

# DIFICULDADES NA EXPANSÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS EM UMA PEQUENA ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES RURAIS EM JUAZEIRO-BAHIA

Neusivan Furtado Matias Araújo<sup>1</sup>, Luana Angélica Freitas Rodrigues<sup>2</sup> e Waldenir Sidney Fagundes Britto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Graduanda em Ciências Contábeis - FACAPE, Campus Universitário, Petrolina/PE, neusivanfurtado@hotmail.com; <sup>2</sup>Graduanda em Ciências Contábeis - FACAPE, Petrolina/PE, luanaangelfr@hotmail.com; <sup>3</sup>Mestre, Professor orientador – FACAPE, Juazeiro-BA, waldenir@facape.br

**RESUMO:** A agricultura orgânica se apresenta como uma ótima oportunidade de negócio para a região do submédio São Francisco. As características agroclimáticas favoráveis ao cultivo da fruticultura irrigada possibilitam a região ter um grande potencial para o desenvolvimento e expansão, em especial da fruticultura orgânica. Diante dessa perspectiva, pequenos e médios agricultores da região se organizam em associações a exemplo da APROAC- Associação dos Produtores Orgânicos da Adutora de Caraíba e Adjacências com a finalidade de se auto-afirmarem como produtores e comerciantes, na busca de espaço no mercado interno e externo. Apesar das condições favoráveis citadas acima, a APROAC vem encontrando sérias dificuldades em expandir a sua produção e comercializar os seus produtos. Nesse sentido, pretendem-se com este trabalho identificar quais os fatores que interferem na expansão da produção e comercialização de produtos orgânicos na APROAC, em Juazeiro-Bahia. O método de pesquisa utilizado foi a aplicação de um questionário com perguntas semi-estruturadas e abertas aos associados. Constatou-se que a APROAC enfrenta deficiências relacionadas a políticas públicas, destacando-se a dificuldade de acesso a financiamento/crédito, falta de estrutura gerencial e logística e também sua pequena escala de produção, que muitas vezes impede o acesso ao mercado..

**Palavras-chave:** Alimentos orgânicos; políticas públicas; Sub-Médio São Francisco;

## INTRODUÇÃO

Em um contexto de temor frente aos riscos alimentares promovidos pelos malefícios causados pelos agrotóxicos, às dúvidas com relação aos organismos geneticamente modificados, o aparecimento de doenças como a vaca-louca e, a recente gripe aviária e a contaminação por dioxina na Bélgica, vêm despertando interesse não só aos pesquisadores e cientistas, mas a grande parte da população mundial..

Os produtos orgânicos por serem cultivados sem o uso de adubos químicos ou agrotóxicos, são alternativas mais saudáveis para o ser humano e também para o meio ambiente.

Embora a busca por uma alimentação mais saudável venha sendo orientada por conhecimentos científicos relacionados à saúde do ser humano e do planeta, seu consumo efetivo, ainda, permanece restrito às parcelas populacionais de nível sócio-econômico mais elevado. Torna-se, portanto, uma responsabilidade social das Instituições de Pesquisa e poder público levar estes benefícios para as populações mais carentes.

Como estratégias de fortalecimento e centrados no pressuposto de melhores condições de enfrentamento da competitividade de produção e comercialização estes produtores optam na maioria dos casos em formação de associações de produtores, nesta construção histórica.

A reboque dos grandes investimentos em projetos de irrigação na região do médio São Francisco, surgiram pequenos produtores, que optaram por formas alternativas de produção. Uma destas formas é a produção de alimentos orgânicos na região de Juazeiro da Bahia, como empreendimento de pequenos produtores, desenvolvida por meio da agricultura familiar.

A formação de associações de produtores é considerada na região uma estratégia vital para o sucesso dos pequenos negócios de agricultura orgânica. A APROAC- Associação dos Produtores Orgânicos da Adutora de Caraíba e Adjacências, constitui um destas casos.

As associações representam para os trabalhadores a garantia da potencialização de seus negócios, efetivamente naquilo que é mais difícil para eles, como por exemplo a logística e gerenciamento.

A APROAC tem investido em qualidade, por meio de capacitação dos produtores associados, o que tem resultado em um crescente aumento e melhoria de seus produtos, chegando a exportar 80 toneladas de manga da safra 2006 para os Estados Unidos, no entanto apresenta fragilidade no que se refere ao gerenciamento e consolidação financeiros e econômicos o que tem comprometido sua auto-afirmação no mercado.

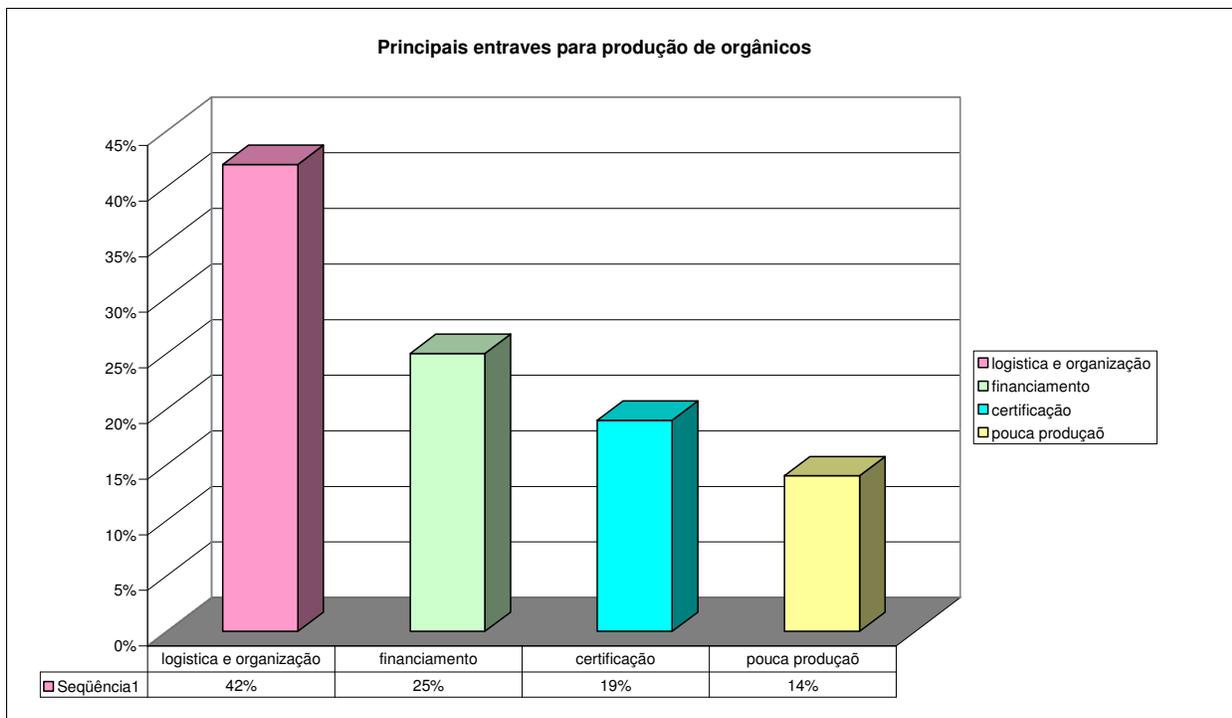
Diante dessa situação este trabalho tem como objetivo identificar os fatores que interferem na expansão da produção e comercialização de produtos orgânicos da APROAC, em Juazeiro da Bahia.

## METODOLOGIA

### Principais entraves para produção de orgânicos no norte e nordeste do Brasil

Uma pesquisa realizada pelo projeto DEB-Biofach e Fundação Konrad Adeneauer, de abril a junho de 2004, com 62 grupos de produtores orgânicos do Norte e Nordeste do Brasil sobre as principais dificuldades enfrentadas para acesso a este mercado, constatou que a área logística/ organizacional ficou em primeiro lugar com 42% (especialmente no que se refere a transporte para escoamento), o segundo problema mais nomeado se refere a financiamentos/ acesso ao crédito com 25%, seguido por dificuldades com certificação/ legislação com 19% e finalmente a pequena escala de produção com os 14% restantes.

Gráfico 01 – Principais Entraves para produção de orgânicos



FONTE: KIISTER, Angêla & MARTÍ, Jaime Ferre-2004

## COMERCIALIZAÇÃO

Todo produto orgânico parte de um pressuposto de que está atrelado ao “comércio justo”, que possibilita uma distribuição ampla da renda e ganhos para toda a cadeia, dos produtores aos consumidores. Segundo a Fair Trade Federation.

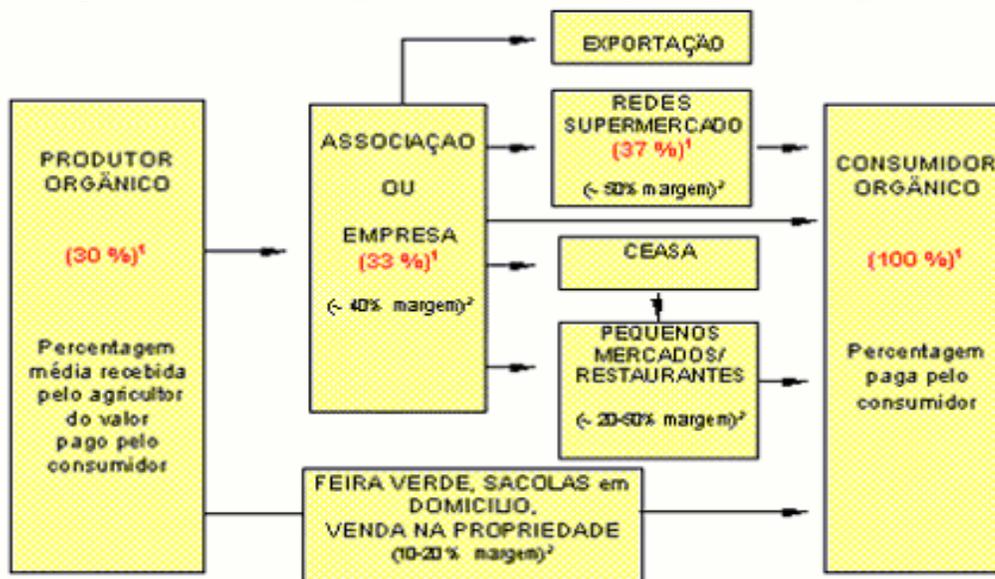
“O comércio justo é aquele em que as relações entre parceiros comerciais são baseadas em benefícios recíprocos e respeito mútuo”. (GARCIA, 2000)

Neste sentido a comercialização torna-se também um desafio, pois é preciso ir além de expandir o mercado para o produto, devem-se construir novas relações entre produtores, comerciantes e consumidores.

### Fatores que desencadeiam as diferenças de preços na comercialização dos produtos orgânicos

De acordo com uma pesquisa de opinião pública realizada na cidade de Curitiba, comparando diversos aspectos entre as feiras do município, dentre eles os preços, foi comprovado como mostra a figura 1, que o preço final para o consumidor varia conforme o local de compra e o tipo de produto adquirido. Um produto comprado numa feira livre chega a ser 30 % mais barato que nas redes de supermercados. Esse percentual pode chegar a diferenças de 100%, em produtos como o tomate e a batata.

Figura 1 - Canais e margens de comercialização de produtos orgânicos



FONTE: DAROLT (2000)

NOTA: Para análise das percentagens médias recebidas pelo agricultor, associação/empresa e supermercados, foram avaliados cerca de 40 produtos orgânicos.

(<sup>1</sup>) Percentagem média recebida do valor final pago pelo consumidor.

(<sup>2</sup>) Valor percentual adicionado ao preço do produto recebido, para cobrir os custos de comercialização e retirar a margem de lucro

Este trabalho foi realizado a partir de pesquisa bibliográfica e estudo de caso realizado na APROAC – Associação dos Produtores Orgânicos da Adutora de Caraíba, especificamente com os associados. O Estudo de campo foi desenvolvido através de observação e entrevista, processo interativo pelo contato do pesquisador com a situação pesquisada. Partiu de

questões, cuja dimensão e abrangência, foram se definindo a medida que os estudos, as observações e entrevistas foram acontecendo e as demandas se identificando. Os instrumentos utilizados para entrevistas, foram questionários com perguntas semi-estruturadas e abertas às quais possibilitaram informações qualitativas e quantitativas e foram realizadas visitas para observação, nas roças dos associados da APROAC e no setor administrativo.

Para confronto e validação do trabalho as informações coletadas, após uma análise qualitativa, foram comparadas a outras experiências citadas por autores e estudiosos do assunto no Brasil. Ressaltam-se as limitações deste trabalho, ocasionada pela limitação bibliográfica, bem como pelo sentimento generalizado entre os associados, de que suas dificuldades são decorrentes da exclusividade de fatores externos a associação, transferindo para outros, parte significativa da responsabilidade de suas atividades.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A APROAC- **Associação dos Produtores Orgânicos de caraíba e adjacências** foi constituída em novembro de 2004, através da iniciativa de 30 produtores. A mesma está localizada no perímetro irrigado do distrito de Maniçoba, a 40 quilômetros de Juazeiro na Bahia. Atualmente é composto por 17 associados, todos pequenos produtores que têm como fonte de renda principal a venda de seus produtos o que chega em média a um salário mínimo mensal. A associação tem por finalidade promover a agricultura orgânica (praticada), em seus aspectos tecnológicos, legais, gerenciais de recursos humanos, econômicos e financeiros. Possui uma área disponível de 180 hectares, sendo utilizados atualmente, já produzindo 80 hectares, com plantação de banana, coco, limão, manga e maracujá, todos com selo de certificação concedido pela Skal International do Brasil, uma associação certificadora holandesa e brasileira que atua no mercado de certificação de produtos agrícolas.

A gestão da associação está pensada num desenho participativo, cujo objetivo principal é alcançar a eficiência mediante processos democráticos, tendo por critério não apenas o retorno econômico, mas a participação de todos nos debates e tomadas de decisões.

Os produtores são motivados, mostrando grande empenho e entusiasmo no trabalho que realizam, há um nível muito bom de conscientização com relação aos benefícios individuais e sociais que a produção e o consumo alimentos orgânicos promovem, inclusive em termos ambientais, embora o nível de escolaridade dos associados seja predominantemente a educação básica.

A capacitação destes associados foi realizada com o apoio do SEBRAE, através dos cursos: Programa de Redes Associativas, visando fortalecer as relações interpessoais entre produtores e também, objetivando a elaboração de um plano de ação compartilhado de opiniões entre os participantes; Programa de Qualidade Total na Agricultura Irrigada, voltado para a área de gestão da propriedade rural; Curso Básico de Produção Orgânico, visando a ampliação da área produtiva e Capacitação para Mercados Interno e Externo, através da Pillar Group Consultoria (NAJ HARB).

Com a aplicação dos questionários junto a todos os associados da APROAC, foram detectados que os principais fatores, em ordem de relevância, que dificultam sua expansão na produção e comercialização são:

### **I - Financiamento:**

Os entrevistados destacaram a falta de apoio de políticas públicas direcionada aos pequenos produtores, como também a grande burocracia dos bancos oficiais para atendê-los. De concreto foi efetivado em 2005, um financiamento através do PRONAF D - Programa de Nacional de Apoio à Agricultura Familiar pelo Banco do Brasil, tendo como

objetivo o custeio do maracujá, sendo R\$ 6.000,00/ produtor, atendendo de forma parcial as necessidades dos associados.

Este fato tem dificultado imensamente, o avanço dos negócios da associação, a mesma está constituída por produtores pobres que têm nos lucros de seus produtos comercializados uma forma de complementação de renda para a própria sobrevivência familiar, sendo assim, não dispõem de recursos para investimentos. E sem esta condição de capital próprio e a ausência de investimentos financeiros por parte do governo torna-se inviável atingir o desenvolvimento necessário e desejado por todos.

## II- Gerenciamento:

Destaca-se a falta de pessoal técnico-administrativo qualificado para o desenvolvimento dos serviços e atividades técnicas e gerenciais. A escassez de recursos impede a contratação de funcionários capacitados para desenvolver atividades relacionadas com os serviços de administração, contabilidade, computação e assistência Técnica o que termina prejudicando o controle interno da associação, como também o acompanhamento do trabalho no campo.

## III- Logística:

A precariedade e má conservação das estradas da região e a falta de transporte adequado, dificulta o escoamento da produção. Constata-se que o Estado, também está ausente no que se refere infra-estrutura básica, elemento fundamental para que a produção chegue ao mercado consumidor em boas condições de consumo.

Os produtos não são armazenados em locais apropriados, pois a associação não dispõe de câmaras frias para estocagem dos produtos colhidos que são altamente perecíveis;

Em relação ao marketing, há uma grande deficiência na divulgação dos benefícios que os produtos orgânicos oferecem para a saúde e o meio ambiente, pois a associação não dispõe de verba suficiente para fazer esse tipo de campanha, como também, o governo não dispõe em suas políticas de desenvolvimento, investimentos significativos neste sentido, no que se refere aos produtos orgânicos.

## IV – Produção/ comercialização:

A produção não atende a demanda da comercialização em grande escala o que provoca entraves nas negociações, tirando a oportunidade de que pequenos produtores façam parte do mercado global, onde as empresas transnacionais têm presença marcante. Tem presença tímida no mercado de exportação. Sua produção é comercializada no mercado local, regional e no mercado da capital de São Paulo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O resultado da pesquisa revelou que as dificuldades enfrentadas pela APROAC que interferem no seu desenvolvimento estão relacionadas em parte com a ausência de políticas públicas que atenda de forma satisfatória ao pequeno produtor. É necessário que os órgãos governamentais disponibilizem linhas de crédito que se adaptem a realidade da agricultura familiar e também realizem investimentos nas áreas de infra-estrutura de armazenamento, escoamento e comercialização da produção.

É notável também a falta de capacidade da gestão da associação, que aliada à carência de mão-de-obra capacitada para desenvolver tarefas técnicas/ administrativas ocasionam deficiência no controle interno, o qual interfere diretamente na organização burocrática e que de certa forma dificulta o atendimento das exigências dos bancos oficiais na liberação de financiamentos.

Com todas as dificuldades que a APROC enfrenta, ela é sem dúvida um exemplo de luta e resistência dos pequenos produtores e têm grandes perspectivas de crescimento num futuro próximo. Seus produtos têm a qualidade assegurada por um Selo de Certificação concedido pela Skal International do Brasil, uma associação certificadora holandesa e brasileira que atua no mercado de certificação de produtos agrícolas.

Apesar de ter uma produção pequena para atender o mercado em grande escala a APROAC conseguiu exportar 80 toneladas de manga da safra de 2006, para Nova Iorque, nos Estados Unidos, a negociação foi realizada durante a maior feira de produtos orgânicos do continente a BIOFACH. Em relação à safra de 2007, está fechada uma venda de 80 toneladas de manga para o Canadá, com prazo de entrega para outubro.

Por fim, concluímos que as dificuldades existem, mas que podem ser superadas na medida em que cada um faça sua parte. Cabe aos associados participarem mais diretamente da administração da associação. Ao Estado assumir seu papel na concretude de ações que de fato, ajude o pequeno produtor. Neste caso promovendo o alargamento da agricultura familiar de produtos alimentícios orgânicos, e fomentando a organização destes trabalhadores em associações a exemplo da APROAC.

Como contribuição desta pesquisa ao seu objeto de estudo, a APROAC, encaminhamos algumas sugestões de ações, possíveis de serem incluídas em seus trabalhos como procedimento de gestão a curto e médio prazo:

- I. Elaborar um plano estratégico de trabalho, onde sejam definidas metas de produção a serem cumpridas a curto e médio prazo.
- II. Apresentar um projeto de produção aos bancos oficiais, com fins de financiamento.
- III. Buscar parceria em instituições escolares objetivando ações educativas relacionadas à alimentação saudável que atinjam o público adulto e infanto-juvenil.
- IV. Buscar junto aos órgãos ambientais parcerias, para divulgação da importância do desenvolvimento sustentável e sua relação com a produção de alimentos orgânicos.
- V. Formar uma rede de associações, que gere maior poder de barganha junto aos compradores e que busque junto às esferas governamentais medidas mais arrojadas para o fortalecimento da produção de alimentos orgânicos, de forma que esta deixe de ser vista como uma forma de produção de uma alimentação alternativa para ser vista como uma solução para o bem estar do ser humano, a preservação do planeta e sua diversidade de vida e como uma atividade economicamente viável.
- VI. Buscar medidas junto a setores do meio científico para ampliação de técnicas de produção e gerenciamento. No tocante a técnica de produção, formar parcerias com a Faculdade de Agronomia do Médio São Francisco e a escola Agrotécnica, ambas situadas em Juazeiro- BA. Quanto às técnicas de gerenciamento aliar-se as faculdades de Juazeiro- BA e Petrolina- PE que tenham cursos direcionados nessa área, a exemplo da FACAPE, UNIVASF, FASJ, etc.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Agricultura orgânica e segurança alimentar** - Curitiba, 24 de novembro de 2003 - Eng. Agr. Iniberto Hamerschmidt. Disponível em <<http://www.agrisustentavel.com>> Acesso em 09 de junho de 2007

- A Agricultura Orgânica no Brasil**- Disponível em < <http://www.ibd.com.br/> > Acesso em 05/05/2007.
- BRASIL, MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, **Instruções Normativas nº 07, de 1999.**
- DAROLT, M.R. **As Dimensões da Sustentabilidade: Um estudo da agricultura orgânica na região metropolitana de Curitiba-PR.** Curitiba, 2000. Tese de Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Universidade Federal do Paraná/ParisVII.310 p.
- DAROLT, M.R. **Estado e característica atual da agricultura orgânica no mundo**, Revista Brasileira de Agropecuária, Ano I, nº. 09, 2000.
- EHLERS, E. **Agricultura Sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma.** São Paulo: Livros da Terra, 1996.
- GARCIA, I. **Produção Orgânica e mercado justo no Brasil e no mundo.** Revista Brasileira de Agropecuária, Ano I, nº. 09, 2000.
- Histórico da agricultura orgânica.** Disponível em <<http://www.aao.org.br/historia>> Acesso em 09 de junho de 2007
- KIISTER, Angêla & MARTÍ, Jaime Ferré, **Agricultura Familiar, Agroecologia e Mercado no Norte e Nordeste do Brasil.** 2004.
- O PAPEL DO CONSUMIDOR NO MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS** Disponível em <<http://www.planetaorganico.com.br/trabdarolt1.htm>> Acesso em 07 de junho de 2007