



5º Congresso de Pós-Graduação

ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS NO AGRONEGÓCIO: UM ESTUDO NO SETOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Autor(es)

GRAZIELA OSTE GRAZIANO

Co-Autor(es)

PATRICIA SIMÕES DE FRANCISCO
KATIA CRISTINA FERREIRA DE MELO
ISABELA OSTE GRAZIANO
NADIA KASSOUF PIZZINATTO
RITA MARIA MARTINELI

Orientador(es)

NADIA KASSOUF PIZZINATTO

1. Introdução

A sociedade caminha aceleradamente para uma crise de recursos, oriunda da má administração do meio natural; essa crise pode ser representada por ameaças, tais como: desequilíbrio da produção de alimentos, redução da produção, mudanças climáticas, aparecimentos de doenças e epidemias. Todas essas ameaças reduzem a qualidade e a produtividade da terra. Nesse contexto, surgiram os movimentos ambientais em busca da defesa do meio ambiente, buscando alternativas para um desenvolvimento sustentável e se desenvolveu um setor econômico, o agronegócio: derivado do termo agribusiness, vem crescendo, segundo Thomas (2004), a taxas superiores às da economia nacional (3,2% x 2,7% a.a.). Movimentou em 2003, 450 bilhões de reais e em 2004 a agricultura e a agroindústria representaram aproximadamente, 27% do PIB do Brasil, cerca de 33% do total das exportações e de 33% a 47% do emprego. Na visão de Batalha, (1997), os setores da cadeia que compõem o sistema agroindustrial (agribusiness), são: a) agricultura, pecuária e pesca; b) indústrias agroalimentares; c) distribuição agrícola e alimentar; d) comércio internacional; e) consumidor; f) indústrias e serviços de apoio. Já para Megido & Xavier (1994), o sistema mercadológico do agronegócio pode ser dividido e analisado em três setores: a) antes da porteira: representado por todos os setores de produção de insumos, tais como: sementes, vacinas e defensivos; b) dentro da porteira: incluem as atividades básicas da agropecuária, tais como, plantio, cultivo e colheita; c) depois da porteira - é representado por dois setores, tais como o da produção e processamento industrial de alimentos, e o da distribuição de alimentos, composto pelos atacadistas, grandes redes de distribuição varejistas e

comerciantes independentes de alimentos. Este estudo, além de contribuir para a sistematização de dados sobre o dimensionamento do segmento dos empresários rurais da cadeia agroindustrial do agronegócio no país, incluídos no elo “dentro da porteira”, (MEGIDO & XAVIER, 1994) procura verificar quantos produtores passaram ao elo “depois da porteira”, assumindo o processamento industrial dos produtos orgânicos in natura que produzem, desta forma adotando a Estratégia de Desenvolvimento de Produtos.

2. Objetivos

Identificar dentro do perfil da oferta do Composto de Produtos orgânicos no país, tanto os “in natura” quanto os derivados de processamento industrial, qual a incidência da utilização da Estratégia de Desenvolvimento de Produtos, no setor do agronegócio, pelos produtores de orgânicos. Para atingir o objetivo geral, houve a necessidade de buscar a materialização de alguns objetivos específicos: a) levantar informações sobre o perfil da oferta do Composto de Produtos orgânicos no país; b) identificar, dentre as estratégias de crescimento empresarial, a adoção, pelos produtores, da Estratégia de Desenvolvimento de Produtos.

3. Desenvolvimento

A base para o desenvolvimento da pesquisa foi teórica e prática. No tocante ao desenvolvimento empírico foi realizada uma pesquisa de campo com os produtores de orgânicos em nível nacional. O objetivo da primeira etapa da pesquisa foi desenvolver e esclarecer os conceitos vinculados ao referencial teórico do tema, num estudo exploratório que segundo Malhotra, (2005), é utilizado para “explorar a situação do problema”. O Estudo Exploratório apóia-se em diversas fontes de informação, sendo a primeira delas os Dados Secundários. A pesquisa em dados secundários incluiu a consulta a meios eletrônicos de busca na web, fonte válida de informação, segundo Severino (1999). Ainda com base em pesquisa de dados secundários foram identificados para a pesquisa, os produtores orgânicos certificados pelo IBD (Instituto Biodinâmico), numa amostragem não probabilística por conveniência, em função de seu alcance nacional e do maior número de certificados: 354 produtores orgânicos, tendo sido todos incluídos como fonte de pesquisa. Os dados coletados junto aos produtores de orgânicos foram caracterizados através de uma análise descritiva, apresentada por meio de tabelas e gráficos. Num segundo momento, as informações coletadas na pesquisa também foram, analisadas qualitativamente, por meio de discussão e interpretação dos resultados.

4. Resultados

As análises dos dados abaixo mostram o perfil da oferta de produtos orgânicos oferecidos em cada Estado brasileiro. Os 354 produtores estão divididos da seguinte forma: Alagoas 2 produtores; Amazonas 2 produtores ; Bahia 20, Brasília (DF) 5; Ceará 12; Espírito Santo 8; Goiás 3; Maranhão 2; Mato Grosso 11; Mato Grosso do Sul 1; Minas Gerais 41; Pará 1; Paraíba 1; Paraná 59; Pernambuco 3; Piauí 3; Rio de Janeiro 14; Rio Grande do Sul 9; Rondônia 6; Roraima 1; Santa Catarina 9; São Paulo 138 e Sergipe 3. O Quadro 1 permite visualizar em que Estado há maior número de produtores de cada tipo de produto. Analisando a última coluna do Quadro 2, verifica-se que São Paulo lidera a produção de orgânicos no país, dentre os produtores certificados pelo IBD, seguido pelo Estado do Paraná. Mas, principalmente em relação aos objetivos do estudo, identifica o Estado do Paraná com a maior incidência de produtores que aderiram à Estratégia de Desenvolvimento de Produtos, pois passaram ao elo “depois da porteira”, empreitando a industrialização de seus produtos “ in natura”. Quadro 2- Produtores de Orgânicos Filiados ao IBD: Análise Vertical, por Estado

Estado	Frutas	Legumes	Verdu-ras	Grãos	Outros	Produtos Industrializados	Quantidade de Produtos/ Estado (F)	Quantidade de Produtos/ Estado (%)
Alagoas	0	0	0	0	0	0	0	0
Amazonas	0	0	0	0	0	0	0	0
Bahia	39	7,2	13	13,5	2	2,7	8	3
Brasília (DF)	0	0	0	0	0	0	0	0
Ceará	15	2,8	0	0	0	0	6	2,3
Espírito Santo	6	1,1	0	0	1	1,4	5	1,9
Goiás	1	0,2	0	1	1,4	2	0,8	3
Maranhão	12	2,2	0	0	0	0	0	0
Mato Grosso	2	0,4	0	0	0	0	3	1,1
Mato Grosso do Sul	0	0	1	1	0	0	0	0
Minas Gerais	53	9,8	9	9,4	10	14	35	13
Paraná	59	16,7	16	16,1	2	2,5	9	0,5
Pernambuco	3	0,8	0	0	0	0	6	2,3
Piauí	3	0,8	0	0	0	0	3	1,1
Rio de Janeiro	14	4,0	0	0	0	0	14	4,0
Rio Grande do Sul	9	2,5	0	0	0	0	9	2,5
Rondônia	6	1,7	0	0	0	0	6	1,7
Roraima	1	0,3	0	0	0	0	1	0,3
Santa Catarina	9	2,5	0	0	0	0	9	2,5
São Paulo	138	38,9	38	38,9	10	14	35	13
Sergipe	3	0,8	0	0	0	0	3	0,8

Pará 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 7 1,7 7 0,45 Paraíba 1 0,2 0 0 0 0 0 0 3 1,6 2 0,5 6 0,38 Paraná 155 28,7 36 37,5 19 26 101 38 36 19 47 11,7 394 25,18 Pernambuco 7 1,3 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 7 0,45 Piauí 1 0,2 0 0 0 0 0 0 3 1,6 0 0 4 0,26 Rio de Janeiro 11 2 3 3,1 4 5,4 6 2,3 4 2,1 9 2,2 37 2,36 Rio Grande do Sul 3 0,6 0 0 0 0 9 3,4 3 1,6 3 0,7 18 1,15 Rondônia 35 6,5 0 0 1 1,4 0 0 14 7,4 3 0,7 53 3,39 Roraima 13 2,4 0 0 1 1,4 0 0 1 0,5 0 0 15 0,96 Santa Catarina 25 4,6 6 6,3 1 1,4 13 4,9 4 2,1 16 4 65 4,15 São Paulo 142 26,3 28 29,2 31 42 71 27 46 24 264 65,8 582 37,19 Sergipe 19 3,5 0 0 3 4,1 0 0 1 0,5 1 0,2 24 1,53 Total 540 100 96 100 74 100 264 100 190 100 401 100 1565 100

Fonte: elaborado pelos autores, a partir da listagem do IBD Obs.: A somatória das colunas são a base = 100% no uso da técnica dos números índices. Fonte: (IUDÍCIBUS, 1998). Dos 1565 itens levantados na produção orgânica no Brasil, 34% é representada por frutas, 26% por produtos industrializados, 17% por grãos, 12% em outros e 6% em legumes. Com base nas análises feitas dos 354 produtores cadastrados no Brasil pelo IBD como orgânicos, pode-se dizer que 215 deles ou 60,7% produzem produtos in natura, 105 deles ou 29,7% produzem produtos in natura e industrializam produtos também e 34 deles ou 9,6% somente industrializam produtos orgânicos, ou seja, trabalham como produtos processados. Portanto, 100% dos produtores dos Estados do Amazonas, Goiás, Mato Grosso do Sul e Pará, aderiram a Estratégia de Desenvolvimento de Produtos. No Estado de São Paulo o mesmo não ocorre, dos 138 produtores existentes, 44 deles, ou seja, 32% aderiram a Estratégia de Desenvolvimento de Produtos.

5. Considerações Finais

O perfil da oferta do Composto de Produtos orgânicos no país, tanto os “in natura” quanto os derivados de processamento industrial, como consequência da utilização da Estratégia de Desenvolvimento de Produtos no setor, foi retratado a partir de uma amostra de 354 produtores certificados pelo IBD- Instituto Biodinâmico e alocados regionalmente em 23 dos Estados brasileiros: Alagoas, Amazonas, Bahia, Brasília, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe. Dessa amostra de produtores do IBD, todos os Estados tinham alguma produção orgânica, em pelo menos uma das categorias investigadas. No que se refere à concentração do Composto de Produtos oferecidos por Estado, percebeu-se que: a) as frutas são mais oferecidas pelos produtores nos Estados da Bahia, com o cacau; no Ceará, a oferta concentra-se no coco; no Espírito Santo, com a banana; no Maranhão e Paraná, com a manga; em Minas, banana, maracujá e laranja; em Pernambuco, abacate, banana, caju, jaca laranja, manga e uva; no Rio de Janeiro, acerola, limão e pupunha; em Rondônia acerola, banana, caju, coco mamão e pitanga; em Roraima, acerola, atemóia, banana, biriba, cupuaçu, graviola, jabuticaba, laranja, lichia, limão mamão, maracujá e tangerina; em Santa Catarina kiwi e pêssego e por fim em Sergipe o abacate, caju e laranja. b) Os grãos são mais oferecidos em Brasília como o café e no Rio Grande do Sul com a soja. c) a categoria “outros produtos” é mais oferecida no Estado de Alagoas, no qual o produto mais oferecido pelos produtores é a cana-de-açúcar, o gado leite e o açúcar; no Mato Grosso é o gado de leite o mais oferecido; no Estado da Paraíba são: o gado de leite de cabra, leite de cabra e mel e o Piauí com o mel como produto mais oferecido pelos produtores. d) os produtos industrializados são mais oferecidos nos Estados do Amazonas como processador de polpa, fabricação de óleo e de manteiga de cacau; no Pará com a estearina, gordura vegetal, margarina, óleo de palma bruto e refinado, óleo de palmiste bruto e refinado; no Mato Grosso do Sul, a fécula de mandioca, sagu e tapioca; em Goiás a cana-de-açúcar, girassol, pastagem, açúcar cristal, caldo de cana evaporado e doces de caju e em São Paulo, no qual os produtores oferecem produtos 100% orgânicos - café torrado e moído e produtos com 70% a 95 % de ingredientes orgânicos - bolacha de chocolate e pão de mel. A grande maioria dos produtores concentra a produção nos produtos 100% orgânicos. Numa análise geral a variedade de produtos oferecidos no Brasil, totaliza 1565 itens, havendo maior concentração na oferta da categoria das frutas. Dos Estados analisados, o Paraná é quem lidera a produção de frutas, legumes e grãos, pois tem-se um maior oferecimento de produtos em quantidades em comparação aos outros Estados. No tocante às três outras categorias de produtos, as verduras, outros produtos e produtos industrializados quem lidera o oferecimento é o Estado de São Paulo. Ou seja, dos dados coletados conclui-se que a maior quantidade de produtos orgânicos oferecidos pelos produtores está dividida entre os Estados de São Paulo e Paraná. Os Estados de Amazonas, Goiás, Mato Grosso do Sul, Pará e São Paulo, são os que concentram produtores

que aderiram à Estratégia de Desenvolvimento de Produtos. Portanto, dentre os produtores de orgânicos certificados pelo IBD, os empresários rurais que mais assumiram a Estratégia de Desenvolvimento de Produtos, via assunção do elo “depois da porteira”, partindo para a industrialização de produtos “in natura”, localizam-se no Estado de São Paulo. Concluindo, o perfil da oferta do Composto de Produtos orgânicos no país, está ainda muito voltado para os “in natura”, pois a grande maioria dos produtores estão concentrados no oferecimento de frutas. Quanto à adoção da Estratégia de Desenvolvimento de Produtos, percebeu-se que os derivados de processamento industrial, são poucos os Estados que processam orgânicos, ou seja, que estão voltados para o elo depois da porteira. O Estado de São Paulo é o que tem mais produtores que industrializam, o que mostra que os produtores utilizam a Estratégia de Desenvolvimento de Produtos no mercado. Assim, não há como ignorar a importância que a cadeia agroindustrial dos produtos orgânicos representa para a saúde pública, pois evitam problemas de saúde causados pela ingestão de substâncias químicas tóxicas, os solos ricos e balanceados com adubos naturais produzem alimentos com maior valor nutritivo, protegendo as futuras gerações de contaminação química e restaurando a biodiversidade, protegendo a vida animal e vegetal. A agricultura orgânica respeita o equilíbrio da natureza, criando ecossistemas saudáveis. A vida silvestre, parte essencial do estabelecimento agrícola é preservada e áreas naturais são conservadas. E tudo isso é garantido pelo papel exercido pelas certificadoras, no papel de verificação, acompanhamento e concessão do selo de garantia da qualidade do produto orgânico.

Referências Bibliográficas

BATALHA, Mário Otávio. Gestão Agroindustrial, São Paulo:Atlas, vols. I e 2, 1997.

<http://www.ibd.com.br>. Acesso em jan/2007.

MALHOTRA, Naresh K., Introdução à Pesquisa de Marketing.São Paulo: Prentice Hall do Brasil. 2005.

MEGIDO,JTL & XAVIER,C., Marketing e Agribusiness, Ed Atlas, 1994, 202p.

SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 19.ed. São Paulo: Cortez, 1993.

THOMAS, Vinod. Elas Começaram no Agro . Agro Exame. Edição especial. p. 48 e 49, Setembro, 2004