ao Organismo de Controle Social (OCS), que possibilita a venda direta de produtos oriundos da agricultura familiar em feiras e afins. Este mecanismo caracteriza-se por representar os produtores de sua região e está devidamente cadastrado no MAPA. Esta é a denominada comercialização em ciclos curtos, onde a garantia é passada diretamente do produtor para o consumidor. Além de poder vender seus produtos diretamente para os consumidores, também é permitida a venda à merenda escolar (através do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE) ou à CONAB (Programa de Aquisição de Alimentos – PAA SisOrg).

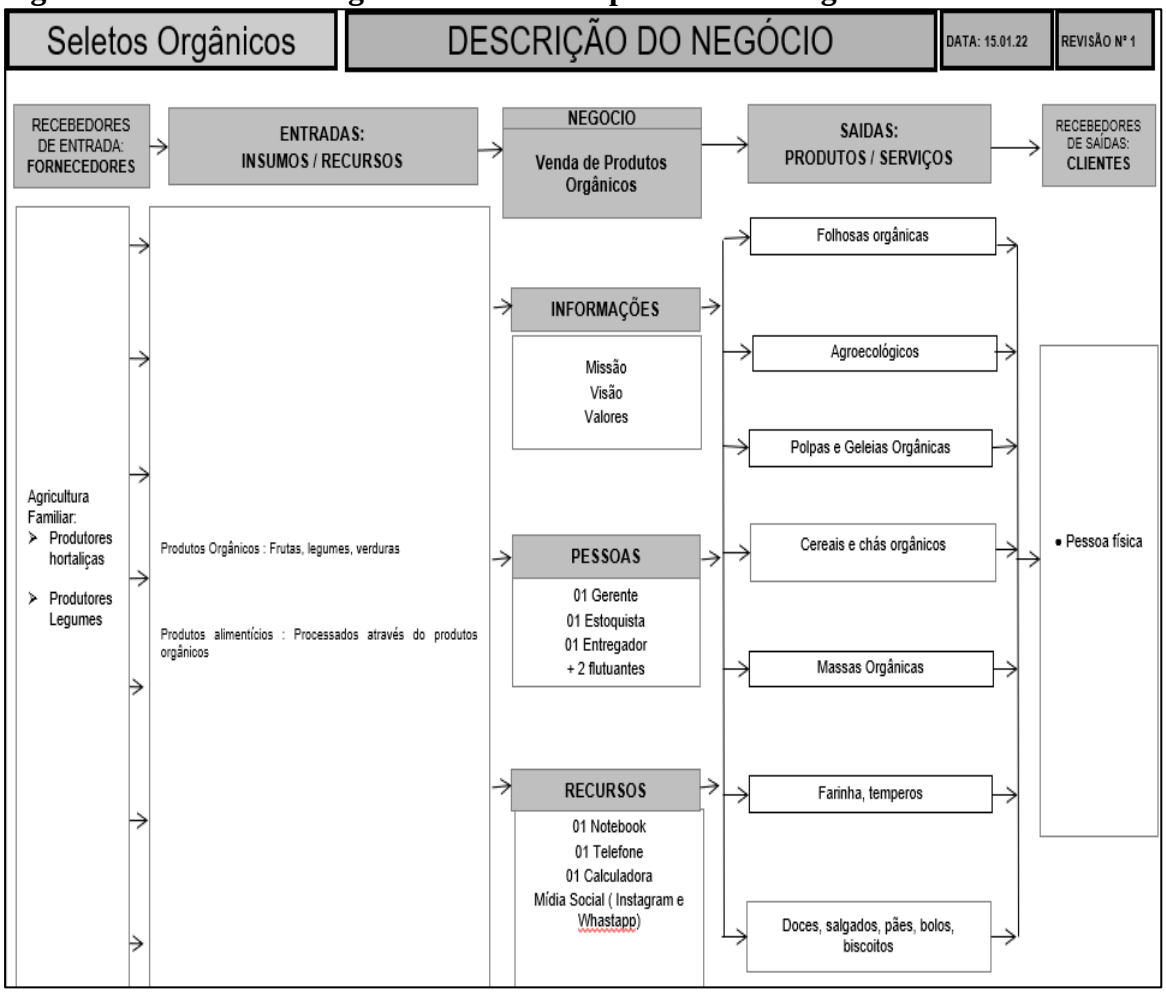
Além da venda das hortaliças, a empresa vende produtos confeccionados por esses mesmos agricultores, a partir de suas matérias-primas produzidas, tais como geleias, bolos, pães, doces etc. Seu portfólio atualmente apresenta mais de 30 itens que podem ser selecionados através do site da empresa, e de recursos de mídia, como Instagram e Whatsapp.

Como parte funcional da cadeia, e justamente por apresentar um fluxo rápido e contínuo pela característica de ser uma cadeia curta, um dos maiores desafios enfrentados pela empresa, atualmente, é o apontado pelos autores Vilella e Luengo (2004), quanto a perecibilidade dos alimentos. A logística entre o contato com os agricultores, o armazenamento e a distribuição

devem ser rápidos, requerendo cuidados específicos, como temperatura e luminosidade controlada, local específico para armazenamento e distribuição, além de agilidade e aplicabilidade na distribuição aos consumidores finais. O que, para o dono da empresa, trata-se de seu maior diferencial, hoje, é que não há exposição ou estoque dos produtos, sendo que os alimentos ofertados são sempre frescos. O alimento desde a colheita, até o consumidor final, entra em contato com apenas duas pessoas, o que permite uma maior higiene e menor risco de contaminação, diferente dos alimentos apresentados em sacolões, supermercados e mercearias, onde os produtos ficam expostos durante longos períodos. Outro ponto de extrema relevância é que todos os produtos in natura são totalmente livres de agrotóxicos, seja de pesticidas, controle de vegetação ou adubos sintéticos.

Como representação do funcionamento da empresa, no processo da cadeia produtiva da alface, tem-se a figura 4 a seguir.

Figura 4 – A estrutura organizacional da empresa Seleto Orgânicos



Fonte: elaborado pelos autores.

Como mecanismo geral de funcionamento, a empresa Seleto Orgânicos recebe pedidos semanalmente de seus clientes pelos canais de comunicação, sempre em dois dias determinados pela empresa (quartas-feiras e sábados). Por sua vez, a lista de pedidos é repassada no sábado mesmo para os agricultores/produtores para que sejam feitas as colheitas a partir desse planejamento inicial. A colheita e preparação dos produtos acontecem na terça-feira e os produtos chegam até o centro de distribuição da empresa no fim da tarde de terça-feira, onde são embalados e acondicionados em uma sala refrigerada, com umidade e temperatura

controladas, ficando ali até o dia seguinte, quando saem da refrigeração apenas no momento da entrega. Após as entregas a nova lista é disponibilizada para a próxima semana.

4.2 Dimensão do desenvolvimento sustentável

É possível que ocorram impactos para o meio ambiente durante a cadeia produtiva dos produtos, decorrentes dos processos de produção, distribuição, comercialização até seu destino final. Mesmo em uma produção voltada para o desenvolvimento sustentável, pautada na perspectiva de que os recursos naturais são finitos, existe sempre a necessidade de se gerir melhor a utilização de recursos a fim de se preservar o sistema como um todo. Dessa forma, Seifeit (2010) divide as dimensões do desenvolvimento sustentável em social, ambiental, geográfica, econômica, cultural e tecnológica.

A sustentabilidade vem ganhando cada vez mais destaque e importância nas atuais relações de produção e consumo dos alimentos no mundo. Dentro desse contexto, estão inseridos os produtores de alimentos orgânicos, que no atual cenário precisam conhecer e incorporar valores a seus produtos, associando a eles novos conceitos, como sustentabilidade e desenvolvimento sustentável (SOUZA, [*s. d.*])

Tendo como um dos objetivos a sustentabilidade ecológica, no Brasil o sistema orgânico de produção é regulamentado pela Lei Federal nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que normatiza a produção, processamento, distribuição, identificação e certificação da qualidade dos produtos orgânicos, tanto de produtos animais quanto os vegetais (Brasil, 2003).

Um estudo realizado com a intenção de discutir as distinções entre os alimentos orgânicos e convencionais, apresenta que 90% dos produtos orgânicos no país são classificados como de agricultores familiares, e que estes são responsáveis por 70% da produção orgânica. Ainda neste estudo, verifica-se que o mercado dos alimentos orgânicos vem crescendo mais rapidamente que o tradicional. (BORGUINI & TORRES, 2015).

De acordo com Vilela e Luengo (2017) a agricultura familiar responde a 80% da produção de olerícolas, que corresponde a uma classificação dentro da horticultura que se dedica ao cultivo de verduras e legumes, no qual se inserem as hortaliças folhosas, que por sua vez, são plantas de folhas comestíveis que possuem relevância nutricional, sendo a mais expressiva a alface, seguida do repolho, da couve, e da rúcula.

Borguini e Torres (2006) colocam que a produção orgânica de alimentos surge como uma alternativa ao quadro de contaminação química dos alimentos, buscando oferecer produtos isentos de resíduos químicos ou de aditivos sintéticos, o que representa um produto mais seguro para o consumo. Esta afirmação corrobora a encontrada em outro estudo, realizado por Bourn e Prescott (2002), o qual enfatiza a preocupação frequente dos consumidores com a saúde, sendo essa a principal motivação para consumir alimentos orgânicos. A ausência de agrotóxicos, como o principal atributo desses alimentos, tendo em vista o uso de pesticidas na agricultura convencional, é provável que os consumidores de orgânicos estejam, no mínimo, consumindo menores quantidade e tipos de resíduos.

Assim sendo, compreender sua cadeia produtiva e a forma como os produtores de orgânicos incorporam os aspectos ambientais, bem como os sociais e econômicos da sustentabilidade, em seus processos produtivos e em seus produtos, tende a ser um fator importante para a conquista e fidelização de consumidores (SÁ *et al.*, 2014). Além de embasar e sustentar planejamentos estratégicos, caso da empresa Seleto Orgânicos, que tem como missão promover e proporcionar, para todos os consumidores, acessibilidade a produtos hortifrúti produzidos de maneira sustentável, com qualidade e excelência, servindo como ponte entre as famílias do campo e as da cidade, auxiliando, assim, no desenvolvimento socioeconômico e cultural da região onde atua.

5 Considerações finais

O presente estudo mostrou que o mercado de alimentos orgânicos, além de importante, tem um forte potencial de crescimento nos próximos anos devido à mudança de padrão de compra das famílias. Estas estão cada vez mais atentas às escolhas sustentáveis, principalmente nas gerações mais jovens, associado ao compromisso de muitas instituições públicas e privadas com o fomento da agricultura sustentável.

Os canais de comercialização, disponíveis para os consumidores, têm se expandido com a incorporação dos alimentos orgânicos, em redes de varejo e em feiras específicas em todo o país. Isso facilita e aumenta a procura por esses produtos, fomentando ainda mais sua produção, como no caso aqui analisado da alface e da empresa Seleto Orgânicos.

Outro achado relevante se encontra nos canais de entrega à domicílio de cestas orgânicas, feitas diretamente pelos produtores e empresas (caso da Seleto Orgânicos), os quais ganharam maiores oportunidades de mercado, visto que este serviço atende as demandas de praticidade dos consumidores e geram maiores rendas aos produtores quando se compara com as redes de varejo tradicionais. Também podem melhorar o fluxo de informação ao longo da cadeia através da geração de dados de consumo, orientando a produção e a distribuição.

Enfim, como sugestão para futuros trabalhos, indica-se a necessidade de estudos em torno de outros elos da cadeia de produção da alface, em particular, assim como da cadeia produtiva de outras hortaliças. Sugere-se igualmente a realização de estudos que possam comparar as cadeias produtivas tradicionais e as orgânicas de diferentes hortaliças, e mesmo de hortifrutigranjeiros em geral, para definir com mais profundidade vantagens e desvantagens de cada uma delas.

6 Referências

BATALHA, M. O., & SILVA, A. L. (2007). **Gerenciamento de sistemas agroindustriais: Definições, especificidades e correntes metodológicas**. Em M. O. Batalha (Ed.), Gestão agroindustrial (p. 1). São Paulo: Atlas.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento. **Lei Federal no 10.831 de dezembro de 2003. Dispõe sobre normas para a produção de produtos orgânicos vegetais e animais.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 23 dez 2003. Seção 1, p.11

BOURN, D. & PRESCOTT, J. **A Comparison of the nutritional value, sensory qualities and food safety of organically and conventionally produced foods**. Crit Rev Food Sci Nutr. 2002; 42(1): 1-34.

BORGUINI, R. G.; TORRES, E. A. F. da S. Alimentos orgânicos: qualidade nutritiva e segurança do alimento. **Segurança Alimentar e Nutricional**, [*s. l.*], v. 13, n. 2, p. 64–75, 2015. Available at: https://doi.org/10.20396/san.v13i2.1833

CAMARGO FILHO, W. P.; CAMARGO, F. P. PIB da produção de hortaliças no Estado de São Paulo, 2017. **Portal Attale Agronegócios**, São Paulo, 14 fev. 2019. Disponível em: https://attaleadigital.com.br/iea-instituto-de-economia-agricola-pib-da-producao-de-hortalicas-no-estado-de-sao-paulo-2017/. Acesso em: 08 jun. 2021.

CNA. CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL. **Mapeamento e qualificação da cadeia produtiva das hortaliças no Brasil**. Brasília: CNA, 2017.

ECHER, R.; LOVATTO, P. B.; TRECHA, C. O.; SCHIEDECK, G. **Alface à mesa: implicações socioeconômicas e ambientais da semente ao prato**. Revista Thema , v.13, n.3, p. 17-29, 2016

FAULIN, E .J. **O uso de system dynamics em um modelo de apoio a comercialização.2004**. Dissertação (Mestrado em Ciências Exatas e da Terra) Universidade federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

IBGE –Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2006. Censo Agropecuário de 2006. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acessado em: 10 de Jan. de 2022

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censo Agropecuário 2017. Disponível em: . Acesso em: 10 Jan. 2022.

ORMOND, J.G.P. et al. - Agricultura orgânica: quando o passado é futuro. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, 2002.

PEDROSO, M. T. M. A epidemia do Coronavírus e as cadeias produtivas de hortaliças.

PINTO, L.M. Agronegócio brasileiro e mercados globalizados. 2005. Disponível em:. Acesso em: 10 Jan. 2022.

RESENDE, F. V. S.; SAMINÊZ, T. C. O.; VIDAL, M. C.; SOUZA, R. B.; CLEMENTE,F. M. V. Cultivo de alface em sistema orgânico de produção. Brasília, DF:Embrapa Hortaliças, 2007. 16 p. (Circular Técnica, 56).

SÁ, M. A. *et al.* Organic farmers and sustainability. **Revista Brasileira de Agroecologia**, [*s. l.*], v. 9, n. 2, p. 84–97, 2014.

SEIFEIT, M. E. Sistemas de Gestão Ambiental. São Paulo : Atlas, 2010.

SILVA, L. **Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas**. Universidade Federal do Espírito Santo: Departamento de Engenharia Rural. Boletim Técnico: MS: 01/05, 2005

SOUZA, J. D. E. P. **Análise S . W . O . T . cadeia produtiva do tomate de mesa em Goiás , sob aspectos das dimensões do desenvolvimento sustentável**. [*s. l.*], [*s. d.*].

VIAL, L; SETTE, T. C. C.; BATISTI, V. S.; SELLITTO, M. A. **Arranjos produtivos locais e cadeias agro-alimentares: revisão conceitual.** GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas, v. 4, n. 3, p. 105-121, jul./set. 2009.

VILELA, N. J.; LUENGO, R. F. A. **Produção de Hortaliças Folhosas no Brasil. Campo & Negócios, Uberlândia**, ano XII, n. 146, ago 2017.

YOKORO, G. K.; PEREIRA, J. A. Produção e comercialização da alface. **Revista Científica Agropampa**, v. 3, n. 3, p. 64-79, 12 dez. 2021