



Buscando alternativas de comercialização

- a partir da abordagem da
agricultura familiar sustentável

Impresso:

Publicado pôr:
Bischöfliches Hilfswerk Misereor e.V.:

Endereço postal:
Postfach1450
52015 Aachen
Alemanha

Endereço da sede:
Mozartstr. 9
52064 Aachen
Alemanha
Fone: +49 – (0)241 – 442-0

Correio eletrônico:
postmaster@misereor.de
oelers@misereor.de
schumann@misereor.de

Internet::
<http://www.misereor.de> (nacional)
www.misereor.org (internacional)

© 2007

Redação:
Hubertus Müller
Heinz Oelers
Dagmar Schumann
Heike Teufel

Tradução para português:
Edith Snijders-Gebhardt

Índice

Introdução	4
Efeitos da globalização	5
Conseqüências da crescente dependência do mercado	7
Particularidades da produção e comercialização desde a perspectiva dos agricultores familiares	9
Estratégias para um desenvolvimento integral	12
• A capacidade de inovação e a responsabilidade da pessoa	12
• Os sistemas de comercialização e produção constituem uma unidade	13
• Desenvolvimento equilibrado do sistema de produção	13
• Produção integral em vez de produção orientada para o mercado	14
• Redução de riscos e diversificação	15
• Produção própria em vez de comprar a preços altos	
• Troca e reciprocidade	17
• Integração de produtos de exportação numa produção diversificada	18
• Comercialização de excedentes	18
• Normas e padrões de qualidade	19
Perspectivas e eixos de promoção	20
• Promoção de pessoas	20
• Economia rural e soberania alimentar	21
• Agricultura sustentável	22
• Mercados locais	24
• Processamento de produtos e armazenagem	24
• Conhecimentos - Organização - Poder de negociação	25
• Comercialização direta	26
• Comercialização indireta	27
Resumo	28
Anexo 1: Estrutura de um sistema de comercialização para famílias rurais e sua integração no sistema de produção	29
Anexo 2: Prioridades da produção	32

Introdução

A crescente atenção que vem sendo dedicada à comercialização de produtos provenientes da agricultura familiar, na América Latina, está estreitamente relacionada a várias circunstâncias nos últimos tempos, entre os quais se podem citar:

- § A abertura dos mercados, inerente ao processo de globalização, tem acirrado a concorrência e a pressão sobre os pequenos produtores, para a qual estes não estão preparados.
- § Em todas as regiões rurais da América Latina observa-se não só um aumento, mas também mudanças nos hábitos de consumo, fazendo com que as famílias agricultoras se deparem com a necessidade de aumentar as suas rendas correspondentemente.
- § Os pequenos produtores que nos últimos anos fizeram a transição para a agricultura “sustentável” ou “ecológica” (em parte com grande êxito), procuram melhores possibilidades de comercialização para os crescentes excedentes da sua produção agrícola e/ou para os seus produtos orgânicos.

Devido às peculiaridades da produção agrícola, a comercialização é geralmente uma questão espinhosa para as famílias rurais. O medo de perder em mercados cujas regras são determinadas por outros atores está amplamente difundido, e o empobrecimento das famílias rurais e as numerosas experiências negativas na comercialização de produtos agrícolas parecem confirmar as dificuldades.

A maioria das iniciativas de comercialização que atualmente estão sendo concebidas e promovidas por instituições governamentais e privadas, baseiam-se na lógica do grande capital. Fomenta-se a criação de gado em áreas onde não é ecologicamente sustentável, incentiva-se a especialização em determinados produtos, sem considerar os riscos inerentes, criam-se lojas comunitárias que não vendem produtos locais ou promove-se o processamento dos produtos segundo critérios industriais.

Que perspectivas e estratégias existem para enfrentar esta problemática complexa? Como se pode organizar a comercialização dos pequenos produtores no “campo de tensão” entre objetivos ecológicos e econômicos aparentemente conflitantes? Será que “mais mercado” é a resposta adequada para superar a escassez de alimentos e resolver o abastecimento insuficiente das áreas rurais com produtos que atendem às necessidades básicas da população carente? Será que é a única solução para a crescente necessidade das famílias de aumentar a sua renda?

O presente documento fundamenta-se em conceitos, estratégias e medidas que colocam em primeiro plano as famílias rurais e as suas possibilidades de ação. Não trata – ou só marginalmente – das mudanças nas condições-quadro que seriam necessárias a nível nacional e internacional (por exemplo, a importação de alimentos baratos provenientes dos países industrializados), nem se ocupa das conseqüências de uma maior liberação do comércio agrícola ou da melhoria da infra-estrutura rural. Para reflexões a este respeito, remetemos o leitor a outras publicações¹.

¹ Veja: Misereor, Heinrich Böll Stiftung: EcoFair Trade Dialogue. Slow Trade – Sound Farming. New Directions for Agricultural Trade Rules, Aachen 2007 (tradução em espanhol); Misereor: “Poderá a abertura dos mercados do Norte às exportações agrícolas do Sul contribuir para o combate à pobreza e para um desenvolvimento sustentável?”. Documento de discussão, Misereor, Aachen 2005, 7 páginas;

Efeitos da globalização

O empobrecimento massivo da população rural, na América Latina, é resultado de numerosos fatores, entre os quais se destacam a falta de segurança jurídica, os latifúndios tradicionais (que só deixam poucas áreas agricultáveis para as famílias rurais), a concentração de bens, riquezas e renda, as monoculturas e a agricultura extensiva voltada para a exportação, e o sistema de herança por partilha, que contribuiu para a contínua fragmentação da terra e para a redução progressiva do tamanho das propriedades.

Além disso observa-se, nos últimos anos, uma tendência geral de orientar a produção agrícola para o mercado, inclusive entre as famílias rurais. Aos êxitos a curto ou meio prazo desta orientação, que geralmente só beneficiam alguns poucos, sobretudo as grandes fazendas com disponibilidade de capital, contrapõem-se desenvolvimentos problemáticos da agricultura e dos espaços rurais, por exemplo:

§ Produtores e/ou empresas agro-industriais de médio ou grande porte compram terras em regiões agricolamente interessantes, a preços vantajosos², a fim de iniciar uma produção extensiva, pôr via de regra em regime de monocultivo, para a exportação³. Isto gera freqüentemente uma maior concentração de terra nas mãos de uns poucos e o deslocamento de muitas famílias de pequenos produtores, que são obrigadas a migrar para áreas marginais ou que se tornam dependentes de trabalho assalariado ou de ajudas do Estado.



Área semeada de soja no Leste do Paraguai (Bickel/Misereor)

§ Degradação e perda de fertilidade dos solos, escassez de água, desmatamento de florestas e a perda da diversidade ecológica são os efeitos decorrentes deste processo que se manifestam em todos os países da América Latina. O sistema de produção das grandes empresas agrícolas, destinado a tirar o máximo lucro a

Forum Umwelt und Entwicklung: "Internationaler Agrarhandel ist kein Selbstzweck. Nichtregierungsorganisationen fordern Vorrang für Menschenrechte, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit bei den WTO Agrarverhandlungen" (Fórum Meio Ambiente e desenvolvimento: O comércio agrícola internacional não é uma finalidade em si. ONGs reclamam o respeito dos direitos humanos, justiça e sustentabilidade nas negociações da OMC) 2006, 8 páginas.

² Como por ex. a região subtropical do Grã Chaco ou a região tropical da Amazônia.

³ Soja, palmas oleaginosas, criação extensiva de gado e economia florestal.

curto prazo, tem colocado em perigo o equilíbrio ecológico de grandes regiões da América Latina⁴.

Plantação de eucalipto no Norte de Minas Gerais, Brasil
(Schumann/
Misereor)



§ Obrigadas a migrar para áreas marginais e ecologicamente frágeis, as famílias rurais contribuem também para acelerar a destruição ecológica. Pôr falta de conhecimentos e pôr falta de perspectivas de futuro, muitas vezes não têm outra alternativa senão a de queimar e desmatar. Ao mesmo tempo tornam-se cada vez mais vulneráveis a riscos resultantes das mudanças climáticas e ambientais.⁵



Preparação da terra para o plantio de cana-de-açúcar num assentamento na costa do Atlântico, Brasil
(Schumann/Misereor)

⁴ Sobretudo nas regiões do Chaco e do Amazonas, que pertencem a vários países (o Chaco a Argentina, Bolívia e Paraguai, o Amazonas a Bolívia, Brasil, Equador, Colômbia, Peru e Venezuela), se bem que também estejam afetadas outras regiões da América Latina.

⁵ Períodos de seca, precipitações fortes, infeções de parasitos.

A orientação da agricultura para o mercado parece estar estreitamente ligada à globalização das economias e ao processo de concentração do agronegócio a nível mundial, o que engloba o perigo de que o controle sobre a produção agropecuária e a alimentação fiquem em mãos de algumas poucas corporações transnacionais. Este caminho, caracterizado pela industrialização de uma agricultura baseada no monocultivo, a existência de só poucas espécies e o uso intensivo de inseticidas, de material geneticamente modificado e outros insumos de alto consumo energético, é uma forte ameaça para os sistemas tradicionais de produção agropecuária. A privatização e a concentração de florestas e sementes em mãos de alguns poucos, os enormes subsídios aos produtos de agro-exportação dos países industrializados, a abertura dos mercados do Sul através de tratados de livre comércio e o controle do comércio por parte da OMC⁶, constituem outros elementos que prejudicam os sistemas produtivos. Os perigos que isso encerra são bem concretos, como o empobrecimento e o deslocamento de milhões de famílias rurais, a perda das bases de produção de alimentos para largos setores da sociedade latino-americana e profundas mudanças das estruturas rurais. Diante desta ameaça, urge encontrar estratégias alternativas para a produção agropecuária de pequeno e médio porte.

Conseqüências da crescente dependência do mercado

O futuro dos agricultores familiares da América Latina depende da reorganização da economia rural e do melhoramento da produção e comercialização. Contudo, se olharmos para o desenvolvimento dos últimos anos, a ilusão de que uma maior orientação para o mercado seria a salvação da miséria desfaz-se rapidamente. O mercado é o lugar onde as famílias rurais perdem mais do que ganham.

Atualmente, as famílias devem competir com uma agricultura⁷, cuja produtividade aumentou explosivamente⁸ nas últimas décadas e que freqüentemente é beneficiada de subsídios governamentais. Isto não é nada de novo. Já desde os anos 60 do século passado, com o início da “revolução verde” e o aproveitamento de possibilidades de transporte melhoradas, que produtos agrícolas processados e não-processados chegam sem problema a qualquer lugar do mundo. Os preços de mercado tendem a igualar-se cada vez mais em todo o mundo. Seja em Honduras, nos Estados Unidos ou na Alemanha, não há grande diferença entre os preços que os produtores recebem pelo arroz, pelo milho ou trigo.

O enorme aumento da produção mundial contribuiu para um recuo contínuo dos preços de produtos agrícolas. As ajudas alimentícias através dos excedentes agrícolas dos países industrializados e os enormes subsídios às exportações levaram a uma queda dos preços nos países recebedores em América Latina.

⁶ Organização Mundial do Comércio

⁷ Não só com a agricultura altamente tecnificada dos países industrializados mas também com a agricultura tecnificada do próprio país.

⁸ O rendimento e a produtividade variam muito entre as diferentes regiões, nos países industrializados do Norte como nos países latino-americanos. Na Europa, conforme o local e o nível de tecnificação, uma única pessoa pode cultivar entre 50 e 200 ha e produzir entre 400 e 6.000 quilos de cereais por ha. Em regiões pobres da América Latina, onde predomina uma agricultura não mecanizada, uma pessoa pode cultivar 1 hectare, produzindo entre 40 e 200 quilos.

Na Europa e nos Estados Unidos este desenvolvimento tem sido responsável pela falência em massa das unidades de produção de pequeno e médio porte. Segundo o princípio “crescer ou ceder”, geralmente só conseguiram sobreviver as unidades que expandiram a sua área de cultivo e que apostaram em massa ou volume.⁹ Isto acarretou inevitavelmente uma racionalização da produção e um alto emprego de insumos externos. Muitas vezes os governos deram subsídios, porém não conseguiram evitar que muitos produtores abandonassem a atividade agrícola. A maior parte da mão de obra liberada no decorrer deste processo foi absorvida pela indústria e pelo setor de serviços.¹⁰

Também as famílias rurais dos países latino-americanos tentaram compensar o desenvolvimento negativo dos preços com o aumento da sua produtividade. Compraram sementes melhoradas, fertilizantes, pesticidas e alimentos concentrados para os animais. Não obstante, os custos de produção e a dependência do mercado aumentaram sensivelmente. O rendimento maior inicialmente alcançado foi consumido mais tarde pelo aumento contínuo dos gastos com equipamentos agrícolas e insumos e pelo aumento de preço dos produtos de consumo.¹¹

Quem embolsou os ganhos auferidos com o aumento da produção foi um número crescente de atores que se beneficiam com o mercado agrícola: comerciantes, bancos, empresas de comércio agrícola, produtores de forragens, fertilizantes e pesticidas.

As conseqüências desta evolução de preços e custos de produção são sempre as mesmas: a parte da produção destinada à venda é aumentada, à custa do autoabastecimento familiar. Mesmo assim faltam recursos financeiros para poder investir e aumentar a produtividade. O rendimento desce abaixo dos custos de produção. Descapitalização e empobrecimento são inevitáveis. Torna-se impossível alimentar a família adequadamente ou substituir equipamentos e ferramentas, os animais têm de ser vendidos para cobrir gastos imprevistos. A migração sazonal aumenta, na medida em que os pequenos produtores são obrigados a procurar rendimentos monetários adicionais através de trabalho assalariado.

Este processo de empobrecimento ocorre de mãos dadas com a degradação dos recursos naturais. Falta o tempo e a energia para manter a fertilidade do sistema ecológico. Os lotes e roças já não são devidamente trabalhadas, as últimas reservas de florestas são sacrificadas, as áreas ribeirinhas não são mais protegidas, as áreas

⁹ Na Alemanha, o número de propriedades rurais com mais de dois hectares de superfície cultivada diminuiu nos últimos 15 anos em mais de um terço: de 541.600 em 1991 para 366.600 em 2005. Fonte: Statistisches Bundesamt, Levantamento de dados sobre a estrutura agrária, 2005.

¹⁰ Nos últimos anos, porém, com o maior grau de consciência da limitação dos recursos naturais e da necessidade de alimentos saudáveis, surgiu um novo setor de produtores na Europa que se propõem a produzir alimentos de alta qualidade segundo critérios agroecológicos.

¹¹ Um relatório sobre as experiências dos Wixárika, no México aponta as conseqüências concretas: “Antigamente, a gente semeava sem adubos químicos. Depois começou-se a usá-los. Em alguns lugares, já não há colheita nenhuma se não se utilizar fertilizantes. É a contaminação e a dependência da terra, o milho, a gente e a água. Também causam problemas econômicos: se não tens dinheiro, já não podes semear. Em muitas comunidades as pessoas falam assim.

A entrada dos agroquímicos nas comunidades acarretou mudanças no território Wixárika, a nível econômico, cultural e ecológico. Os solos são erodidos, o uso das terras mudou, devido à ampliação das pastagens e da pecuária, insetos infestam as colheitas, os rios e mananciais estão contaminados e os peixes desapareceram. As plantas de milho tornaram-se mais vulneráveis, são menos resistentes ao vento e a variedade de espécies de milho diminuiu”. Associação Jalisciense de Apoio a Grupos Indígenas: Milho e Terra, Guadalajara 2006, pág. 19.

de cultivo são expandidas para zonas ecologicamente frágeis e a variedade vegetal é destruída. No final deste ciclo só resta a “fuga” para a cidade.



Queda de 50% da produtividade, solos erodidos, vegetação destruída. As terras de uma cooperativa perto de San Gil, Colômbia, após o uso de agroquímicos por vários anos (Oelers/Misereor)

A concentração em produtos de exportação que não têm de concorrer com produtos importados mais baratos também não conduziu ao resultado desejado, nem a uma dinamização da produção da agricultura familiar. Produtos como o café registram a mesma queda de preço que os alimentos básicos, devido ao aumento da produção em todo o mundo. Algodão e borracha, por exemplo, não conseguiram manter seus preços diante de produtos sintéticos mais baratos.

Particularidades da produção e comercialização desde a perspectiva dos agricultores familiares

Apesar de todos os problemas, a comercialização é uma realidade e uma necessidade para as famílias rurais. Porém, envolve uma série de riscos e desafios, que se devem às condições específicas e particularidades da produção agrícola familiar.

As famílias rurais dispõem de pouca terra¹², parte dela não regularizada. Frequentemente cultivam superfícies não adequadas para a produção agrícola, utilizam técnicas não adaptadas ao local, raramente dispõem de reservas monetárias e não têm acesso a programas governamentais de apoio e assessoria. A maioria delas pratica uma agricultura manual, enxadas e facões são as principais ferramentas agrícolas. A migração sazonal está amplamente difundida. Os homens deixam a produção em mãos de suas mulheres por vários meses e vão trabalhar como assalariados nas grandes plantações¹³ para obter algum rendimento em dinheiro.

As famílias rurais não são autônomas. Necessitam vender ou trocar seus produtos agrícolas, florestais ou pecuários. Quanto mais isoladas as comunidades, tanto mais

¹² Dependente da região e do local, o tamanho básico dos lotes varia. Na América Latina, a média situa-se entre 1 e 10 ha.

¹³ Por exemplo, na colheita de cana-de-açúcar ou café.

prevalece a troca de produtos. Especialmente os produtores e produtoras em regiões menos remotas estão diante de um dilema: durante muito tempo, a tradição, a sua intuição e sua experiência lhes dava orientação segura na tomada de decisão sobre o que produzir, como e para quem. Hoje, estão sujeitas a numerosos fatores externos, processos culturais em mudança e a uma crescente demanda de consumo. Mais que nunca, as famílias e comunidades dependem de decisões políticas e desenvolvimentos do mercado e são expostas à concorrência de outros produtos que invadem os mercados locais. Diante deste dilema, entre a necessidade de produzir mais para o próprio consumo ou para concorrer no mercado, têm dificuldade em decidir o que produzir e como organizar adequadamente a produção e a comercialização.

Nos últimos anos, registram-se cada vez mais fatores que puxam para uma diferenciação (no sentido de especialização) das unidades agrícolas. Isto podem ser fatores sociais (por exemplo, uma mudança dos hábitos de consumo ou migração), ecológicos ou econômicos. Movimentos do mercado, inovações técnicas¹⁴ ou a elevada demanda por um determinado produto, favorecem a especialização em um ou em alguns poucos produtos e podem causar um desenvolvimento desequilibrado das diferentes componentes da unidade de produção. Em outras palavras: os diferentes objetivos podem começar a competir entre si, pôr exemplo, o rendimento e a produtividade pôr um lado e a estabilidade do sistema produtivo e a sustentabilidade da produção pôr outro.

O mercado não é “tudo” e tampouco é o fator mais importante para as pequenas propriedades rurais. Constitui apenas um elo, se bem que importante, dentro de uma longa cadeia de fatores que decidem sobre a sobrevivência da unidade produtiva. Para além do mercado¹⁵ são relevantes também os seguintes aspectos: a segurança jurídica em relação ao acesso e permanência na terra, as condições ecológicas do local, o uso sustentável dos recursos naturais, a capacidade de inovação, o acesso a informações e material genético, a capacidade de conservar, armazenar ou processar a produção, assim como relações sociais e culturais locais favoráveis.



Vegetação permanente, umidade mantida, produção alta e diversificada . Lote agroflorestal de Fidelcastro Joseph, Dupity, Haiti (Habermeier)

¹⁴ Por exemplo, a aquisição de equipamentos de processamento para um determinado produto.

¹⁵ Troca ou venda.

O resultado econômico dos sistemas agrícolas de produção não se mede somente pela renda auferida em dinheiro. É necessário considerar também os gastos para: 1° - manter o sistema ecológico; 2° - preparar os insumos de produção; 3° - assegurar o auto-abastecimento da família e a alimentação dos animais e 4° - suprir as necessidades da família e da propriedade agrícola que não podem ser satisfeitas através da produção própria.¹⁶

Mas também as propriedades que apresentam condições relativamente favoráveis (por exemplo, dispõem de mais terra, segurança jurídica ou solos relativamente férteis) não escapam aos problemas típicos relacionados com a produção e comercialização agrícolas:

- § os produtos têm um peso ou volume relativamente grande, contudo, o seu valor é relativamente baixo, geralmente são difíceis de transportar e se estragam rapidamente;
- § a quantidade e a qualidade dos produtos não podem ser predeterminadas. Dependem de fatores climáticos e biológicos que praticamente não podem ser influenciados. Inundações, secas, pragas ou enfermidades das plantas constituem uma ameaça permanente. No caso mais extremo, uma má colheita pode ser suficiente para que uma família se endivide ou perca a sua base de existência.
- § conforme o produto, a produção inteira é vendida no mercado durante um período limitado e os preços caem devido ao excesso de oferta. A falta de capacidade de armazenagem, o fato de produtos se estragarem rapidamente e a pressão financeira obrigam os pequenos produtores a vender a colheita mesmo que o preço tenha caído abaixo dos custos de produção. Esta relação entre excesso de oferta e queda de preços observa-se principalmente na produção de alimentos e impõe estreitos limites às estratégias baseadas exclusivamente num aumento da produção.

Os agricultores não têm acesso fácil a informações sobre preços e desenvolvimentos do mercado, apesar de que estas informações – devido aos longos ciclos de produção agrícola – não podem servir de base para decisões relativas à produção. Além do mais, as condições de comercialização a nível local, regional, nacional e internacional variam consideravelmente. Quanto mais longe estão os mercados, maior a dificuldade para os agricultores de ficar a par ou até de influenciar os desenvolvimentos no mercado. Mas também a concorrência nos mercados locais torna-se cada vez mais forte com produtos importados que, para os compradores, frequentemente têm maior prestígio.

Em resumo, um aumento da produção ou um melhor acesso ao mercado não vão alterar as condições e particularidades da comercialização agrícola. Não é, em primeiro lugar, a colheita que produz o ganho no mercado, mas sim a capacidade de transportar os produtos ao consumidor e de armazenar e conservá-los por um período mais longo. Por via de regra, não são os pequenos produtores mas outros atores econômicos que dispõem desta capacidade e que ganham com a comercialização. Para os pequenos produtores, preços altos e um mercado aberto

¹⁶ Referente a 1°: por ex. plantação de barreiras contra o vento e de árvores; 2°: produção própria de por ex. sementes e fertilizantes; 3°: alimentação de pessoas e animais, material para a construção de casas; 4°: investimentos e necessidade de bens de consumo e serviços.

não implicam automaticamente num aumento da sua renda. Sobretudo para a produção agropecuária de pequeno porte e com pouca diversificação de produtos, mais mercado significa também maior risco. Os pequenos produtores não têm reservas de capital para vencer anos ruins, com perdas de colheita ou quedas de preço.

Estratégias para um desenvolvimento integral

Hoje, as famílias rurais enfrentam o desafio de aumentar a sua renda monetária, para poder suprir às crescentes exigências de consumo. Quais os aspectos a considerar e quais as estratégias a apoiar para que o interesse econômico em aumentar a produção e gerar mais renda seja compatível com os objetivos ecológicos e sociais?

A capacidade de inovação e a responsabilidade da pessoa

A resposta-chave não está primordialmente na busca de novos mercados ou vias de comercialização, nem no cultivo de produtos que se pode vender a preços mais altos. Tampouco trata-se de descobrir os segredos da comercialização e as receitas para poder competir no mercado nacional e/ou internacional. A experiência das famílias que conseguiram implementar e difundir novas práticas agroecológicas e novas formas de comercialização mostram quão importante é a atitude e a capacidade das pessoas e dos grupos rurais. Cabe prioritariamente a eles gerar, investigar e descobrir novas formas e possibilidades de comercialização.



Yvonne e Antônio, agricultores de Triunfo, Pernambuco, Brasil, capacitados pela ONG Sabiá, trocam experiências sobre o manejo do seu sistema agroflorestal e sobre inovações (Schumann/Misereor)

Não existe uma fórmula que ensine o caminho seguro para o sucesso. Não obstante parece indispensável romper com alguns esquemas tradicionais de agricultura e comercialização, como os de cultivar só grãos básicos, de vender a produção

exclusivamente a intermediários ou de encarar com desconfiança cada nova forma de organização. Do mesmo modo é necessário resgatar o valor dos produtos locais, quer dizer, recuperar, revalorizar e redescobrir o que é próprio: a cultura, a comida, as plantas e outros produtos originários do local. O orgulho sobre o valor e a qualidade dos produtos do próprio local não é apenas garantia, mas também condição para construir vias de comercialização estáveis.

Os sistemas de comercialização e produção constituem uma unidade

As possibilidades, os riscos e os impactos das estratégias de comercialização só podem ser compreendidos quando se contempla os sistemas de produção, em toda a sua complexidade, e quando se entende a comercialização como parte integrante. As estratégias de comercialização e os sistemas de produção condicionam-se mutuamente. Uma análise isolada de determinadas áreas de produção ou de produtos individuais e suas possibilidades de comercialização não estaria à altura da diversidade e interação de fatores que decidem sobre o êxito sustentável da agricultura familiar.



Braulio, agricultor de Sabaino, Apurímac, Peru: Hortaliças, batata, mel e uma grande variedade de outros produtos para a família e para o mercado.
(Oelers/Misereor)

Desenvolvimento equilibrado do sistema de produção

As estratégias que visam fortalecer a estabilidade da produção agropecuária, devem abranger a totalidade do sistema de produção e considerar o ciclo de vida da família rural. É de importância fundamental fortalecer os fatores que exercem uma influência integradora na unidade de produção e na situação familiar e que promovem um desenvolvimento equilibrado e sustentável. Entre estes podem ser mencionados: a diversificação de culturas, o uso prioritário de recursos locais, a redução do consumo energético, a existência de sistemas de reciclagem, a distribuição proporcionada e equilibrada da mão-de-obra familiar ao longo do ano e a consideração de mudanças nas famílias, a longo prazo¹⁷.

¹⁷ Em algumas regiões, por ex., plantam-se árvores como "caderneta de poupança" para os filhos.

Em suma, as estratégias exitosas devem apontar para a estabilidade econômica e social das propriedades rurais, considerando suas forças e fraquezas. Caso contrário, os ganhos da comercialização serão consumidos para cobrir os déficits produzidos em outras áreas¹⁸, déficits que não se devem à conjuntura, mas à má organização do conjunto das terras.



O agricultor Isaias, no Nordeste do Brasil, é um produtor inovador que realizou as mudanças no seu sistema de produção em regime próprio. Hoje ele atua como promotor formado pela IRPAA, disseminando práticas sustentáveis de criação e manejo de cabras (Schumann/Misereor)

Produção integral em vez de produção orientada para o mercado

Tanto os sistemas agrícolas tradicionais (por exemplo, nas regiões andinas da Bolívia e Peru), quanto as iniciativas agroecológicas atuais assentam numa lógica completamente diferente da que rege as estratégias de produção orientadas para o mercado. Elas partem de um conceito integral e as decisões e procedimentos referentes à produção não estão voltados para o lucro imediato mas para os aspectos econômicos, sociais e ecológicos a longo prazo. Os sistemas de produção sustentáveis devem garantir a manutenção da fertilidade do sistema ecológico, reduzir os riscos de produção e, sobretudo, ser capazes de atender às demandas da família e do grupo social a que pertencem.

É principalmente esta demanda “interna” que decide o que é produzido, considerando as necessidades de consumo da família (se for possível cobri-las com o cultivo de produtos próprios) e as demandas de um pequeno círculo de consumidores achegados, como familiares e outras pessoas com quem se mantêm relações baseadas na reciprocidade (por exemplo troca entre diferentes zonas ecológicas, formas tradicionais de ajuda entre vizinhos, “remunerada” com alimentos, troca de produtos por serviços ou outras mercadorias). Uma parte considerável da produção é destinada a festas ou rituais. Nestes sistemas agropecuários vendem-se principalmente os excedentes que não foram produzidos para a demanda externa.

¹⁸Por exemplo, quando ganhos provenientes da venda de hortaliças devem compensar perdas ocorridas com a produção de alimentos básicos em superfícies erodidas.

A relação entre comprador e vendedor não só é determinada pelo preço, mas sim também por aspectos sociais (confiança, boas relações), que jogam um papel importante e que incidem nas decisões de compra e venda.



Mapa-falante: Planejamento de uma produção diversificada, Promotor de IIDA, Apurimac, Peru (Oelers/Misereor)

Redução de riscos e diversificação

O fato de se auferir perdas com alguns produtos, mesmo durante vários anos seguidos, faz parte do risco que cada propriedade rural terá de levar em conta. Os ganhos em anos bons devem compensar os défices nos anos maus.

Por isso, a minimização dos riscos é um princípio fundamental em todas as sociedades agrárias tradicionais que - entre outras coisas - se traduz na diversificação de culturas e na seleção de sementes. Pôr exemplo, as culturas muito sensíveis, mas de alto rendimento, são cultivadas em combinação com espécies mais resistentes à seca. O cultivo de só um produto não é solução, mas só o cultivo de vários¹⁹ produtos assegura a rentabilidade da produção ao longo de vários ciclos. As perdas com um produto são compensadas com os maiores rendimentos dos outros. Em geral, as famílias rurais estão cientes dos riscos do mercado e procuram limitar a sua dependência do mercado o mais que possível.

Não obstante, preços elevados e uma demanda crescente de produtos específicos, sobretudo quando os preços se mantêm altos durante vários ciclos de produção, constituem um incentivo para uma maior especialização. Novos produtos oferecem novas oportunidades, mas, ao mesmo tempo, trazem maior risco. Por tal razão, para poder tomar uma decisão fundamentada sobre a produção, é necessário efetuar uma avaliação dos riscos, com base nas informações sobre as possibilidades de venda e o desenvolvimento do mercado.

¹⁹ Também em forma de cultivos mistos ou em combinação com leguminosas.

Produção própria em vez de comprar a preços altos

Melhorar ou assegurar a auto-suficiência em alimentos de boa qualidade, durante todo o ano, e minimizar o uso de insumos externos, são igualmente elementos da estratégia de redução de riscos.

A compra de adubos, pesticidas e forragem pode ser substituída por uma gestão adaptada e ecológica e pela produção de produtos próprios²⁰.



Crianças colhendo
pasto verde, Peru
(Oelers/Misereor)

A boa seleção de variedades locais de sementes tem geralmente o potencial para aumentar a produção. A redução dos custos e uma auto-suficiência relativamente assegurada aumentam a capacidade de suportar oscilações de preços e, desta forma, de auferir rendimentos consideráveis, mesmo quando os preços são relativamente baixos.

²⁰ Por exemplo, a produção própria de forragem, o uso de adubos verdes, cobertura morta, plantas fixadoras de nitrogênio, composto e esterco.



Maria de Lourdes Souza, agricultora e vice-diretora financeira da Cooperativa Grande Sertão, explica seu sistema de armazenamento da colheita e das sementes, Norte de Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)

Troca e reciprocidade

Em muitas regiões da América Latina, a troca e a reciprocidade continuam a desempenhar uma função importante na economia rural. Essas tradições são conhecidas sobretudo nos países andinos. As famílias rurais entram em contato com outras famílias da mesma zona ou de zonas ecológicas diferentes, para satisfazer as necessidades de serviços que não podem realizar com seus próprios recursos ou de produtos que não podem cultivar nos seus solos ou na sua zona ecológica. Na forma de troca ou com base em regras e mecanismos de reciprocidade definidos, partilham mão-de-obra, trocam animais ou transportam produtos para outras zonas ecológicas. A reciprocidade constitui um dever social que a longo prazo e em situações de emergência oferece segurança aos participantes e fortalece a comunicação e as relações sociais.

Em termos econômicos, estas formas de intercâmbio asseguram a distribuição de uma parte da produção e possibilitam a obtenção de outros produtos necessários (alimentos, insumos de produção, artesanatos), sem que seja necessário gerar primeiro recursos monetários. O valor dos produtos é determinado pelos protagonistas mesmos e não está submetido à influência de mercados distantes ou atores desconhecidos. A manutenção, a renovação e o aprimoramento de fatores genéticos adaptados nas sementes e nos animais é alcançado a baixo custo e pode assegurar e aumentar os rendimentos a longo prazo.

No contexto da agricultura sustentável observa-se mais recentemente uma revalorização das formas tradicionais de intercâmbio.²¹ Grupos organizados trocam sementes, animais e produtos, assim como experiências e conhecimentos.

²¹ A relação proporcional entre troca, comercialização e autoconsumo varia evidentemente segundo o tamanho das propriedades rurais, a produtividade dos solos e outros fatores. A fim de destacar o valor do auto-abastecimento e da troca segue um exemplo do Equador, que coincide com as experiências do Peru e Bolívia: 2000 famílias rurais fizeram a transição para a agricultura orgânica, com grande êxito. Anos atrás, a migração sazonal afetava 100% das famílias, hoje só 16%. As famílias tornaram-se auto-suficientes. 50 a 60% da produção está destinada ao consumo próprio, 20 a 25% à troca e reciprocidade e 20 a 25% da produção é comercializada. Fonte: Francisco Gangotena: Comercialização versus circulação, Honduras 2005, manuscrito.

Integração de produtos de exportação numa produção diversificada

Café, cacau, chá, condimentos e frutas são produzidos quase exclusivamente para o mercado mundial e, freqüentemente, por propriedades agrícolas que se encontram numa situação econômica mais favorável e que podem contratar mão-de-obra sazonal, quando necessário. A sua dependência do mercado varia de acordo com a superfície de cultivo, a proximidade do mercado e outros fatores.

Em muitos casos, as culturas acima mencionadas estão adaptadas ao sistema ecológico local e representam - apesar dos problemas de comercialização - uma fonte de renda importante. A sua integração num sistema diversificado de produção fortalece a economia familiar diante da volatilidade dos preços e reduz os riscos de influências naturais que causam perdas de colheita.



Mais de US\$ 700 por ano obtém uma família com a venda de mel de quatro colmeias em Chinchero, Cuzco, Peru (Oelers/Misereor)

Comercialização de excedentes

Numerosas experiências²² demonstram que as estratégias de comercialização de excedentes não são apenas uma alternativa de última instância para as famílias pobres. Na verdade têm um grande potencial para um desenvolvimento rural sustentável e para uma mudança qualitativa da posição de mercado dos pequenos produtores.

Famílias que não dispõem de muita terra e que não têm reservas de capital não correm grande risco se optarem por uma diversificação de produtos e pela comercialização dos excedentes. Com os alimentos que não necessitam para o próprio consumo podem abastecer primeiro os mercados que são facilmente acessíveis e cujo desenvolvimento podem acompanhar de perto.²³

Feiras semanais e rurais são formas difundidas de comercialização local. Grupos de produtores ecológicos organizam-se para vender seus produtos nestes mercados

²² Como exemplo pode-se mencionar a experiência da Fundación Acción Cultural Loyola (ACLO) numa região andina de Potosí/Bolívia. Veja nota de rodapé da página 31.

²³ Estes não são sempre e em todas as partes os mercados locais. Por exemplo, açúcar granulado ou café dependem geralmente do mercado nacional ou internacional.

locais, instalando lá postos de venda e depósitos para o armazenamento. Produtos frescos ou processados são vendidos diretamente a restaurantes e lojas das cidades vizinhas. No Equador e no Peru fizeram-se experiências positivas com “cestas de mercadorias”. Grupos rurais organizados fornecem cestas de alimentos a grupos urbanos, igualmente organizados, ou a outras entidades (pôr exemplo hospitais). O preço e a qualidade dos produtos é conveniente para ambas as partes e assim se vai estabelecendo uma relação de confiança.

O manejo intensivo e sustentável do solo (através de sistemas agroflorestais, mini-irrigação, adubação verde, criação de animais associada ao cultivo de forragem de corte etc.) é condição prévia para uma produção diversificada, de baixo custo e de boa qualidade, que produz excedentes em quantidade suficiente. Além do mais permite combinar e otimizar objetivos ecológicos e econômicos, contribuindo para um maior equilíbrio do sistema de produção (por exemplo mediante reflorestamento com árvores frutíferas, barreiras vivas de plantas forrageiras ou fruta de mercado, etc.). A diversidade dos produtos reduz a concorrência quantitativa no mercado.

Normas e padrões de qualidade

A produção de alimentos ecológicos certificados para o mercado internacional não constitui uma opção preferencial para melhorar a situação econômica dos pequenos produtores. As regras de certificação tornam-se cada vez mais exigentes e caras e, principalmente para as famílias pobres, cada vez mais difíceis de cumprir. Por outro lado, há que considerar que o mercado internacional de produtos ecológicos, apesar das elevadas taxas de crescimento apresentadas, só poderá absorver, num prazo previsível, uma quantidade limitada de produtos com certificado ecológico. “Ecológico” não significa automaticamente “sustentável”²⁴.



Transformação de frutos silvestres em produtos de primeira qualidade com marca própria, etc. Cooperativa Grande Sertão, Norte de Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)

Por isso, o desenvolvimento de padrões e normas próprios, locais ou nacionais, adaptados às condições sociais e culturais correspondentes, parece ser a melhor alternativa para as famílias rurais. Não obstante, tanto elas como as suas organizações de comercialização têm de tomar medidas para melhor garantir a qualidade dos seus produtos. A criação de mercados locais e a implementação de

²⁴ Por exemplo, quando a produção consome muita energia ou água ou a mão-de-obra é mal remunerada.

estratégias que enfatizam a relação produtor-consumidor, podem contribuir para fortalecer a confiança nos produtos agrícolas e melhorar a capacidade competitiva.



Venda direta de grãos básicos
pôr um grupo de produtores no
mercado de Chalchuapa, em El
Salvador
(Teufel/ Misereor)

Perspectivas e eixos de promoção²⁵

Face às condições e riscos acima expostos, a criação de incentivos externos de produção para os atores mais frágeis do mercado (que não dispõem nem de um sistema de produção estável, nem de poder de negociação) e expô-los aos elevados riscos de mercados distantes, não pode ser uma prioridade da cooperação para o desenvolvimento. Nenhum projeto e nenhum mercado alternativo poderá garantir, a longo prazo, um preço “justo” ou assumir os riscos que se colocam às famílias rurais.

Das estratégias mencionadas podem ser deduzidas orientações e princípios para a promoção de medidas de assessoria e capacitação, que serão descritos mais abaixo.

Promoção de pessoas

Geralmente parte-se do princípio que as medidas de promoção devem considerar a comercialização como parte do sistema integral de produção²⁶ e capacitar as famílias e os grupos para que estes possam decidir e atuar em regime de responsabilidade própria.

²⁵ Ver: Misereor: “Estratégia para promover um desenvolvimento rural sustentável na América Latina”, Aachen 2002. Este documento pode ser solicitado diretamente a Misereor.

²⁶ Ver Diagrama “Estrutura de um sistema de comercialização para famílias rurais e a sua integração no sistema de produção”, Anexo 1.

Não obstante, a produção agropecuária e os mercados para produtos agrícolas oferecem condições diferentes e estão sujeitos a mudanças permanentes, de modo que não existem receitas prontas para uma comercialização exitosa. Isto é, em primeiro lugar, um desafio para as pessoas mesmas. Elas próprias têm que identificar estratégias e espaços de comercialização e desenvolver a capacidade de analisar continuamente o mercado e encontrar respostas a situações diversificadas. As instituições de assessoria não se encarregam da comercialização, mas só acompanham e apoiam.

Economia rural e soberania alimentar

Toda a economia agrícola familiar, com as diversas componentes e múltiplas relações, deveria formar o quadro de referência para medidas destinadas a melhorar a situação dos pequenos produtores. Nisto, a soberania alimentar deveria ter prioridade,²⁷ o que significa que as famílias rurais conseguem, com os seus próprios esforços e recursos, prover-se e alimentar-se com produtos de boa qualidade, em quantidade suficiente e durante todo o ano. Também a alimentação e a criação de animais próprios deveria ser mais importante que o abastecimento de mercados externos.²⁸



Dona Felipa de Jesus Lemos, em Higueral, Chalatenango, El Salvador, vende frutas de quatro matas em Guisquil. Cada semana vende pelo menos 50 frutas pôr US\$ 0,25 cada.
(Oelers/Misereor)

²⁷ Ver diagrama "Prioridades de produção", Anexo 2.

²⁸ Com isso, não se propõe um procedimento determinado. O contexto e o conceito de produção são decisivos para determinar a seqüência em que os problemas devem ser abordados.

Agricultura sustentável

As iniciativas de comercialização de pequenos produtores só deveriam ser apoiadas se forem baseadas em sistemas sustentáveis de produção²⁹ ou quando simultaneamente forem feitos esforços para tornar a produção mais sustentável.



Vista panorâmica das áreas de cultivo de Don Gregário, Bolívia (ACLO)

Uma produção sustentável diversificada promove o abastecimento alimentar com produtos que a família própria produz (soberania alimentar). Tem o potencial de aumentar de forma duradoura a produção³⁰ e melhorar fundamentalmente as oportunidades de comercialização. A diversificação aliada a um aumento da produção é uma condição prévia para estabelecer relações de mercado contínuas, dado as famílias terem mercadorias para vender durante todo o ano.

Em resumo, a agricultura sustentável diminui os riscos de produção e comercialização e favorece o abastecimento dos mercados locais com produtos variados, de boa qualidade e durante todo o ano. O contato regular com os mercados e consumidores, pôr sua vez, contribui fundamentalmente para melhorar a posição dos que tomam parte no mercado.³¹

²⁹ A agricultura sustentável apoia-se no uso otimizado e sustentável dos recursos locais (solo, água, mata, sementes, plantas e animais) e no potencial humano (mão-de-obra e saber popular, criatividade e capacidade de inovação). Ela aproveita os processos e ciclos naturais e utiliza técnicas que reduzem os custos de produção.

³⁰ Em zonas ecologicamente degradadas, não é exceção que, após a realização de medidas de controle da erosão, melhoramento da fertilidade do solo e manejo da água nos lotes, se consiga duas ou três colheitas por ano, com uma quantidade dupla ou tripla.

³¹ Um exemplo de Potosí/Bolívia: "O Sr. Gregório vendia cada ano 10 quilos de batata, 5 quilos de milho, 3 quilos de grão-de-bico e 5 quilos de farinha de trigo nas cidades de Betanzos e Vila Vila. Para complementar a renda familiar, assumia trabalho assalariado em Santa Cruz e Chapare. Depois da transição fazem-se notar muitas mudanças. O Sr. Gregorio e a sua família mudaram para um lote muito melhor, situado junto ao Río Ralahuanca, com disponibilidade de irrigação, com estruturas de proteção do solo (mais de 20 terraços) e sistemas de cultivo em rotação de culturas intensivas (alfalfa, batata, milho, trigo, cevada, feijão, ervilha, couve, cebola, cenoura e pêssego). Tem mais ovelhas e cabras e



Don Gregário
seleccionando
pêssegos para a
venda (ACLO)

Referente à distribuição do trabalho, as mulheres sentem-se especialmente responsáveis pelo auto-abastecimento e pelo bem-estar da família. A orientação das unidades produtivas para uma diversificação da produção, para a segurança alimentar assim como a integração de todos os membros da família, fortalece as possibilidades das mulheres de participar das decisões sobre a utilização da produção e o emprego dos rendimentos monetários.

No contexto de sistemas de produção sustentáveis, a comercialização não é contemplada de forma isolada, mas as oportunidades do mercado são aproveitadas de acordo com a unidade produtiva e a situação das família.



Venda de favas no
Assentamento Guido I,
Paraguai (CCDA)

para o gado bovino utiliza forragem produzida nas suas próprias hortas; sua renda aumentou consideravelmente: vende hoje 10 quilos de batata, 54 quilos de cenoura, 24 quilos de cebola, 12 sacos de cove, 10 sacos de feijão verde, 50 dúzias de espigas de milho e 12 bois criados por ano, já não migra porque ganha mais na sua própria propriedade do que com o trabalho assalariado". Fonte: Fundación Acción Cultural Loyola (ACLO): "Cuando lo pequeño se hace grande", Potosi-Bolivia 2005, pág. 51

Mercados locais

Os mercados locais podem ser abastecidos a baixos custos e os produtores e produtoras os podem observar e influenciar com mais facilidade. Porquê dar preferência a mercados distantes, quando a nível local existe uma grande demanda? Porquê abastecer preferencialmente grupos com poder de compra nas grandes cidades e no exterior, quando a população local necessita urgentemente de alimentos frescos e processados? Os mercados locais, dentro dos quais incluímos também os mercados da região, constituem uma verdadeira alternativa e oferecem um importante potencial de crescimento.



Feira franca em Corrientes, Argentina (INCUPPO)

Porém, este potencial confronta-se com o escasso poder de compra a nível local, o desenvolvimento deficitário dos mercados, a competição com produtos importados baratos e subvencionados e o menor prestígio atribuído aos produtos processados localmente. Pôr isso, o fortalecimento dos mercados locais requer uma melhoria da qualidade dos produtos, o desenvolvimento de produtos, a flexibilização da produção e a ampliação da oferta, a fim de poder melhor atender à demanda. Ao mesmo tempo é necessário intervir nos hábitos de consumo, para conseguir uma revalorização dos produtos locais e regionais.

Processamento de produtos e armazenagem

O processamento local de produtos agrícolas, florestais e pecuários é uma possibilidade adicional para fazer frente aos riscos de comercialização. Pão, farinha, açúcar, sabonete, azeite e muitos outros produtos de consumo diário podem ser fabricados através de processos relativamente simples. Frutas, hortaliças e ervas

podem ser processadas em estabelecimentos locais, aumentando consideravelmente o valor adicionado.

Desta forma, é possível superar ou diminuir os problemas de transporte e armazenagem, aumentar as condições de conservação dos produtos, abastecer os mercados durante todo o ano, além de gerar novas possibilidades de trabalho e renda.

Porém, os produtos processados localmente estão expostos à concorrência de produtos baratos. Os padrões e normas de qualidade e higiene devem ser respeitados e freqüentemente é preciso um registro. Pôr isso, deve-se atribuir atenção especial ao desenvolvimento de produtos, à organização do processamento e à administração das instalações de processamento.

A introdução ou o melhoramento do armazenamento reduz perdas pós-colheita e permite um aproveitamento melhor dos ciclos do mercado.



Moinho para o processamento de cana-de-açúcar e rapadura, Assentamento Tapera, Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)



Conhecimentos - Organização - Poder de negociação

O poder de negociação depende da situação econômica das propriedades rurais. Quem não tem reservas financeiras e precisa de rendimentos monetários, terá de vender, sejam quais forem as condições. Mas o poder de negociação depende também da organização dos produtores em cooperativas ou em outras associações de comercialização.

Organizados, os produtores e produtoras aprendem a defender seus interesses, a tomar decisões de forma transparente e a distribuir as funções entre os membros, de acordo com as suas capacidades.

Referente à comercialização, as cooperativas ou associações de comercialização contribuem para reduzir os custos de marketing, controlar a qualidade dos produtos,

reagir de forma flexível à demanda, colher e processar informações sobre movimentos do mercado e, para que os produtores sejam vistos como atores econômicos. Pôr um lado, o acesso a informações sobre o mercado melhora a posição dos produtores, pôr outro, o contato direto entre produtores e compradores e a boa relação com os comerciantes são os canais que possibilitam o acesso a informações.

Porém, na organização revela-se também que não todos os produtores são dotados das mesmas qualidades e talentos. Por exemplo, não todos estão habituados a lidar com números. Em princípio eles devem saber controlar a organização da comercialização, mas não necessariamente efetuá-la pôr si mesmos. É por isso que as cooperativas ou associações podem abrir possibilidades a pessoas que não estão diretamente envolvidas nas atividades agrícolas, podendo elas assumir tarefas no processamento e na comercialização, de acordo com a sua experiência e capacitação. Capacidades empresariais (inovação, busca de informações, perseverança, disposição moderada para aceitar riscos) e o domínio de assuntos ligados à comercialização e administração são qualidades imprescindíveis nas organizações de comercialização.



Capacitação em gestão, documentação e livro de Caixa, numa organização de produtores em Piura, Pidecafé, Peru (Teufel/Misereor)

Comercialização direta

Através da comercialização direta é possível suprimir a presença de intermediários e alcançar preços mais altos. Acresce-se que os produtores, pelo contato direto com os compradores, têm melhores oportunidade de ajustar seus produtos à demanda.

Possíveis aspectos a promover são:

- § o desenvolvimento de normas de qualidade para os produtos locais e a criação de marcas locais;
- § a organização de grupos de produtores de uma região, a fim de obterem a certificação conjunta, segundo padrões definidos a nível local ou regional;
- § a capacitação para realizar diagnósticos participativos sobre as possibilidades de comercialização local (mercados locais, lojas, restaurantes);
- § a criação de pequenas tendas de venda no mercado para grupos organizados, como projeto piloto (mesas, estantes, tendas, possibilidades de armazenamento);

- § o desenvolvimento de estratégias para a promoção de produtos ecológicos (etiquetas, cartazes, rádio);
- § o melhoramento de aspectos de gestão e administração (contabilidade simples, análise de preços e custos, conhecimento das disposições legais).

As formas tradicionais de troca e intercâmbio de produtos, mão-de-obra, serviços, experiências e conhecimentos são componentes integrantes e tradicionais da economia rural e instrumentos da comercialização direta que deveriam ser consideradas e, na medida do possível, revalorizadas.

Feira agroecológica em Abancay, Peru: A ARPEA - Associação Regional de Produtos Ecológicos do Apurímac, reúne 14 grupos com 220 membros (Oelers/Misereor)



A melhoria da infra-estrutura rural, em especial das vias de transporte e das possibilidades de armazenamento, facilita o acesso ao mercado. Os espaços crescentes de participação popular a nível municipal possibilitam uma maior intervenção nas políticas públicas.

Comercialização indireta

Em muitos países e regiões, a comercialização não é efetuada diretamente pelos produtores e produtoras. Eles vendem os seus excedentes e produtos a intermediários, por não terem os conhecimentos e a infra-estrutura necessários, por temerem os gastos de tempo e os longos caminhos e porque lhes faltam as experiências e as tradições de como fazer. A comercialização custa tempo e dinheiro.

Ser bom agricultor não significa automaticamente ser bom comerciante ou vendedor. Isso requer conhecimentos específicos sobre o mercado, os produtos e os consumidores. Mesmo os produtores que assumiram exitosamente a comercialização direta geralmente são obrigados a vender uma parte da sua produção através de outros canais de comércio, (por exemplo, o que o mercado local não pode absorver devido ao excesso de oferta). Pôr isso, é importante manter bons relacionamentos com os transportadores e comerciantes, bem como ser capaz de aproveitar as oportunidades que surgem.

Resumo

Um aumento da comercialização não conduz automaticamente a um aumento da renda, a um aumento de capitalização das propriedades rurais ou a uma redução da pobreza. Pelo contrário: face às condições desfavoráveis a que a maioria das famílias rurais está submetida, um aumento da comercialização pode até contribuir para agudizar a pobreza. A escassa produtividade, a degradação ecológica, o acesso inseguro à terra e os preços tendencialmente baixos pagos aos produtores, não deixam muito espaço às pequenas propriedades rurais de se desenvolverem. Isto deve ser considerado na busca de soluções.

Para as famílias rurais, a comercialização dos produtos agrícolas envolve riscos que são sempre parte integrante das condições de produção e que ocorrem em colheitas incertas com preços oscilantes. Por exemplo, devido ao longo ciclo de produção, ao excesso periódico da oferta de alguns produtos, à dependência de fatores imprevisíveis como o clima, que os produtores não podem influenciar etc.

A orientação da agricultura familiar para o mercado, no sentido de criar sistemas de produção voltados para as regras de um mercado livre idealizado, não parece uma opção com perspectiva de futuro. Estratégias e mecanismos diferenciados deveriam ser integrados em sistemas de produção sustentáveis, a fim de melhorar a comercialização e a venda dos produtos, a partir das condições de produção e da situação da família e com consideração para as suas fraquezas e forças, de modo a possibilitar um desenvolvimento equilibrado e promover o bem-estar econômico e social.

A introdução de sistemas de produção sustentáveis é a base para melhorar a economia das pequenas propriedades rurais: conservam a fertilidade do sistema ecológico, reduzem a dependência de insumos caros e, a longo prazo, podem levar a um aumento considerável da produção e da produtividade.

Para além da geração de renda monetária, há os seguintes objetivos a perseguir:

- § assegurar o abastecimento da própria família com alimentos de boa qualidade em quantidade suficiente, durante todo o ano,
- § assegurar o manejo e cuidado dos animais,
- § proteger os recursos naturais e conservar a fertilidade do solo e a biodiversidade,
- § estabilizar o sistema de produção e minimizar os riscos,
- § fortalecer as relações sociais e a segurança social.

Os mercados locais constituem verdadeiros “mercados alternativos” e deveriam receber atenção especial. Oferecem um grande potencial de crescimento e são acessíveis aos pequenos produtores rurais que podem observar e acompanhar os desenvolvimentos de perto. As possibilidades de revalorização da troca e intercâmbio, baseados na reciprocidade, deveriam ser aproveitadas.

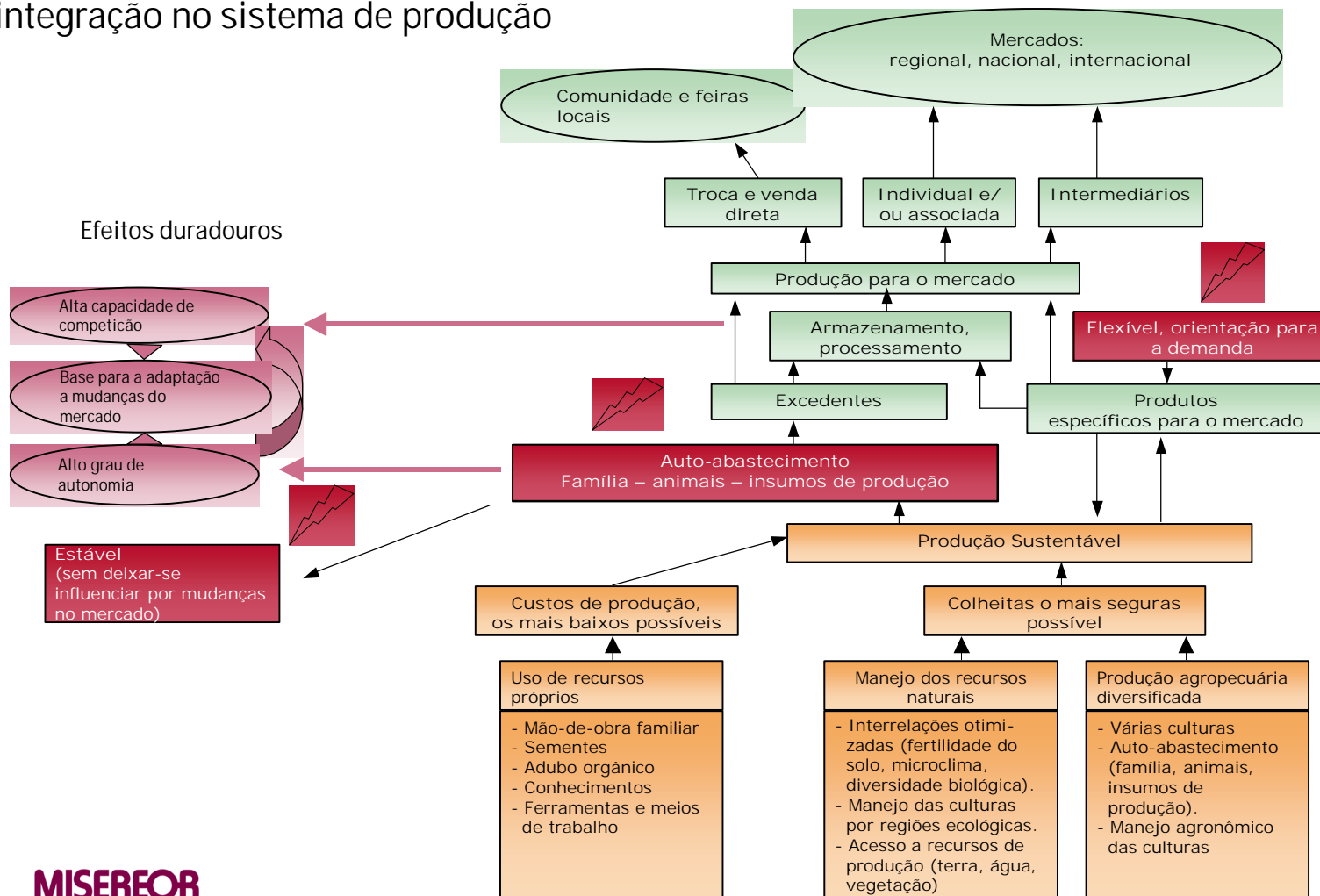
A promoção das capacidades de comercialização aponta para o fortalecimento do poder de negociação das famílias de pequenos produtores, o fomento da comercialização conjunta através da organização, o apoio ao processamento local dos produtos agrícolas bem como o desenvolvimento de produtos e padrões de qualidade.

A nível internacional urge conseguir uma mudança das relações de intercâmbio de produtos agrícolas. Isto inclui, entre outras coisas, a redução das subvenções às exportações agrícolas dos países industrializados e a adoção de instrumentos adequados que permitam chegar a preços diferenciados, consoante as condições de produção muito diferentes e que possibilitem o desenvolvimento da agricultura e uma segurança alimentar, com base na produção própria. Isto requer atividades de lobbying, tanto nos países da América Latina como na Europa.

Anexos

- Anexo 1: Estrutura de um sistema de comercialização para famílias rurais e sua integração no sistema de produção
- Anexo 2: Prioridades da produção

Estrutura de um sistema de comercialização para famílias rurais e a sua integração no sistema de produção



Explicações do diagrama

O objetivo do diagrama é elucidar a integração da comercialização num sistema de produção baseado na diversificação.

A auto-suficiência segura e baixos custos de produção permitem um elevado grau de autonomia e estabilidade da economia rural, fortalecendo ao mesmo tempo a capacidade de concorrência.

Quando a disponibilidade de terra e mão-de-obra o permite, poderão ser produzidos produtos especialmente para o mercado. Dado que os mercados mudam, a produção de mercado deverá ser conduzida de forma flexível, a fim de que se possa reagir a tempo a condições desfavoráveis. Independência e capital fortalecem a posição como participante do mercado.

Os efeitos duradouros traduzem-se em um elevado grau de independência e na maior competitividade do sistema produtivo como um todo. Isto forma um fundamento sólido para a capacidade econômica e a tomada de decisões da família para poder responder às mudanças que ocorrem nos mercados. Ao mesmo tempo, a competitividade e a maior independência se apoiam em custos de produção baixos, auto-abastecimento ótimo e a capacidade de armazenamento e transformação.

Uma comercialização ótima é acompanhada de capacidades de armazenamento e processamento.

Em geral observa-se que os pequenos produtores utilizam dois ou três canais de comercialização que se dividem em vias de comercialização direta ou indireta.

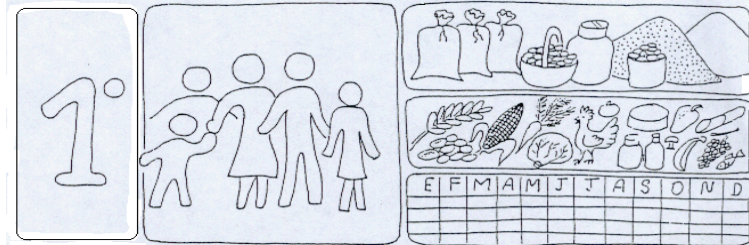
A comercialização direta é de fácil acesso e destinada aos produtos processados e consumidos a nível doméstico. As quantidades são por via de regra menores e são distribuídas através de troca e nos mercados locais. Frequentemente, as famílias priorizam a troca, a qual implica um alto compromisso social, segurança e estabilidade econômica.

A comercialização indireta realiza-se geralmente através de comerciantes intermediários. Mais vantajosas mas também menos frequentes são as formas cooperativistas de comercialização, que pressupõem um difícil trabalho de organização.

Anexo 2: Prioridades da produção

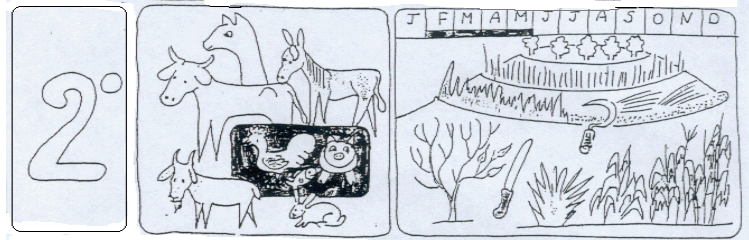
Prioridade No. 1

Alimentar a família com produtos variados de boa qualidade, em quantidade suficiente, durante todo o ano.



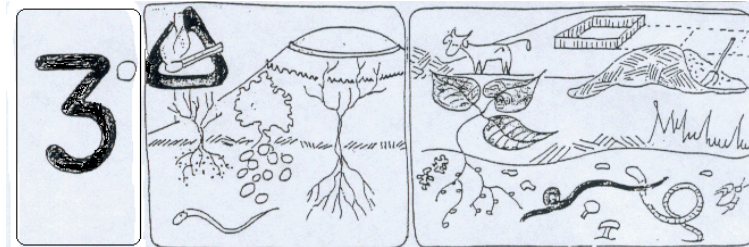
Prioridade No. 2

Alimentar os animais próprios, especialmente no período da seca.



Prioridade No. 3

Nutrir o solo, para que ele nos possa alimentar a nós e aos nossos animais.



Prioridade No. 4

Abastecer o mercado e ao mesmo tempo alcançar um maior valor agregado.

