



Canais de comercialização da produção agrícola de um assentamento rural em transição agroecológica na região de Ribeirão Preto, SP

Commercialization channels of agricultural production of a rural settlement in agroecological transition in the region of Ribeirão Preto, SP

OLIVEIRA, Laíssa¹; NEVES, Marcos²; RAMOS-FILHO, Luiz Octávio²;
ROQUE, Amanda³; RAMOS, Myrian²; QUEIROGA, Joel²

¹Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), laissapo@gmail.com; ²Embrapa Meio Ambiente, marcos.neves@embrapa.br, luiz.ramos@embrapa.br, myrian.ramos@embrapa.br, joel.queiroga@embrapa.br; ³Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), amanda.almeida@hotmail.com

Tema gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

Resumo

O assentamento de reforma agrária Sepé Tiaraju foi criado com o desafio de buscar o seu desenvolvimento sob as diretrizes da agroecologia. O número de Sistemas Agroflorestais no assentamento cresceu significativamente nos últimos anos. A produção dos sistemas biodiversos se caracterizam, em geral, por uma grande variedade de produtos, mas nem sempre em quantidades suficientes para se obter uma escala que facilite a entrada em alguns mercados. Este estudo buscou identificar e caracterizar os canais de comercialização existentes no assentamento tendo como balizamento a sua adequação à comercialização da produção dos sistemas florestais biodiversos. Para o levantamento das informações foram utilizadas entrevistas semiestruturadas aplicadas a uma amostragem do universo dos agricultores definida pela técnica *bola de neve*. Aqui são apresentados os Resultados de uma análise preliminar destes dados, apontando os canais de comercialização identificados e suas principais características.

Palavras-Chave: sistemas agroflorestais; amostragem bola de neve, Sepé Tiaraju.

Abstract

Sepé Tiaraju is an agrarian reform settlement that was created with the challenge of pursuing its development under the guidelines of agroecology. In recent years the agroforestry systems number has grown significantly in the settlement. The production of high biodiversity systems is generally characterized by a wide variety of products, but not always in sufficient quantities to access all markets types. This work sought to identify and characterize the existing sale channels in the settlement, with a view to their suitability for commercialization of the production of biodiverse forest systems. To carry out data collection was used semi-structured interviews applied to a sample of the universe of farmers defined by the snowball technique. The results of a preliminary analysis are presented here focusing on the identified sales channels and their main characteristics.

Keywords: agroforestry systems; sampling snowball; Sepé Tiaraju.



Introdução

O assentamento rural Sepé Tiaraju, situado na região de Ribeirão Preto (SP), foi estabelecido formalmente no ano de 2004. Os primeiros Sistemas Agloflorestais (SAFs) foram estabelecidos em 2006 (RAMOS FILHO, 2013). Mais recentemente, por meio do projeto Microbacias 2, coordenado pela Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA-SP), foram implantados 35 novos SAFs. Embora com variedade nos desenhos estes sistemas apresentam grande número de espécies, projetando uma produção diversificada, principalmente de frutíferas.

A Embrapa Meio Ambiente em parceria com a Universidade Estadual Paulista (Unesp), a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e a SMA-SP realizam um projeto de pesquisa que dentre os objetivos estão: caracterizar as principais estratégias de comercialização utilizadas pelos agricultores familiares e identificar novas oportunidades de mercado e de agregação de valor para os produtos, tendo como preocupação futura a estratégia para escoar a produção oriunda dos SAFs.

Em uma etapa anterior deste projeto foi realizada uma tipificação dos diferentes canais de comercialização utilizados pela agricultura familiar em geral, compreendendo suas características, vantagens e desvantagens (UENO et al., 2016). A literatura foi a principal fonte de dados desta fase. Aqui, são apresentados os Resultados preliminares de uma segunda fase da pesquisa, na qual foi feito o levantamento a campo dos canais de comercialização utilizados pelos agricultores do assentamento Sepé Tiaraju e uma análise de suas principais características.

Metodologia

O trabalho de campo foi realizado no assentamento de reforma agrária Sepé Tiaraju, localizado entre os municípios de Serrana e Serra Azul, no estado de São Paulo. No assentamento existem cerca de 80 famílias de agricultores, agrupadas em três cooperativas e uma associação de produtores. Os Resultados foram obtidos através de entrevistas semiestruturadas junto aos agricultores, por meio de cadeias de informantes, utilizando a amostragem em *bola de neve* (ALBUQUERQUE, 2009). Esta técnica se utiliza de uma rede de afinidades para selecionar a amostra, sendo uma técnica não probabilística. Os informantes chave foram os quatro presidentes das organizações de produtores do Sepé, e a partir destas sementes, foram obtidas indicações para novas rodadas de entrevistas, até que houvesse repetição nas indicações de atores (ponto de saturação do método bola de neve).



A indicação foi dirigida de forma que a amostra abrangesse idealmente todos os canais de comercialização existentes no assentamento. Para a coleta de dados, propriamente dita, foram aplicadas as entrevistas semiestruturadas, onde para cada canal identificado eram buscadas as principais características, tais como preço relativo dos produtos e variedade de produtos comercializados no canal. Os dados obtidos com as entrevistas foram analisados e os Resultados preliminares são aqui apresentados. A definição e classificação dos canais foi baseada em uma tipologia construída pela equipe (UENO et al., 2016). O próximo passo da pesquisa será a validação destes dados, que será realizada em uma reunião com a presença de um grande grupo de agricultores do Sepé Tiaraju. A validação se faz necessária porque embora a amostragem tenha sido direcionada à identificação de um maior número de canais, ela pode não ter capturado o conjunto completo de canais utilizados no assentamento. Além disso, as características associadas a cada um dos canais pode ser refinada com a opinião de um conjunto maior de agricultores.

Resultados e Discussão

No universo de agricultores entrevistados (vinte entrevistas) foram encontrados onze canais de comercialização. O número de canais depende da tipologia utilizada e o nível de agrupamento, ou seja, pode-se agrupar canais como *feira livre* e *ponto em vias públicas* em um único canal *ponto de venda*. Portanto, é necessário considerar o significado de cada um dos canais para a melhor compreensão dos Resultados. A Figura 1 mostra a frequência de ocorrência de cada canal de comercialização.

O canal *atravessador* foi distinguido do *intermediário*. Consideramos que o *atravessador* é um comerciante que compra do agricultor e revende a produção para outro comerciante, enquanto o *intermediário* compra dos agricultores para vender diretamente aos consumidores finais. No caso do Sepé Tiaraju, os intermediários identificados possuem barracas em feiras, pontos em vias públicas nas cidades próximas ou realizam vendas de porta em porta. Alguns intermediários são inclusive agricultores ou parentes de agricultores do próprio assentamento e outros são moradores de um acampamento localizado nas proximidades do assentamento. Estes dois canais têm características distintas, o *atravessador* compra em maiores quantidades e tem interesse em poucos produtos (mandioca e banana, principalmente), enquanto os intermediários compram pequenas quantidades de um leque mais amplo de produtos. Além disso, na própria avaliação do agricultor, o *atravessador* é um agente mais distante, com o qual se mantém pouco ou nenhum contato extra comercial, ao passo que o agente aqui chamado de *intermediário* mantém relações próximas e frequentes com o produtor.



Frequência de ocorrências dos canais de comercialização

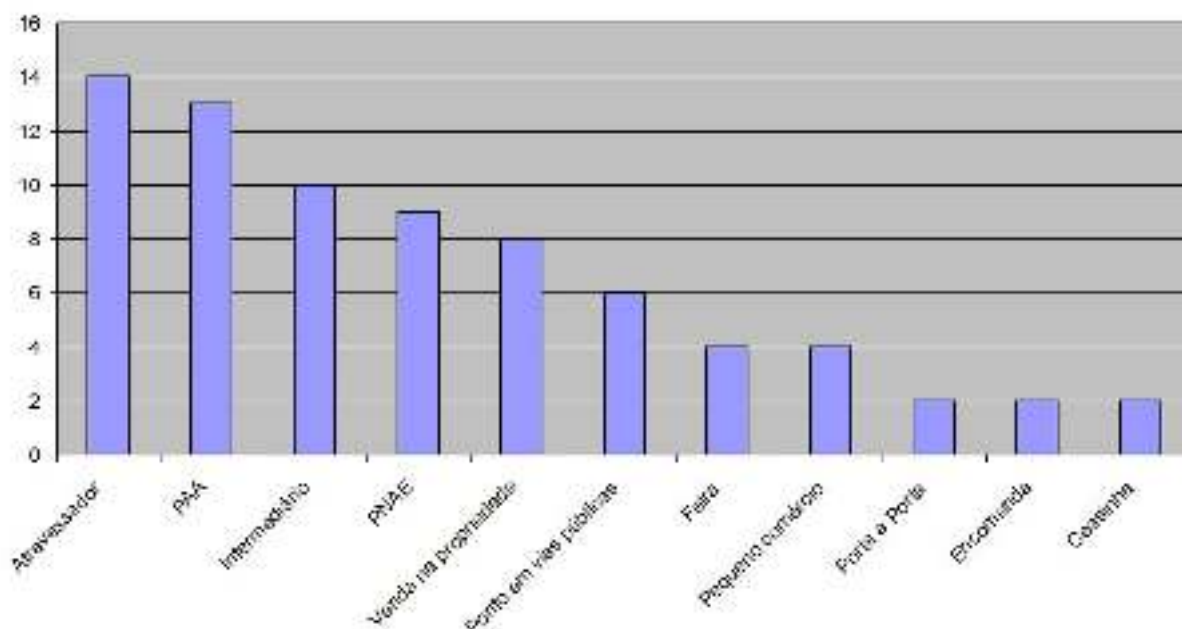


Figura 1 - canais identificados e frequência de ocorrências dentro da amostra.

Os canais institucionais, *PAA* (Programa de Aquisição de Alimentos) e *PNAE* (Programa Nacional de Alimentação Escolar) têm grande importância, sendo utilizado por grande parte dos entrevistados. Ambos trabalham com bons preços relativos e escoam volumes importantes de produtos, mas o *PAA* compra uma grande variedade de produtos, com menores restrições de qualidade. Já o *PNAE*, voltado para a merenda escolar, escolhe poucos itens e com uma maior exigência na qualidade dos produtos e regularidade de entrega. Os dois canais não são disponíveis de forma constante, pois dependem de contratos, sujeitos a entraves burocráticos e políticos. No caso do *PAA*, as cotas por agricultor estão aquém da capacidade de produção.

Os canais representados por *ponto em vias públicas* e feiras são menos frequentes que os anteriores. Ficou claro que a feira e os pontos dividem opiniões entre os agricultores. Vários agricultores acham que estes canais demandam muito tempo e mão de obra para preparação e para permanecer no local da venda. Alguns no entanto, gostam do contato direto com os clientes e veem na feira um bom canal. É comum que agricultores que utilizem estes canais complementem os itens de venda com produtos de outros agricultores do assentamento, intermediando a produção.



Já o canal *pequeno comércio* representa alguns pequenos mercados e um restaurante que compram uma quantidade relativamente pequena de produtos de alguns agricultores. Este canal é pouco explorado, mas existe uma ação do SEBRAE com a intenção de aumentar o fluxo da produção do assentamento para empresas da região de Ribeirão Preto.

Porta a porta e encomenda, bem como outros canais ainda não utilizados como a venda de cestas, têm a vantagem de não depender de autorização e contratos, mas por outro lado necessitam de transporte próprio para as mercadorias até os locais de venda ou entrega. Este tipo de canal escoar pouco volume de produtos. O *ceasinha* é um estabelecimento de venda na cidade de Ribeirão Preto, com funcionamento similar aos CEASAs. Para acessá-lo há necessidade de comprar o direito ao ponto (“pedra”) ou vender a produção para um dos comerciantes. Outro complicador é a necessidade do transporte dos produtos até o local.

A Figura 2 apresenta um Gráfico onde mostra grupos de agricultores entrevistados em função do número de canais utilizados. Doze agricultores (60% dos vinte entrevistados), utilizam mais do que 3 canais de comercialização, revelando a preferência por uma estratégia de “pluricanais”, algo que pode tornar a gestão mais complexa, porém pode garantir menor dependência, maior poder de barganha por parte dos produtores e um leque maior de opções para escoar a produção diversificada dos SAFs.

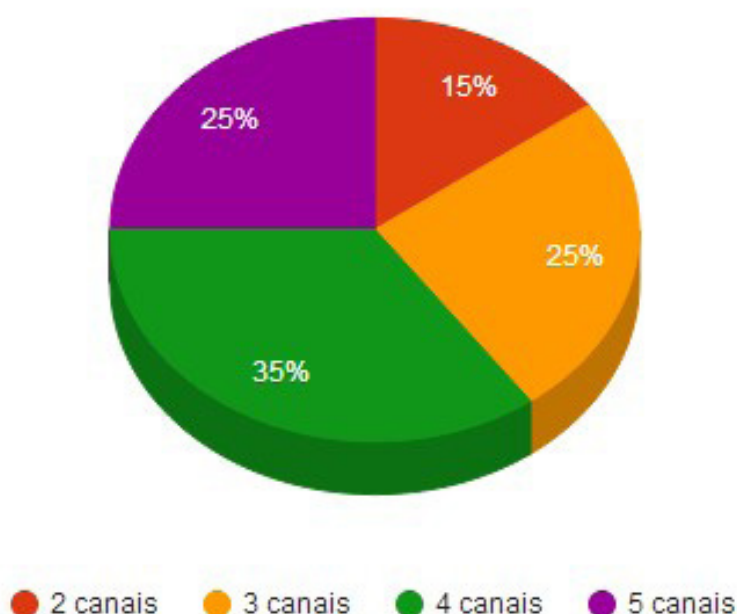


Figura 2 - Número de canais, por grupo de agricultores.



No assentamento ainda são poucas as iniciativas de agregação de valor à produção. Foram identificados o embalagem em pequenas quantidades de produtos nos canais *feira livre* e *pontos em vias públicas*, e em alguns casos isolados o processamento simples, como compota de doces e pimentas em conserva. Há uma casa de farinha sendo montada por um agricultor e, de forma coletiva, as cooperativas estão estruturando três pequenas agroindústrias, inicialmente voltadas ao processamento de mandioca (para lavar, descascar, embalar a vácuo e congelar). Também existe um grupo se organizando para a certificação orgânica participativa.

Conclusão

Embora ainda não tenha sido realizada a etapa de validação junto ao conjunto de agricultores do assentamento, podemos tirar algumas Conclusões preliminares. Existe um conjunto diversificado de canais de comercialização que permitem aos agricultores implementarem estratégias mais resilientes para escoarem a produção. No entanto, o atravessador, canal pouco rentável para o agricultor, ainda é frequente no assentamento. Este fato é indicativo da existência de dificuldades, associadas às falhas nos mercados institucionais (valor da cota e demora para estabelecer novos contratos), à falta de transporte próprio, entre outras. O PAA é um canal importante, pois possui um dos melhores preços para comercialização, escoar uma grande variedade de produtos e em bom volume. Estas três características fazem deste canal um dos mais apropriados, atualmente, para escoar a produção associada aos sistemas agroflorestais biodiversos. À medida que os SAFs agroecológicos comecem a aumentar a produção, inclusive das espécies perenes, a oferta de produtos se tornará ainda mais diversificada, havendo a necessidade de buscar novos canais mais adequados para escoar e agregar valor a esta produção. Neste sentido, a certificação orgânica pretendida por parte dos agricultores poderá ampliar o acesso a mercados de circuito curto mais rentáveis. Além disso, outros canais ainda ausentes no assentamento devem ser explorados, como CSA (Comunidade que Suporta a Agricultura), venda direta de cestas de produtos e venda a grupos de consumo consciente. O início do funcionamento das agroindústrias e sua futura ampliação, processando uma maior variedade de produtos, também deve ser buscada como forma de agregação de valor, maior escoamento da produção e geração de empregos e renda no assentamento.

Agradecimentos

Ao conjunto de agricultores do assentamento Sepé Tiaraju pela colaboração e acolhida.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, E. M. **Avaliação da técnica de amostragem respondent-driven sampling na estimação de prevalências de doenças transmissíveis em populações organizadas em redes complexas**, 2009. Disponível em: <<https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/2411>>. Acesso em: 9/4/2017.

UENO, V. A.; NEVES, M. C.; QUEIROGA, J. L. de; RAMOS-FILHO, L. O.; OLIVEIRA, L. P. Estratégias de comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo. In: **Simpósio sobre reforma agrária e questões rurais**, 7., 2016. Araraquara. *Anais ...* Araraquara: Uniara, 2016.

RAMOS FILHO, L.O. **Reforma agraria y transición agroecológica en una zona de grandes monocultivos de caña de azúcar: el caso del Asentamiento Sepé Tiara-ju, región de Ribeirão Preto, Brasil**. Córdoba: Universidade de Córdoba, 2013.