

Pequena propriedade

Evitar a exclusão

Ana Elia Bressan Smith Lourenzani*
 Andrea Lago da Silva**
 Paulo Furquim de Azevedo***

O AUMENTO da concorrência interna e externa leva os agentes das principais cadeias produtivas do agronegócio a buscar eficiência tanto nos processos produtivos como nas transações comerciais. As mudanças refletiram-se, de forma abrupta, nos pequenos produtores rurais, com sua exclusão em toda a América Latina, em face da sua incapacidade de:

- Adaptarem-se às novas demandas do mercado;
- Características intrínsecas de área e mão-de-obra reduzidas;
- Questões técnicas como baixas produtividade e qualidade dos produtos;
- Dificuldades na administração das propriedades como empresas rurais;
- Limitações econômicas como baixo nível de capital disponível para investimento;
- Fraquezas das políticas públicas de acesso a crédito e extensão rural.

No agronegócio, a inserção dos produtores nos mercados pode ser favorecida por ações coletivas em comportamentos colaborativos:

- Horizontais, entre indivíduos ou organizações de um mesmo ramo de atividade;
- Verticais, entre indivíduos ou organizações de diferentes ramos de atividade.

Isso pode modificar as relações sociais e de poder existentes, influenciar as políticas públicas para ampliar as possibilidades de desenvolvimento e superar a exclusão, desenvolver a capacidade dos indivíduos e, principalmente, abrir as portas para outra dimensão de bem-estar material.

Com base na análise de 10 estudos de caso de ações coletivas de sucesso nas

áreas de frutas, legumes e verduras (FLV), que agregam muitos pequenos produtores rurais, foram identificados pelo menos três pontos relevantes para o acesso a mercados:

Falta de escala

Relacionado com a quantidade, regularidade, diversidade e qualidade de produtos: grande parte dos pequenos produtores não é capaz de atender às exigências devido às características inerentes à falta de escala de produção. Essa deficiência pode ser suprida pela habilidade e pelo conhecimento.

O acesso à informação ajuda a desenvolver as habilidades em termos de qualidade. Já as ações coletivas horizontais são recomendadas para atender às demandas em termos de quantidade, regularidade e diversidade de produtos. Além disso, interferências no planejamento da produção e no nível tecnológico contribuem para a melhoria no atendimento às exigências do cliente.

O planejamento da produção deve ser avaliado em dois níveis distintos: individual e coletivo.

O planejamento individual envolve a adoção de ferramentas gerenciais e de tecnologia. Os sistemas de registros permitem o controle de custos e da produtividade, a implantação de rastreabilidade e a identificação de pontos críticos da produção (épocas de maior incidência de doenças e pragas, por exemplo).

Individualmente, os produtores devem manifestar o interesse pela informação, enquanto o grupo deve ser responsável por organizar ações de capacitação, treinamentos e dias de campo, entre outros eventos.

No planejamento coletivo, o principal desafio é alinhar a demanda dos clientes com a oferta do grupo, com a tomada de decisão conjunta das datas de plantio e colheita, das variedades a serem cultivadas, do sistema de produção e manejo, entre outros. A tecnologia de informação cataliza o processo, pois facilita a comunicação entre os agentes.

Programas de capacitação gerencial promovem o acesso dos produtores a ferramentas gerenciais. As iniciativas de instituições públicas, privadas e ONGs, palestras e cursos, ajudam a intermediar as negociações e trocas de informações. Os programas devem ser oferecidos e não impostos. Serão capacitados os grupos mais abertos ao conhecimento, dispostos a quebrar paradigmas e a enfrentar mudanças.

Incertezas

Os custos da interrupção da transação em face da possibilidade de oportunismo dos agentes causam incertezas e prejudicam o acesso aos canais de comercialização. A confiança equilibra os efeitos do oportunismo e reduz a incerteza. As interferências para prevenir comportamentos oportunistas e aumentar a confiança são relevantes para promover o acesso ao canal e a cooperação vertical. Há dois níveis de análise do oportunismo:

1. Acontece dentro do grupo e está relacionado com a presença de free-riders e o não-cumprimento das normas de comportamento pelos indivíduos no grupo (exemplo: a comercialização exclusiva da produção por meio da cooperativa). A solução passa pelo estabelecimento de normas claras de

conduta e pela aplicação de sanções quando do seu não cumprimento.

Medidas para fortalecer o capital social do grupo auxiliam a prevenção de comportamentos oportunistas, como a confiança, a coesão e a orientação para o longo prazo. Isso pode ser alcançado pela valorização da participação individual em encontros, concursos e palestras, em que os produtores possam compartilhar informações.

2. Ocorre entre o grupo e o cliente da cooperação vertical, relacionado com a possibilidade de interrupção no relacionamento, devido à falta de comprometimento entre as partes. Medidas para prevenir esse comportamento estão relacionadas com o compartilhamento de informações e a utilização de contratos formais. Informações sobre processo produtivo e previsões de colheita devem ser compartilhadas com os clientes envolvidos na ação coletiva. Já a previsão de demanda e o detalhe das exigências sinalizam o comprometimento do cliente com a ação coletiva. Essas medidas auxiliam a construção da confiança entre os agentes envolvidos na ação coletiva. A utilização de contratos formais, com salvaguardas para assegurar a manutenção do relacionamento, também é indicada para prevenir comportamentos oportunistas.

3. O poder de negociação é uma variável afetada pelo conhecimento acumulado do grupo, com base na experiência e no suporte gerencial fornecido por instituições públicas e privadas. O poder de negociação do grupo e a possibilidade de acesso a canais mais rentáveis caminham juntos, pois os produtores são capazes de exigir melhores condições em uma transação. O papel das instituições de apoio, tanto públicas quanto privadas, é de extrema importância para que os pequenos produtores sejam capazes de atender às novas demandas dos mercados e optar por canais de distribuição adequados aos seus objetivos. Além disso, elas devem intermediar ações

Recomendações para inserção de pequenos produtores em mercados

Variável	Diferença entre exigência desejada e atendida	
Onde atuar?	Quantidade, Regularidade, Diversidade e Qualidade	
O que fazer?	Planejamento	
Como?	Individual <ul style="list-style-type: none"> • Adoção de ferramentas gerenciais (sistemas de registro, controle de custos, de produtividade, rastreabilidade) • Adoção de tecnologia de produção 	
	Grupo <ul style="list-style-type: none"> • Adoção de TI • Alinhar demanda e oferta • Organizar capacitações, treinamentos, dias de campo 	
Variável	Incerteza na transação	
Onde atuar?	Prevenir oportunismo	Fortalecer a confiança
O que fazer?	Dentro do grupo	Grupo x Cliente parceiro
Como?	• Normas de conduta: Estatuto • Capital social com a participação dos indivíduos no grupo: Palestras, eventos e treinamentos	
		Compartilhar informações Grupo: <ul style="list-style-type: none"> • Previsão de colheita e processo produtivo • Utilizar contratos Cliente <ul style="list-style-type: none"> • Previsão de demanda e detalhe das exigências • Utilizar contratos
Variável	Poder de negociação do grupo	
Onde atuar?	Aumentar o poder de negociação do grupo	
O que fazer?	Oferecer suporte gerencial	
Como?	Horizontal	Vertical
	• Cultura associativa (cursos, palestras, experiências de sucesso)	• Melhorias necessárias para atender às exigências do mercado

coletivas horizontais e verticais. Horizontalmente, o apoio deve ser na forma de incentivo à cultura associativa, por meio de cursos, palestras e relatos de experiências de sucesso. Verticalmente, devem intermediar o estabelecimento da cooperação adaptando e traduzindo a demanda e a capacidade de oferta das partes envolvidas.

Assistencialismo

É importante destacar que, após o estabelecimento da cooperação, a participação das instituições deve ser reduzida, de forma gradativa, para evitar uma participação assistencialista.

Essas recomendações são sistemas inovadores, quando visam ganhos compartilhados de forma mais equitativa entre os diversos agentes dos canais de distribuição. Com políticas públicas e privadas orientadas para o ganho compartilhado entre os agentes, os produtores rurais

ganham a possibilidade de escolha do canal mais adequado para o escoamento da produção, com a geração de renda e interrupção do êxodo rural.

Esses são caminhos para evitar problemas econômicos e sociais decorrentes da exclusão do pequeno produtor dos principais canais de distribuição. Os benefícios serão obtidos não apenas pelos produtores rurais, no sentido de percepção de renda e fixação no campo, mas também na questão da segurança alimentar, à medida que a sua inserção proporcionará a oferta de alimentos em quantidade e qualidade socialmente desejáveis. ■

Artigo publicado no XLIV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. A pesquisa faz parte projeto do CNPq, junto com o Ministério da Ciência e Tecnologia e do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

* Professora da Unesp

** Professora da Universidade Federal de São Carlos

*** Professor adjunto da Fundação Getúlio Vargas