

Estratégias de integração

Desafios da pequena propriedade

Marina Darahem Mafud¹
 Luciano Thomé e Castro²
 Marcos Fava Neves³

COM UMA ocupação de aproximadamente 30% da área total de estabelecimentos rurais no Brasil, o agricultor familiar é considerado aquele que administra sua propriedade e a maioria dos trabalhadores são seus parentes. Em geral, esses produtores encontram diversas dificuldades para manter sua propriedade viável. Este artigo discutirá os desafios e oportunidades que pequenos produtores agrícolas encontram no Brasil, trazendo reflexões e propostas de ações para a iniciativa pública e privada.

As limitações enfrentadas pelos pequenos produtores rurais podem ser observadas nas diversas etapas do processo de produção.

A dificuldade inicial aparece na compra de insumo, difícil para pequenos produtores com restrição de crédito e pouco poder de barganha. Como consequência, verifica-se um baixo nível de tecnologia nesse tipo de propriedade.

Na etapa seguinte, da comercialização, fica clara a limitação enfrentada para ter acesso ao mercado consumidor, devido tanto à falta de infra-estrutura física como pela pouca informação disponível sobre preços e mercados. Essa ineficiência na comercialização também reflete a falta de um planejamento mais cuidadoso na escolha dos produtos a serem cultivados, considerando as características dos mercados finais a que se busca atender.

Quando se trata do mercado internacional, que tem grande potencial de altas demandas, porém com nível de exigência em relação à qualidade muito maior, a situação agrava-se ainda mais. Dessa forma, os produtores ficam extremamente

dependentes de intermediários para comercializar sua produção, fato que reduz consideravelmente a lucratividade da atividade.

Nessas condições, a sobrevivência dos produtores fica comprometida, pois a receita obtida é insuficiente para cobrir os custos de rotina da terra, como água e infra-estrutura, além dos novos investimentos para uma próxima safra. A partir daí, a tendência é que os pequenos produtores passem a viver numa cultura de subsistência. A ocorrência dessa situação traz a ociosidade e subutilização das áreas, chegando até ao abandono de terras em função da sua não-viabilidade, o que deixa todo o investimento público em infra-estrutura mal utilizado.

Porém, a situação nem sempre é uma regra. Diversas experiências de pequenos produtores agrícolas que se estruturaram de modo a serem competitivos no mercado permitem reflexões importantes acerca de estratégias eficazes para o sucesso da agricultura familiar.

O sucesso da produção agrícola familiar depende do planejamento, desde a escolha do produto a ser cultivado de acordo com as demandas do mercado, até a maneira como essa produção será comercializada. As experiências bem sucedidas mostram que a ação coletiva é fundamental para isso, sendo extremamente reduzida a capacidade que pequenos produtores têm de realizar o planejamento individualmente.

Entre as vantagens que a organização em cooperativa pode trazer nas etapas antes da porteira, destacam-se:

- A compra de insumos em condições vantajosas devido ao maior volume;
- A obtenção de financiamento com taxas reduzidas;
- O maior acesso às tecnologias disponíveis;
- O compartilhamento de custos fixos e de assistência técnica.

Com isso, a qualidade e a homogeneidade da produção agrícola tende a se elevar, permitindo o acesso a mercados mais exigentes e o estabelecimento de uma marca valorizada.

A comercialização também é beneficiada nesse tipo de arranjo, pois o maior volume comercializado, e a estrutura mais desenvolvida das cooperativas no que se refere à obtenção de informações, permitem o estabelecimento de contratos mais vantajosos com os intermediários que levarão esse produto às indústrias processadoras e aos mercados consumidores.

Situações opostas

Na região do Semi-Árido, é possível encontrar núcleos de produtores agrícolas que prosperaram, como na região de Petrolina e Juazeiro, que se tornou um grande pólo exportador, o que demonstra o potencial agrícola da produção de fruta irrigada na região.

Porém, em regiões próximas, encontram-se cadeias produtivas que, mesmo com condições naturais vantajosas, como é o caso da caprino-ovinocultura, não conseguem prosperar e gerar riqueza.

É preciso entender com mais detalhes onde estão os desafios para o desenvolvimento desse segmento de produtores, utilizando a ótica de cadeias produtivas, ou seja, olhando desde a compra dos insumos até a chegada do produto final ao consumidor de alimentos ou fibras.

Casos na cadeia produtiva

Cooperativa Pindorama

Situada em Alagoas, a 110 km de Maceió, é comandada por pequenos produtores, e todos os cooperados, além de fornecedores de matéria-prima, são donos do negócio e participam dos lucros. Com cerca de 32 mil hectares, a cooperativa possibilita o cultivo de coco, maracujá, abacaxi, acerola, além de pastagem para criação de bovinos leiteiros.

Utilizando como matéria-prima cerca de 80% das frutas cultivadas pelos cooperados, a Pindorama produz sucos naturais e derivados de coco, gerando cerca de 1.800 empregos no campo e 300 na indústria. O restante da matéria-prima é fornecido por pequenos produtores de municípios vizinhos. Além disso, a cooperativa é dona de uma usina de açúcar e álcool, que foi construída com recursos próprios.

No setor agrícola, a Pindorama possibilita ao cooperado, mediante contrato de colonato, o plantio e a exploração de glebas de terra de 5 a 25 ha. Nesse espaço, o colono pode cultivar com auxílio técnico da cooperativa. As glebas são cedidas aos colonos gratuitamente por meio de contrato, para que cultivem e colham ao longo de dois anos as culturas de interesse da cooperativa. O período de colonato pode ser prorrogado caso haja interesse de ambas as partes.

Modelo Souza Cruz

Apesar de serem menos freqüentes, também é possível encontrar parcerias bem sucedidas entre pequenos produtores rurais e grandes empresas. Um caso bem sucedido de parceria nesse modelo é o da Souza Cruz. Toda a sua matéria-prima é fornecida por pequenos produtores, que têm em média 20 hectares de terra, dos quais apenas 10% são utilizados para a produção de fumo.

Ao todo, são aproximadamente 40.000 famílias de agricultores, situadas principalmente no Rio Grande do Sul, Paraná e em Santa Catarina. Nesse modelo, a empresa garante a compra de toda a safra, e financia a produção, provendo assistência técnica, insumos e custeio do transporte da produção, conseguindo controlar a qualidade do produto entregue. Assim, o produtor garante melhor produtividade, além da certeza de vender toda a lavoura. Existe uma negociação coletiva de preços entre os produtores e a indústria, respeitando a necessidade de lucro de ambas as partes.

Prodapys

Empresa produtora de mel, geléia real, cera de abelha, própolis e pólen, situada em Araranguá, Santa Catarina, também é um caso de trabalho com pequenos produtores. Após dois anos de embargo por parte da União Européia ao mel brasileiro, atualmente a empresa é a segunda maior exportadora do Brasil. Para chegar a essa colocação, estabeleceu parceria com cerca de 800 apicultores.

Para obter qualidade para exportação, uma série de normas e padrões internacionais devem ser seguidos, começando pelas unidades de extração do mel, que devem ser registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. No futuro, essas regras serão exigidas para o mel comercializado internamente. Por isso, a Prodapys auxilia seus fornecedores a obter financiamento para fazer as adaptações necessárias, além de contar com visitas de avaliação em suas propriedades.

atividades, de maneira que todos saiam ganhando;

- Podem ajudar no financiamento da compra de insumos (já que sinalizam às instituições financeiras sua participação no negócio, reduzindo o risco);
- Provêem assistência técnica aos produtores, garantindo a qualidade do produto a ser entregue pelos mesmos.

Assim, nesse modelo de integração, o produtor se beneficia pela certeza de venda de sua lavoura a preços de mercado, e a empresa consegue obter matérias-primas na forma e no preço necessários. Pequenos produtores organizados podem tomar a iniciativa de procurar empresas que possam ter interesse em estabelecer negócios conjuntos, com contratos de longo prazo.

Somado aos esforços privados, existem também as ferramentas que a iniciativa pública tem para incentivar a inserção do pequeno agricultor no agronegócio. Por meio do fomento ao cooperativismo e ao associativismo entre pequenos produtores, os agricultores enfrentam os obstáculos de concorrência com maior competitividade. Mais do que dar recursos (mudas, máquinas etc.) e fomentar com crédito facilitado, a informação e capacitação são caminhos fundamentais.

Sabendo que o termo “agronegócio” abrange toda a produção, armazenamento e distribuição de produtos agrícolas, sem distinção de tamanho ou volume de produção, vê-se a necessidade de inserir pequenos produtores de forma competitiva no agronegócio brasileiro, por meio de um alinhamento das necessidades e dos interesses coletivos. Sendo assim, é importante entender, a partir de alguns exemplos de sucesso, fatores importantes para a inserção do pequeno produtor no agronegócio. Entender que associações coletivas funcionam para ganhos em ações conjuntas é fundamental. ■

Outra opção para os pequenos produtores está em arranjos com empresas que:

- Tenham acesso a recursos financeiros e aos mercados consumidores;
- Podem comprar parte ou mesmo toda a matéria-prima necessária de pequenos agricultores, se houver uma coordenação adequada dessas

1 Mestranda da Fearn/USP.

2 Doutor em Administração pela FEA/USP e membro da Markestrat (www.markestrat.org).

3 Prof. livre-docente da Fearn/USP e membro da Markestrat.