



## COMERCIALIZAÇÃO DE LEITE ORGÂNICO NO BRASIL: DADOS PRELIMINARES DE CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO PRIMÁRIO *ORGANIC MILK COMMERCIALIZATION IN BRAZIL: PRELIMINARY DATA FOR THE PRODUCTION SEGMENT*

**Autor(es):** Claudia De Mori<sup>1</sup>, Fernanda Samarini Machado<sup>2</sup>, André Luiz Monteiro Novo<sup>3</sup>  
e Fabio Homero Diniz<sup>4</sup>.

Filiação:<sup>1,3</sup> Embrapa Pecuária Sudeste, <sup>2,4</sup> Embrapa Gado de Leite

E-mail: <sup>1</sup>claudia.de-mori@embrapa.br, <sup>2</sup>fernanda.machado@embrapa.br;  
<sup>3</sup>andre.novo@embrapa.br; <sup>4</sup>fabio.homero@embrapa.br.

**Grupo de Trabalho (GT):** nº1 Mercados Agrícolas e comércio exterior

### Resumo

O objetivo deste trabalho foi analisar a dinâmica e os principais desafios relacionados à comercialização de leite orgânico no segmento de produção primária. Dados relacionados ao destino da produção, perfil de produtos derivados produzidos e principais problemas de comercialização foram coletados junto aos produtores orgânicos por meio de formulário on-line e contatos telefônicos, nos anos de 2020 e 2021. Os dados coletados de 91 propriedades de produção de leite orgânicos foram analisados por meio de estatística descritiva. Os dados demonstraram a existência de três perfis de comercialização de leite orgânico pelos produtores, sendo o escoamento da produção feita via comercialização para a indústria de processamento o de maior ocorrência, em especial no estado de São Paulo. Um terço dos produtores adotavam a estratégia de agroindustrialização e comercialização em múltiplos canais.

**Palavras-chave:** Leite orgânico; Produtos derivados de leite orgânico; Mercados agropecuários.

### Abstract

*The objective of this study is to analyze how organic milk trade occurs in Brazil and their main challenges to the farmers. Data related to the destination of production, manufactured products and the main marketing problems were obtained through interviews, which were held online or by phone with 91 organic dairy farmers in 2020 and 2021. The collected data were synthesized using descriptive statistics. The results showed three different kinds of organic milk trade. The most common was the one whose production is sold to industries, mainly in the state of São Paulo. The strategy of agro-industrialisation and trade in multiple channels was adopted by one third of organic dairy farmers.*

**Key words:** Organic Milk; Organic milk products; Agricultural markets.

## 1. Introdução

Os produtos originários da agricultura orgânica são considerados diferenciados em sua qualidade e recebem um selo orgânico de certificação, que é um selo de qualidade, o qual indica que o produto foi produzido e processado conforme as normas estabelecidas internacionalmente ou de cada país (Khatounian, 2001). Segundo Willwe, Schlatter e Trávníček (2023), a agricultura orgânica é praticada em 191 países, sendo mais de 76 milhões de hectares de terras agrícolas manejadas organicamente por pelo menos 3,7 milhões de agricultores, alcançando um total de vendas mundiais de alimentos e bebidas orgânicas de quase 125 bilhões de euros em 2021. Cerca de dois terços do total das terras agrícolas orgânicas eram pastagens, totalizando mais de 49,5 milhões de hectares (Willwe, Schlatter e Trávníček, 2023).

O leite orgânico é um alimento produzido por vacas, búfalas, cabras ou ovelhas em uma unidade orgânica de produção, com garantia de qualidade e rastreabilidade por meio de certificação em conformidade a legislação vigente, atestada pelo selo “Produto Orgânico Brasil”, do Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica (Machado *et al.*, 2022).

A produção animal orgânica, ainda em menor expansão que a produção vegetal orgânica, traz uma série de desafios adicionais em relação ao manejo dos animais, bem como



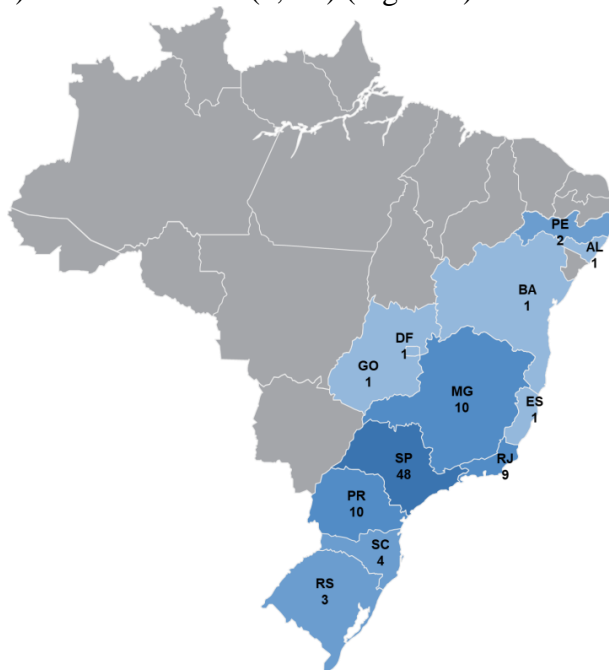
em termos da logística dos produtos, os quais requerem uma cadeia de frio estruturada e tem baixa escala de produção. Neste sentido, o processo de comercialização passa a ser um importante gargalo para acesso a mercado para produtores de leite orgânico e expansão da oferta. Procurando auxiliar na compreensão do mercado de leite orgânico no Brasil, o objetivo desta pesquisa foi analisar a dinâmica e os principais problemas relacionados à comercialização de leite orgânico no segmento de produção primária.

## 2. Metodologia

O levantamento para caracterização do processo de comercialização do leite orgânico foi executado com base no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO/MAPA), sendo coletados dados por meio de formulário *on-line* e contatos telefônicos. O período de coleta compreendeu os anos de 2020 e 2021. O levantamento de dados contemplou os seguintes aspectos: certificação, destino da produção, derivados lácteos produzidos pelos produtores e principais problemas de comercialização. Os dados coletados foram digitalizados e analisados por cálculos de frequência absoluta e de frequência relativa. As informações sobre os problemas relacionados à comercialização foram sintetizadas para possibilitar melhor interpretação e entendimento dos resultados.

## 3. Resultados e discussões

Foram coletados dados de 91 produtores de leite orgânicos, totalizando 59,5 % do total de cadastrados em 2021. Ressalta-se a ocorrência de registro no cadastro do casal de proprietários ou de todos os membros de grupos coletivos o que amplifica o número de registros sem efetiva correspondência no número de unidades produtivas. A maioria das unidades produtivas da amostra era do estado de São Paulo (52,7%), seguido dos estados de Minas Gerais (11,0%), Paraná (11,0%) e Rio de Janeiro (9,9%) (Figura 1).



**Figura 1.** Distribuição das unidades de produção de leite orgânico amostradas.

Em termos de perfil de certificação, a quase totalidade já possuía certificação (93,4%) e uma pequena parte (6,6%) encontrava-se em processo de conversão. Das propriedades certificadas, 73,6% delas possuíam processo de certificação por auditoria (certificadoras



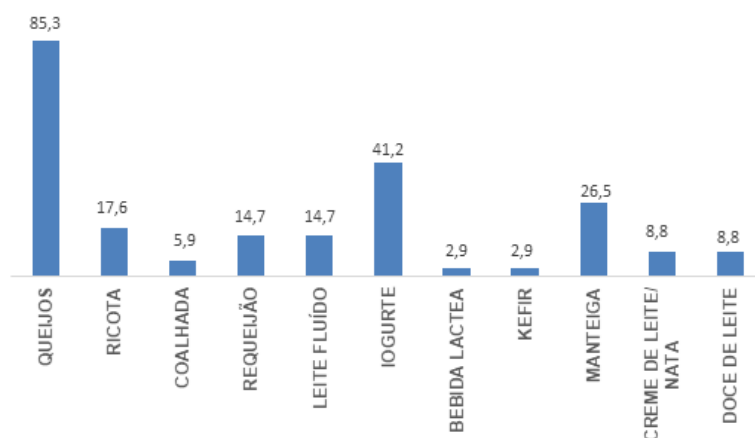
públicas ou privadas), 24,5% participavam de Organismo Participativo de avaliação de qualidade orgânica (OPAC) e somente 2,2% integravam a certificação via Organização de Controle Social (OCS). No entanto, 73,5% das propriedades comercializavam o leite como orgânico e 26,5% o vendiam como leite convencional (não orgânico).

O leite é a principal fonte de renda para 69,2% das propriedades da amostra. Para 45,1% delas, o leite representa mais que 75% da renda da propriedade e para 20,9%, de 50 a 75% da renda. Nas propriedades que exploram outros produtos orgânicos além do leite (38,5% do total das propriedades da amostra), o cultivo de hortaliças/olerícolas (51,4% destas propriedades), grãos (28,6%) e frutas (17,1%) são as produções mais mencionadas.

A maioria das propriedades do levantamento (62,6%) comercializa a matéria-prima para uma indústria de processamento ou laticínio, sendo que 77,2% destas propriedades localizavam-se em São Paulo e 52,6% destas propriedades comercializavam o produto para uma única empresa multinacional, cuja finalidade era produzir leite em pó orgânico.

Um pouco mais de 1/3 das propriedades (37,4%) possuem processamento próprio de derivados lácteos orgânicos. Mais da metade destas unidades localizam-se nos estados do Rio de Janeiro (20,6%), Paraná (17,6%) e Minas Gerais (14,7). Nos estados de Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Pernambuco e Rio Grande do Sul e o Distrito Federal, todas as propriedades realizavam produção de derivados. No estado de São Paulo, com maior número de unidades de produção, somente 8,3% das propriedades realizava algum tipo de produção de derivados.

Dentre as propriedades com agroindustrialização, 32,4% ofertavam somente um produto derivado, 20,6% possuíam dois produtos processados e 41,2% produziam mais que três produtos, sendo que 5,9% da amostra não identificou o número de produtos derivados. A Figura 2 apresenta a distribuição de produtos derivados.



**Figura 2.** Perfil de produtos ofertados pelas propriedades com processamento de derivados.

Um total de 11 diferentes derivados lácteos foram mencionados como processados. O queijo é o principal derivado produzido pelo grupo de unidades que processam a matéria-prima (85,3% das propriedades com agroindustrialização própria), seguido do iogurte (41,2%), manteiga (26,5%) e ricota (17,6%).

Os dados demonstram que no período analisado, três perfis de comercialização de leite orgânico predominaram: (a) comercialização de matéria-prima para indústria de processamento, especialmente no estado de São Paulo e concentrado em uma empresa multinacional que implementou um projeto de estímulo a produção a partir dos anos 2018; (b) processamento da matéria-prima e oferta em lojas especializada, lojas virtuais, pequenos mercados e restaurantes; e (c) processamento da matéria-prima e oferta em feiras e/ou venda direta na propriedade. Parte das propriedades com processamento de derivados emprega canais indiretos e diretos (b e c) e, no caso dos indiretos, prevalecem canais com um ou dois



intermediários. O mercado institucional, voltado ao abastecimento de instituições públicas dentro de programas governamentais, é inexistente.

Os principais problemas de comercialização mencionados pelos produtores foram:

- Pequeno número de consumidores do produto (nicho de mercado) ou poucos compradores da matéria-prima (dependência de uma empresa compradora) (30,8% das propriedades mencionaram);
- Mercado concentrado em grandes centros urbanos impactando na logística de distribuição dos produtos derivados, em função de grandes distâncias e altos custos de infraestrutura e transportes associados (9,9%);
- Custos de produção são mais elevados comparando-se a alternativas convencionais e preços limitados para suporte a este custo (7,7%);
- Mercado instável, concentrado em grandes centros populacionais, com alta incerteza de comercialização (7,7%).

Outros problemas citados em menor ocorrência: desconhecimento sobre os produtos orgânicos pela população, altas margens praticadas pelos intermediários, dinâmica e custos adicionais do processo de certificação, falta de apoio técnico e financeiro para design e aprovação de rótulos de derivados, curto período de validade dos produtos, altos custos de embalagens, baixa escala e regularidade de produção e aspectos regulatórios dos produtos.

#### **4. Considerações finais**

Os dados levantados permitem identificar generalidades e peculiaridades relacionadas à comercialização de leite orgânico no Brasil. No período 2020 e 2021, observa-se que o escoamento da produção era feita via comercialização para a indústria de processamento em quase dois terços das propriedades entrevistadas. Este perfil predomina em São Paulo e tem relação com o programa de estímulo a produção orgânica de uma empresa multinacional a partir de 2018. Esta configuração representa um grande fator de vulnerabilidade de acesso a mercado para os produtores e baixo potencial de expansão de mercado.

O terço restante dos produtores tem como estratégia a agroindustrialização e distribuição de seus produtos em canais de comercialização de um ou dois níveis ou canais diretos. Tal estratégia (agroindustrialização e múltiplos canais) possibilita aos produtores viabilizar mercado para garantir a venda de sua produção, diminuindo a vulnerabilidade, já que o número de consumidores ainda é pequeno e concentrado em grandes centros urbanos.

O processo de comercialização de leite e derivados lácteos orgânicos no país é um importante gargalo para a expansão e regularidade de oferta para todo território nacional.

#### **5. Referências bibliográficas**

- KHATOUNIAN, C. A. A reconstrução ecológica da agricultura. Botucatu: Agroecológica, 2001. 346 p.
- MACHADO, F. S.; DINIZ, F. H.; PIRES, M. F. Á.; SOARES, J. P. G. Leite orgânico: regulamentação para a pecuária leiteira orgânica no Brasil. Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite, 2022. 33p
- WILLER, H.; SCHLATTER, B.; TRÁVNÍČEK, J. The World of Organic Agriculture. Bonn: FiBL e IFOAM, 2023. 358 p.