

Revista de Agricultura Urbana no. 24 - Setembro de 2010

Da semente até a mesa: desenvolvendo cadeias de valor na agricultura urbana

Apresentação:

Para elevar sua renda, muitos produtores urbanos buscam se envolver mais diretamente em outras atividades que agreguem valor a seus produtos, processando-os ou vendendo-os diretamente a quem vai consumi-los.

A ideia é ocupar outros papéis além de "agricultor" na cadeia que liga a produção dos alimentos ao seu consumo, transferindo para si os rendimentos que outros atores possam estar faturando nesse processo.

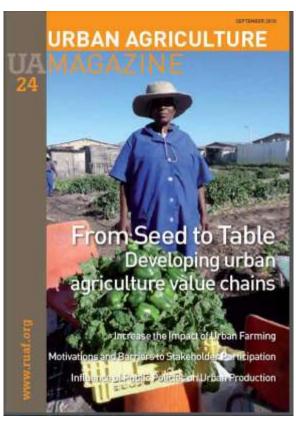
Mas como quase sempre lhes faltam recursos para investir o necessário para iniciar um novo negócio viável (de processador, de comerciante etc.), e os conhecimentos suficientes para fazerem uma análise mais acurada do mercado onde vai competir, muitas decidem o que fazer considerando apenas o baixo investimento inicial.

Esse padrão geralmente leva à rápida saturação do

mercado, com muitos produtores tendo a mesma ideia, a baixos níveis de produtividade, pela insuficiência de recursos técnicos e financeiros, a uma competição que reduz o retorno obtido pelos produtores (Campbell, 2009).

Para apoiar os agricultores urbanos nessa evolução produtiva e comercial, abordagens como a análise das cadeias de valor e a adoção de ferramentas para promover o seu desenvolvimento ajudam a conectar os produtores urbanos e periurbanos com os mercados das cidades de modo mais sustentável.

A 24ª. edição da Revista de Agricultura Urbana reúne exemplos de muitos países, relatando diversas formas de cadeias de valor em operação e diferentes modos para desenvolvê-las no contexto da agricultura urbana.



Sumário

3	Editorial
18	Fortalecendo as organizações de produtores urbanos e sua capacidade de comercialização
29	Esquema de cestas de hortaliças na Cidade do Cabo, África do Sul
37	Usando a análise da cadeia de valor para melhorar os sistemas de produção, processamento e comercialização
44	A distância até a cidade e o desempenho das cadeias alimentares em Antananarivo, Madagascar
52	O acesso ao mercado para os produtores urbanos e periurbanos em Yangon, Myanmar
57	Uma comparação da agricultura urbana e das cadeias alimentares curtas em Paris, França, e Túnis, Tunísia
64	O desenvolvimento da cadeia de valor do abacate no Vietnã
70	A Aliança para o Aprendizado em fortalecimento de cadeias na Cooperativa Burka Gudina, na Etiópia
74	A agricultura urbana na Holanda
81	A agricultura urbana e o envolvimento comunitário em Manchester, Reino Unido
88	A participação dos atores nas cadeias de valor para os alimentos locais em Phoenix, Arizona, EUA
95	Panorama da produção de batata no estado de Cartum, Sudão
98	O papel das organizações de produtores na comercialização de "hortaliças seguras" periurbanas no Vietnã
04	A influência das políticas públicas na produção urbana em Piracicaba, Brasil
80	Uma análise dos mercados em Rosário, Argentina
13	Agricultura urbana apoiada pela comunidade: O projeto "Orti Solidali" em Roma, Itália
19	Promovendo cadeias de valor na agricultura urbana para o desenvolvimento local em Quito, Equador

Editorial

Da semente até a mesa: desenvolvendo cadeias de valor na agricultura urbana

Marielle Dubbeling Femke Hoekstra René van Veenhuizen ETC Urban Agriculture ruaf@etcnl.nl

Muitos agricultores urbanos procuram elevar a sua renda se envolvendo mais direta ou eficientemente nas atividades de processamento e comercialização de seus produtos. Porém eles, em sua maioria, não são capazes de investir o suficiente para iniciar um negócio, muitas vezes não fazem uma análise mais acurada da demanda do mercado, e tendem a escolher atividades que tenham um baixo custo de entrada, como a produção de galinhas e o preparo de refeições. Esse padrão geralmente leva à rápida saturação do mercado, a baixos níveis de produtividade e a uma competição que reduz o retorno obtido pelos produtores (Campbell, 2009). A análise das cadeias de valor e o seu

desenvolvimento ajudam a conectar os produtores urbanos e periurbanos com os mercados das cidades de modo mais sustentável. Nesta edição você encontrará exemplos de diversas formas de cadeias de valor e de como desenvolvê-las no contexto da agricultura urbana.



Mercado de produtores no Uruguai Foto: Hans Peter Reinders

Cadeias de valor

Qualquer agricultor que produza um pequeno excedente vendido para um comerciante local torna-se parte de uma cadeia de valor (De Koning e De Steenhuijsen Piters, 2009). Com exceção do pequeno horticultor amador, os "agricultores de subsistência" praticamente não existem, pois mesmo os mais pobres tentam vender seus excedentes, ou os produzem deliberadamente para vender, e fazem parte, portanto, de cadeias de valor urbanas.

Cadeias de valor podem ser interpretadas em um sentido estreito ou amplo. No sentido estreito, uma cadeia de valor inclui toda a gama de atividades realizadas dentro de uma empresa para produzir um determinado resultado. Ela pode ser constituída, por exemplo, por um grupo ou cooperativa de produtores envolvidos não somente na produção, mas também no processamento e comercialização dos produtos. Cada atividade acrescenta valor para o resultado final.

Alguns chamam essa forma de cadeia de valor de "integração vertical" ou "upgrading funcional", diferenciando-a do conceito mais amplo de desenvolvimento de cadeias de valor conhecido por "integração horizontal" (Laven, 2009).

A definição mais ampla de cadeia de valor considera a complexa gama de atividades implementadas por vários atores (ligando fornecedores de insumos, produtores primários, comerciantes, processadores, atacadistas, varejistas etc.), desde a transformação das matérias primas até a venda do produto acabado ao consumidor final. Esta abordagem considera não somente as atividades realizadas por cada ator, mas também os elos funcionais que interligam os atores diretos na cadeia de valor: a organização, a coordenação e as relações de poder entre eles (M4P, 2006). Coordenar melhor o abastecimento, a produção, o processamento, a comercialização e outras funções relacionadas com os vários atores na cadeia de valor assegura um fluxo de produção eficiente que atende às necessidades de segmentos específicos do mercado consumidor. Isso requer que os atores na cadeia de valor invistam nas relações de negócio a longo prazo, foquem na otimização da cadeia, e agreguem valor a cada passo.

Nas cadeias de valor agrícola, os bens e produtos fluem de baixo para cima ("da semente até a mesa") e o dinheiro flui de cima para baixo. Cada um dos atores diretos desempenha uma ou mais função específica, incorrendo portanto em algumas despesas e gerando algumas receitas, "agregando valor", dessa maneira, ao produto. As cadeias podem ser *curtas* (p.ex.: o produtor vendendo seus produtos na "porteira do sítio", ou em algum mercado de produtores, diretamente para os consumidores, conforme ilustrado em vários artigos, ou podem ser cadeias *longas*, quando a produção passa pelas mãos de vários intermediários, da indústria de processamento e de varejistas até chegar aos consumidores (adicionando custos e aumentando seu preço ao longo do caminho). Nas áreas urbanas, as relações entre produtores e consumidores são frequentemente mais curtas do que nas áreas rurais (embora nem sempre as cadeias mais curtas sejam as melhores, como demonstrado no artigo sobre Madagascar). Além dos atores diretos, as cadeias de valor muitas vezes envolvem vários provedores de serviços técnicos, negociais e financeiros, além de entidades reguladoras (p.ex.: serviços de extensão agrícola, de apoio ao empreendedorismo, de crédito e financiamento, instituições reguladoras, de controle fitossanitário, aspectos ambientais etc.).



Atores diretos da cadeia de valor:

Fornecedores de insumos (sementes, composto, equipamentos)

Produtores (produção primária; manipulação pós-colheita)

Outros negócios (transporte, armazenamento, resfriamento)

Indústria de processamento (limpeza, processamento, embalagem/rotulagem)
Comércio varejista (supermercados, feiras-livres, quitandas)
Consumidores

FLUXO PRODUTIVO

Fornecedores de serviços negociais e financeiros; assistência e treinamento agrícola; informações sobre o mercado; relações públicas/comunicação; assistência e treinamento em negócios.

CONSUMO

Regras e regulamentações Normas de controle e intervenções governamentais

Cadeias globais versus locais

Os alimentos se tornaram um negócio global na medida em que as distâncias que eles percorrem cresceram substancialmente. "Só nos EUA, entre 1997 e 2004, a distância média coberta pelos alimentos consumidos nas residências cresceu 22%, de 6.760 para 8.240 quilômetros" (Rae Chi *et al.*, 2009). Tal desenvolvimento global da cadeia de valor tem consequências sociais e ambientais. A necessidade aumentada de transporte e de refrigeração contribui para o aumento das emissões de gases do efeito-estufa, por exemplo. Por outro lado, os produtos transportados da África para o Reino Unido mantêm a renda de uma multidão de pequenos agricultores, embaladores e outros trabalhadores africanos. Calcula-se que entre 1 e 1,5 milhão de famílias na África sub-saariana dependem direta e indiretamente das cadeias de abastecimento baseadas no Reino Unido (Rae Chi et al, 2009). Os riscos envolvidos nesse sistema ficaram bem claros durante a última crise financeira, quando milhares de agricultores quenianos ficaram temporariamente desempregados por causa da queda brutal na demanda europeia por flores.

Como resposta a essas preocupações, várias organizações promovem especificamente o desenvolvimento de cadeias de valor locais, também chamadas de cadeias locais de abastecimento ou "circuitos curtos". Embora seja relativamente complexa para gerir, devido às variações nos produtos, em sua qualidade e quantidade, a comercialização de produtos locais está sendo adotada crescentemente por grupos de produtores urbanos, especialmente onde eles estão aplicando métodos de cultivo ecológicos e orgânicos, e assumindo algum tipo de controle de qualidade (p.ex., certificação orgânica, selo verde etc.).

Tais organizações de produtores urbanos frequentemente vendem seus produtos diretamente para os consumidores através de pontos de venda próprios, mercados de produtores ou esquemas de entrega de cestas, ou mesmo em seções especiais para orgânicos nos supermercados (ver também o artigo sobre Rosário).

Existe um mercado crescente para produtos locais e regionais (do qual são exemplos o movimento "Slow Food" e campanhas do tipo "Coma Local", etc.), em parte por que os consumidores estão dispostos, cada vez mais, a pagar preços maiores por alimentos produzidos localmente e de boa qualidade. Conforme o preço dos combustíveis aumenta e afeta o custo dos alimentos que dependiam de transporte barato por longas distâncias, e enquanto cresce a consciência dos consumidores sobre os milhares de quilômetros percorridos pelo alimento que comem e sobre a "pegada ecológica" desse processo, tal produção localizada perto deverá se tornar cada vez mais importante no futuro.

Se este desenvolvimento representará uma alternativa verdadeira para os grandes segmentos populacionais ainda precisa ser confirmado, conforme mostra o artigo sobre Paris e Túnis. Esta edição da Revista de Agricultura Urbana apresenta experiências com diferentes formas de comercialização (p.ex., mercados de produtores, esquemas de cestas, vendas para supermercados etc.); destacando suas vantagens e limitações. Ver os artigos sobre a Holanda, Cidade do Cabo, Rosário, Phoenix, Roma, Manchester e Accra.

As cadeias locais da agricultura urbana e periurbana frequentemente agregam valor não apenas aos produtos, mas também a outros serviços envolvidos. O artigo sobre agroturismo no vale do Úmbria, na Itália, é um bom exemplo deste potencial.

Desenvolvendo cadeias de valor

O objetivo do desenvolvimento de cadeias de valor é otimizar todo o fluxo de um produto, desde a origem até o consumidor final, identificando os gargalos na cadeia e melhorando as relações entre os vários atores ligados a ela (fornecedores de insumos, produtores, comerciantes, processadores, etc.), de modo a obter economias de escala e habilitar os produtores a atenderem determinados padrões e condições do mercado. Ele é visto como uma ferramenta efetiva para estimular o crescimento econômico e ajudar a elevar a renda dos pequenos produtores e das pessoas em desvantagem econômica.

Poder-se-ia dizer que a evolução funcional ("functional upgrading") – ou seja, os produtores ganhando mais da cadeia de valor ao assumirem funções adicionais, como ao processarem seus produtos – é o meio mais efetivo para melhorar o padrão de vida dos pobres. Ao assumirem o papel de outros atores na cadeia de valor, como o dos processadores ou dos intermediários, os produtores podem reter uma parte maior do preço do produto final. Adicionar valor aos produtos da agricultura urbana por meio do processamento dos alimentos e sua comercialização é um meio inovador para gerar renda e criar novos postos de trabalho. Para cada US\$100 que o consumidor paga por um alimento processado, \$23 vão para o vendedor; \$27 para o distribuidor, e \$35 para o processador. O produtor fica com apenas \$15. Ao interligar a produção dos alimentos com o seu processamento e a sua comercialização, os produtores podem aumentar o retorno oferecido por seus produtos (Rae Chi et al, 2009).

A integração vertical, porém, não leva automaticamente a uma renda maior. Adicionar novas atividades também significa adicionar custos e riscos.

Mais importante ainda, requer um novo conjunto de recursos e talentos, como (a) inovação tecnológica (p.ex.: o uso de tecnologias apropriadas para selecionar produtos e processá-los); (b) acesso a financiamento (para investir em equipamentos para o processamento e venda ou para capital de giro); (c) recursos humanos mais preparados e com mais capacidade gerencial; e (d) estruturas organizacionais (para assumir procedimentos de entrega e outros compromissos). Mesmo que os benefícios econômicos para os produtores estivessem garantidos, os produtores (ou grupos de produtores) ainda precisariam atender essas necessidades adicionais, o que nem sempre é possível.

Outros autores (como Laven, 2009) argumentam que o efeito líquido das iniciativas de desenvolvimento de cadeias de valor é muitas vezes desprezível, por que elas simplesmente transferem benefícios de um grupo de pobres – processadores e negociantes – para outro – os produtores. Do mesmo modo, a coordenação horizontal (pobres trabalhando em grupo para alcançar economia de escala nos mercados de insumos, concentrar produtos e aumentar seu poder de comercialização) pode funcionar bem em alguns locais e não em outros.

As intervenções na cadeia de valor deveriam, nesse contexto, focar na facilitação do desenvolvimento de empresas, incluindo tanto os pequenos produtores quanto os microempreendedores, para melhorar a produtividade e o acesso a (novos) mercados, agregar valor e melhorar as alianças com outros atores na cadeia de valor (MF, HPC e Triodos Facet, 2010).

A relação entre a agricultura urbana e a redução da pobreza

Baseado em comentários pessoais de Yves Cabannes, Gordon Prain e Pay Drechsel.

Em suas análises do impacto econômico da AU, os autores do artigo s na página 37 reduzem o complexo problema da superação da pobreza unicamente à melhoria da renda dos mais pobres. Esta é uma visão estreita da contribuição potencial da AU para o desenvolvimento urbano sustentável e para melhorar os meios de vida dos pobres urbanos. Os autores concluem que ainda há insuficiência de dados para determinar o impacto da AU, mas que há um grande potencial para aumentar a renda dos produtores urbanos por meio dos mecanismos 2 e 3. Eles propõem que a análise da cadeia de valor é necessária para compreender mais e melhorar esse impacto.

Embora nós concordemos que a análise das cadeias de valor é necessária, como se verifica claramente nesta edição da Revista (p.ex.: no programa "Da semente até a mesa" descrito no artigo da página 18), gostaríamos de fazer algumas considerações críticas sobre o artigo do ODI, na página 37. Primeiramente, o impacto limitado associado à agricultura urbana sob o mecanismo 1 (substituição de despesas) subestima, ao nosso ver, a importância do autoprovimento de alimentos. Um exemplo é a contribuição que a AU pode trazer ao melhorar a saúde dos pobres urbanos, ao lhes dar acesso a alimentos de melhor qualidade (os benefícios nutricionais já foram comprovados em um estudo recente realizado pela RUAF com o IDRC e a ONU-Habitat, em Rosário, Bogotá, Accra, Kitwe e Colombo).

Esse é um ponto essencial, já que uma saúde melhor é fundamental para quebrar a espiral da pobreza.

Com relação ao mecanismo 2 (renda auferida com a venda de excedentes), mais atenção deveria ser dada para a diversidade das cadeias e para a renda adicional gerada por elas.

Além disso, é preciso considerar os outros benefícios agregados no nível da cidade. (Isso é bastante difícil, principalmente de quantificar, mas podemos perceber os vários subsídios consumidos na manutenção e segurança dos espaços abertos urbanos, ou na criação de empregos etc. (p.ex.: Van Veenhuizen e Danso, 2007). Também é preciso incluir a criação de postos de trabalho (mecanismo 3) para uma ampla variedade de outros atores em outras etapas da cadeia (produtores de composto, fornecedores de sementes, transportadores e varejistas em pequenas quitandas, geralmente operadas por pessoas pobres.

Existe realmente uma falta de dados sólidos e empíricos sobre o impacto econômico da AU, como é demonstrado nesse artigo, mas há uma riqueza de informações sobre o impacto mais amplo da agricultura urbana, e de como ela afeta os pobres e seu ambiente.

Também o artigo desconsidera a contribuição da "verticalização" da produção (como foi apresentado em outras contribuições para a R-AU, como o exemplo da PROVE, no Brasil, descrito na edição nº 16 desta Revista). Portanto, etapas essenciais da cadeia não foram consideradas, como a produção de insumos e o agroprocessamento (ou a transformação de produtos primários), que agregam valor às colheitas ou animais produzidos.

Mais importante, o artigo desconsidera a questão do desenvolvimento social justo, e os mecanismos que necessários para uma distribuição equitativa do valor agregado para os produtores (pobres) urbanos, como é discutido em vários artigos desta edição (Argentina, Brasil, Itália).

Pretendemos desenvolver mais esta discussão nas próximas edições da Revista. Suas considerações serão muito bem vidas em ruaf@etcnl.nl.

A governança da cadeia

Como ilustrado acima (e no artigo sobre a Holanda), o desenvolvimento da cadeia de valor pode oferecer aos produtores um meio para acessar novos mercados bem como para agregar valor a seus produtos. Mas as cadeias de valor— e especialmente as cadeias globais de valor— muitas vezes excluem os produtores mais vulneráveis, que podem não ser capazes de atender aos padrões para o produto ou outros requisitos (licenças etc.). Além disso, os pequenos produtores aptos a participar podem se beneficiar apenas marginalmente por causa da distribuição desigual do poder, onde os preços são estabelecidos pelos principais processadores, fornecedores de insumos ou supermercados (Laven, 2009).

Portanto é possível que atores da cadeia sejam excluídos das tomadas de decisões que os afetam, ou – alternativamente – eles podem contribuir ativamente para o planejamento e condução do processo e das formas de cooperação.

A governança da cadeia determina as condições nas quais as suas atividades são desenvolvidas. Ela determina, por exemplo, a participação dos produtores na gestão de vários aspectos do valor de seus produtos, como na definição dos padrões de qualidade (que podem estar associados à criação de uma marca própria da cadeia), na definição dos consumidores-alvo, na gestão da inovação e assim por diante. Como já foi dito, essa participação, entretanto, também envolve maiores riscos, investimentos e responsabilidades, com os quais os

produtores devem estar aptos e desejosos para lidar. Aumentar a organização, criando cooperativas, é um meio viável para os pequenos produtores fortalecerem sua voz e posições, como será destacado a seguir.



Agregando valor com o processamento Foto: Hans Peter Reinders

A governança também é importante com relação às regras e regulamentações que pautam a cadeia (ou parte dela) ou os serviços que são incorporados dentro dela. As cadeias de valor também estão ligadas a fatores ambientais, já que o estabelecimento (ou o desenvolvimento) de tais cadeias pode criar maior pressão sobre os recursos naturais (terra e água), afetar a biodiversidade e aumentar a poluição.

Finalmente, os impactos sociais e econômicos da participação em cadeias de valor devem ser levados em conta, particularmente o impacto potencial de seu desenvolvimento na redução da pobreza. O melhoramento de cadeias de valor pode aumentar o volume total e o preço dos produtos que os pobres podem vender, resultando em uma renda absoluta mais alta. Outro objetivo pode ser sustentar a participação dos agricultores pobres no setor, ou aumentar sua margem de lucro por produto, de modo que eles aumentem sua renda não só em termos absolutos, mas também relativamente, comparada com a renda aferida pelos outros atores que participam da mesma cadeia. Este aumento em termos relativos pode ser definido como "crescimento pró-pobre", pois são eles os favorecidos (M4P, 2006).

Apesar de sua importância, existe pouca informação sobre o impacto do desenvolvimento de cadeias de valor urbanas. O impacto econômico da agricultura urbana é portanto um tópico prioritário para pesquisa, e o artigo na página 37, do ODI, fornece um quadro conceitual útil para analisar o impacto da agricultura urbana na redução da pobreza.

O quadro enumera quatro mecanismos pelos quais a agricultura urbana impacta economicamente os pobres urbanos:

- 1) substituição de despesas (ao cultivar seus próprios alimentos, as famílias podem economizar dinheiro que gastariam com comida, investindo-o para outros propósitos);
- 2) geração de renda com a venda de excedentes;
- 3) geração de renda com o trabalho remunerado em AUP (p.ex.: trabalhando em operações agrícolas comerciais de maior escala); e
- 4) economia ao comprar alimentos mais baratos, como resultado da maior oferta de produtos locais.

O processo de desenvolvimento das cadeias de valor

Existem basicamente três abordagens para o desenvolver cadeias de valor, que ilustraremos com alguns exemplos a seguir.

Agregar valor ao produto por meio do processamento

Um exemplo de evolução ou melhoramento funcional, ou ainda integração vertical, é o programa brasileiro PROVE (Programa de Verticalização da Pequena Produção Agrícola), planejado para promover a produção, o processamento e a comercialização da pequena produção agrícola. Por meio desse programa, cerca de 500 pequenas instalações

agroindustriais foram criadas no Brasil entre 1995 e 1998, gerando mais de 700 postos de trabalho.



Mercado de produtores de Thiri Mingala, Yangon Foto: George O'Shea

Durante este mesmo período, a renda mensal *per capita* das famílias envolvidas no programa subiu de 25 para 100 dólares (Homem de Carvalho, 2006). O PROVE envolveu muitos sistemas agrícolas urbanos e periurbanos, incluindo horticultura, fruticultura e criação de animais. A intervenção focou no produtor individual e sua família ampliada. A ideia básica era melhorar os preços agregando valor ao produto primário por meio do processamento (ver também o artigo sobre o Sudão). A abordagem foi portanto orientada pelo produto, melhorando o valor daquilo que a família já produzia.

O programa se baseava especificamente em intervenções (governamentais) que aliviavam as limitações que dificultam, para o produtor, a integração vertical de sua produção, tais como:

- Apoio insuficiente (ou inadequado) dos serviços públicos
- Acesso insuficiente aos recursos produtivos e insegurança quanto à posse da terra
- Acesso insuficiente a financiamento
- Baixo nível de organização dos produtores urbanos
- Baixa produtividade e lucratividade insatisfatória
- Baixo nível de planejamento do negócio e da comercialização, e
- Pouca informação.

Produção focada em nichos do mercado

Um exemplo deste segundo tipo de abordagem é o programa "Da semente até a mesa", da Fundação RUAF, que visa fortalecer grupos de agricultores para:

- (a) agregar valor a seus produtos, melhorando a produção e introduzindo formas simples de processamento, embalagem, identificação e comercialização direta; e
- (b) focar a produção nas demandas específicas de certos nichos do mercado, como o mercado orgânico/ecológico, os supermercados ou a indústria turística (ver artigo na pág. 18).

Os produtores são apoiados para formar uma associação ou cooperativa de modo a reduzir os custos dos negócios, criar economia de escala e desenvolver capacidade para pressionar e negociar. Um aspecto-chave da abordagem da RUAF é que não apenas a inovação e a otimização técnica e organizacional são valorizadas, mas também as trocas, o aprendizado prático e a melhoria das relações com outros atores da cadeia e fornecedores de serviços.

O ponto inicial do programa "Da semente até a mesa" é melhorar a capacidade dos produtores urbanos para inovar os seus sistemas agrícolas a partir de uma perspectiva de cadeia de comercialização, e realizar melhoramentos concretos em um produto escolhido como a "**opção mais promissora**". A inovação e a comercialização são portanto vistas como fundamentais para o sucesso econômico (ver o exemplo dos morangos na Holanda). Para serem bem sucedidos, os produtores precisam aprender a atender melhor a demanda do mercado e dos consumidores (em termos de qualidade, variedade e segurança de entrega).

Uma abordagem similar foi adotada pela Aliança para Aprender (Learning Alliance) no desenvolvimento da cadeia de valor iniciado pela rede Agri-ProFocus (ver artigo na pág. 70).

Intervir em outras partes da cadeia de valor

Alternativamente, a cadeia de valor pode ser vista como parte de um sistema alimentar urbano (ou metropolitano) mais amplo. Todos os atores possíveis da cadeia são considerados, tanto aqueles especializados em uma só etapa quanto aqueles envolvidos em várias delas. Essa abordagem para o desenvolvimento de cadeias de valor exige primeiramente escolher uma cadeia específica, e então olhar para todos os seus aspectos de modo a decidir onde ela precisa ser fortalecida. O benefício desta abordagem é que a escolha de "onde intervir" resulta da análise da cadeia, e pode levar à conclusão que o maior impacto pró-pobre não seria no segmento da produção, absolutamente, mas sim no trabalho como processador, ou como negociante etc. (ver artigo sobre o abacate no Vietnã).

De acordo com essa abordagem, a análise da cadeia de valor é realizada para mapear os atores que participam na produção, distribuição, promoção e comercialização de um produto (ou vários produtos) em particular, e pode fornecer *insights* quanto à distribuição dos benefícios e dos ganhos entre eles. Ela pode lançar uma luz sobre como melhorar a organização e a coordenação entre os atores, e indicar onde intervir para alcançar um resultado desejado na cadeia de valor, seja beneficiando um ator em particular, elevando o nível de renda e emprego, melhorando a governança, ou reduzindo a pobreza.

A análise da cadeia de valor objetiva:

- Mapear o encadeamento de atividades produtivas e comerciais interligadas em um setor (N.B. o primeiro passo na análise da cadeia de valor é decidir qual setor ou produto focar. Uma análise de mercado cuidadosa pode mostrar quais sistemas de produção são mais eficientes – ver o artigo sobre Madagascar);
- Mapear a abrangência geográfica da cadeia;
- Identificar os atores-chave nos vários níveis e locações da cadeia, e em relação às oportunidades e limitações;
- Medir o valor agregado em cada nível, locação ou ator ao longo da cadeia;
- Identificar as estruturas de governança que afetam a distribuição do valor;
- Identificar as intervenções possíveis diretamente focadas em cada nível da cadeia, seus impactos e as alternativas.

Dessa maneira, são pesquisadas as opções para uma ampla variedade de intervenções possíveis – tais como um *contrato vertical* (i.e., os produtores assinam um contrato de longo prazo com os compradores); ou um *melhoramento do produto* (para elevar sua qualidade); ou um *melhoramento do processo* (para gerar produtos mais eficientemente); e/ou ainda um *melhoramento intercadeias* (aplicar os talentos ganhos em uma cadeia de valor para melhorar os retornos em outra).



Colha-vocè-mesmo em Beijing - Foto: Lu Mingwei / IGSNRR

Essas abordagens diferem, portanto, quanto aos grupos-alvo com que trabalham, que podem ser todos os atores de uma cadeia, grupos de produtores (ou produtores individuais e suas famílias, como no caso do PROVE). Porém em todos esses casos, o fortalecimento das organizações dos produtores, as políticas facilitadoras e o acesso a financiamento são fundamentais para o sucesso de todas as abordagens.

O fortalecimento das organizações de produtores

As organizações de produtores podem desempenhar um papel importante nas cadeias agrícolas (urbanas) de abastecimento, intermediando a relação dos produtores entre si e com outros atores da cadeia (compradores, processadores e fornecedores de serviços, como as instituições financeiras e os governos). Elas podem ter várias funções, inclusive coletar, processar e comercializar os produtos agrícolas, realizar compras coletivas de insumos agrícolas, implementar sistemas de controle da qualidade e oferecer aos membros informações técnicas e de comercialização, orientação e treinamento (ver o segundo artigo sobre o Vietnã na pág. 98).

O grau de organização dos produtores urbanos é muitas vezes baixo, e o funcionamento de grupos e organizações de produtores é geralmente sofrível.

Isso dificulta os seus esforços de desenvolvimento e limita sua capacidade para negociar com as autoridades locais e os fornecedores de serviços. Também dificulta o desenvolvimento de esforços em conjunto dos produtores para iniciar atividades de processamento – agregando valor a seus produtos primários – ou para criar sistemas de vendas diretas aos consumidores, ou mesmo para assumir uma posição melhor na cadeia do mercado.

Grupos e associações de produtores urbanos bem organizados também têm um papel importante ao educar seus membros, garantir o controle de qualidade dos produtos e

melhorar o acesso a crédito e a outros recursos produtivos (incluindo os resíduos orgânicos urbanos e as águas servidas tratadas).



Horta na periferia de Belo Horizonte Foto: IPES

Fortalecer os grupos de agricultores urbanos existentes (sua coesão, gestão e capacidade de planejamento financeiro, e suas relações) irá portanto melhorar as chances de sucesso para os projetos de desenvolvimento conduzidos pelos próprios produtores.

Por exemplo, considerando-se que toda organização de produtores tem que beneficiar seus membros e, ao mesmo, tempo gerar um lucro para assegurar sua própria sustentabilidade, ela deve ser capaz de preparar um plano de negócios abrangente e eficaz.

Recursos financeiros podem ser necessários na fase inicial, para realizar a análise de mercado e contratação de pessoal qualificado para cuidar dos assuntos comerciais e financeiros, além de apoio para o fortalecimento organizacional e a capacitação da organização e de seus membros para desempenharem todas essas novas funções (Ton *et al.*, 2007).

Políticas facilitadoras

O desenvolvimento de cadeias de valor na agricultura urbana pode ter um papel importante na economia local e na geração de renda para as famílias pobres e de classe média urbanas.

Embora geralmente exista pouca informação sobre a renda e o emprego gerados pelos empreendimentos ligados à agricultura urbana, os dados que existem indicam que a quantidade de emprego gerado pode ser substancial (ver o caso do PROVE, acima).

Esses empreendimentos são também importantes quando voltados para a produção e o fornecimento de insumos, e para outros serviços relacionados com a agricultura, como o processamento e a comercialização dos alimentos, podendo ser criados e geridos por integrantes de grupos particularmente vulneráveis (p.ex.: jovens ou mulheres).

As cadeias de valor na agricultura urbana podem envolver desde empreendimentos de pequena escala e poucos recursos até grandes empresas intensivas em capital.

As necessidades de apoio incluem a melhoria do controle de qualidade, o processamento e a comercialização, a organização e a cooperação dos produtores, o acesso a capital, créditos e informações sobre os mercados, e novos canais de distribuição.

Programas municipais que promovam o processamento e a comercialização de produtos da agricultura urbana local devem aumentar a participação de instituições urbanas relevantes e dos produtores. Ao mesmo tempo, as prefeituras devem modificar a legislação e melhorar o acesso dos pobres a capital e a novas possibilidades de comercialização (ver artigo sobre Piracicaba).

As prefeituras ou as organizações internacionais podem encorajar as instituições de crédito existentes a estabelecerem esquemas especiais de crédito para empreendimentos ligados à agricultura urbana, criando, por exemplo, um fundo de garantia.

Um princípio de co-responsabilidade envolvendo o governo (contribuindo com subsídios ou um fundo de garantia), os empreendedores (mobilizando suas economias e amortizando suas dívidas) e o setor privado (que contribui geralmente com linhas de crédito), pode constituir a base para a melhoria do acesso a crédito e capital, especificamente para as pessoas mais pobres.

As prefeituras e as organizações de apoio locais também podem facilitar o desenvolvimento das empresas e a comercialização dos pequenos produtores ao:

- Oferecer, aos produtores urbanos, acesso aos mercados existentes nas cidades, ajudandoos a criar mercados de produtores ou autorizando esquemas de entrega de cestas;
- Apoiar o estabelecimento de "selos verdes" e outros meios de identificação para os produtos cultivados ecologicamente e para os alimentos de qualidade vendidos na rua;
- Oferecer licenças provisórias e subsídios (ou reduções de impostos), assistência técnica e
 gerencial para cooperativas e indivíduos que desenvolvam operações de processamento e
 empacotamento de pequena escala, e para empreendimentos que forneçam insumos
 agrícolas ecológicos (composto, minhocas, sementes, mudas, praguicidas biológicos etc.)
 para os produtores urbanos;
- Oferecer informações tempestivas sobre o mercado e os preços de produtos agrícolas;
- Assegurar um mercado preferencial para os produtos locais (p.ex.: normas exigindo uma certa porcentagem ou volume mínimo de alimentos locais na merenda escolar, como em Belo Horizonte e na Ile de France), e nos restaurantes e cantinas institucionais (Belo Horizonte).

Finalmente, os esforços para organizar os produtores precisam ser implementados independentemente do governo, de modo a assegurar a continuidade dos programas (RUAF *et al.*, 2008).

Financiamento

O acesso adequado e tempestivo aos serviços financeiros para todos os atores da cadeia de valor já se provou ser um elemento-chave para o sucesso. Os produtores precisam de capital de giro para comprar sementes e outros insumos, ou para investir em equipamento.



ONG operando microcrédito Madina, Accra Foto: Irene S. Egyir

Os negociantes precisam de recursos para pagar aos produtores em dinheiro-vivo, no momento em que recebem a colheita, para não perder o negócio. Os processadores também precisam de dinheiro para comprar insumos ou expandir suas operações. Porém todos esses atores geralmente não têm fiadores ou patrimônio para obter empréstimos dentro das normas bancárias convencionais (KIT e IIRR, 2010). Assim, o crédito e outras formas de financiamento (subsídios etc.) nem sempre estão disponíveis, embora sejam cruciais para os produtores urbanos comerciais de pequena escala poderem desenvolver sua atividade de produção agrícola associada a operações de processamento ou de comercialização.

Como os provedores de serviços financeiros não estão familiarizados com o setor – visto geralmente como muito arriscado (e duvidoso quanto ao desejo e capacidade dos pequenos empresários para saldar suas dívidas) – adotam exigências e procedimentos inacessíveis para os grupos de produtores pobres urbanos. À falta de esquemas específicos de apoio financeiro (ver acima), muitos produtores se voltam para esquemas auto-geridos, como o AGRUPAR (ver pág. 119), que implementou um sistema de microcrédito na forma de "sociedade comunitária de investimentos". O sistema está bem adaptado às necessidades e características dos agricultores urbanos, e oferece um impulso adicional para suas atividades profissionais.

Com o objetivo de oferecer mais informações, conhecimento e recomendações claras para ampliar as oportunidades de financiamento coletivo ou individual para os produtores pobres urbanos e periurbanos, a RUAF iniciou recentemente estudos localizados sobre as oportunidades de crédito e financiamento para a agricultura urbana e periurbana em cada

uma de suas 18 cidades-parceiras. Os resultados desses estudos estão sendo discutidos com as instituições financeiras e de crédito locais para promover e disponibilizar (novos) produtos financeiros que sirvam aos pequenos produtores urbanos locais.



Família lavando e classificando as cenouras em Magadi Foto: IWMI South East Asia

Exemplos de financiamento para cadeias de valor incluem a oferta de crédito para promover todo o fluxo do produto (do produtor primário até o consumidor final), apoiando as relações já existentes na cadeia.

Essa forma de financiamento pode repartir os riscos entre as instituições financeiras e os atores da cadeia, e oferece alternativas para a exigência tradicional por fiadores. Por exemplo, instituições que trabalham com microcrédito podem colaborar com as organizações de produtores fornecendo pequenos empréstimos produtivos aos agricultores, enquanto que bancos simultaneamente fornecem empréstimos para uma empresa processadora que atua na mesma cadeia. Ou um banco pode emprestar dinheiro para um negociante por que ele conta com um abastecimento regular de produtos de um grupo de agricultores, e dispõe de compradores leais que lhe garantem a estabilidade básica para o seu negócio (KIT e IIRR, 2010). Quando os compradores estão dispostos a assinar contratos de compra fechada com seus fornecedores, mesmo os pequenos produtores se tornam tomadores viáveis de crédito. Um exemplo nesse sentido, de financiamento de cadeia de valor, está sendo testado em Bulawayo (Zimbábue), onde um sistema de contrato envolvendo a produção de cogumelos foi implantado. Um consórcio de restaurantes e supermercados irá financiar a produção para dois grupos de produtores urbanos, inicialmente. O dinheiro não irá diretamente para os produtores, mas para um banco que administrará o empréstimo em nome do consórcio. Os produtores deverão vender 50% por cento de seus cogumelos para o consórcio e o resto para outros compradores. O dinheiro do financiamento só pode ser aplicado em infraestrutura e insumos. O banco providencia treinamento subsidiado para os produtores, que aprendem sem custos as técnicas básicas de gestão e contabilidade (comunicação pessoal T. Mubvami, MDP/RUAF, June 2010).

Limites do desenvolvimento da cadeia de valor

O desenvolvimento de cadeias de valor na agricultura urbana é uma nova e importante abordagem para promover este setor. Promover e melhorar os benefícios e os impactos positivos da agricultura urbana interessa certamente aos produtores e aos administradores das cidades. Porém é importante considerar que apenas uma parte dos produtores urbanos quer ou pode investir mais em suas atividades agrícolas e participar mais intensamente no mercado, indo além da produção para a subsistência.

Esses produtores empreendedores precisam de apoio para projetar e implementar projetos de desenvolvimento de cadeia de valor que foquem em inovações na produção, no processamento e na comercialização de certos produtos selecionados. Para tais projetos serem bem sucedidos, as famílias produtoras ou os agricultores individuais devem atender os seguintes critérios.

<u>Orientação para o mercado</u>: Os produtores, individuais ou em grupo, devem já estar comercializando excedentes e ter um grande interesse para desenvolver mais a sua produção comercial e/ou se envolver em atividades de processamento e comercialização.

<u>Certa homogeneidade na linha de produtos</u>: É mais difícil trabalhar com um grupo-alvo formado por agricultores dedicados a produtos muito diversificados; por isso os produtores a serem apoiados devem preferencialmente trabalhar em sistemas similares (p.ex.: todos são produtores de hortaliças, ou de laticínios etc.) e trabalhar em condições similares (p.ex.: métodos orgânicos; compromisso com a qualidade e o atendimento do mercado etc.).

<u>Proximidade/agrupamento</u>: O apoio será mais difícil se os participantes estiverem espalhados por uma grande área, e com pouca densidade. De preferência, eles devem estar localizados em uma área menor, ou formando agrupamentos não muito distantes uns dos outros.

<u>Organização</u>: Os produtores já devem estar participando de alguma forma de associação ou cooperativa, mesmo que em estágio inicial e ainda bem informal.

<u>Adequação</u>: O desenvolvimento de cadeias de valor não é viável para todos os tipos de sistemas de agricultura urbana. Hortas de subsistência ou comunitárias, por exemplo, requerem outras abordagens e medidas de apoio.

Referências

- Campbell, R. (2009) *Linking the poorest to economic growth: Value chain approach enhances food security*, ACDI / VOCA, Washington.
- De Koning, M. and De Steenhuijsen Piters, B. (2009) *Farmers as shareholders: A close look at recent experience*. Bulletin 390. KIT Publishers, Amsterdam.
- KIT and IIRR (2010) Value Chain Finance: Beyond Microfinance for Rural Entrepreneurs, KIT Publishers, Amsterdam.
- Laven, A. (2009) 'Empowering rural entrepreneurs', *The Broker* Issue 16 Including the rural poor in global markets; The power of value chains, Stichting International Development Publications, Leiden.
- M4P (2006), Making value chains work better for the poor; a tool book for practitioners of value chain analysis. http://www.markets4poor.org/Making%20Value%20Chains%20Work%20Better%20for%20the%20Poor
- Parsons, H. (2006) *The importance of upgrading for Micro and Small Enterprises in the Competitive Value Chain,* ACDI / VOCA, Washington.
- Ton, G., Bijlman, J. and Oorthuizen, J. (2007) *Producer organisations and market chains: facilitating trajectories of change in developing countries*, Wageningen Academic Publishers, Wageningen.
- Rae Chi, K., MacGregor, J. and King, R. (2009) *Fair miles; recharting the food miles map*, Big ideas in development series, Kiser, B. (ed), IIED, Oxfam, Oxford
- RUAF, ETC-Urban Agriculture and the Ryerson University's G. Raymond Chang School of Continuing
 Education and Centre for Studies in Food Security (2008) Marketing support and quality control, Module 11
 Input supply, service delivery and post-production systems, Distance Learning Course 3 Urban
 Agriculture Types.
- Homem de Carvalho, J. (2006). PROVE Small Agricultural Production Verticalisation Programme. In R. Van Veenhuizen, *Cities Farming for the Future, Urban Agriculture for Green and Productive Cities* (pp. 201-204). Philippines: IIRR, IDRC and RUAF Foundation.

Fortalecendo organizações de produtores e sua capacidade de comercialização: o programa "Da semente até a mesa" da RUAF

Henk de Zeeuw¹ Diretor da Fundação RUAF

Introdução

Muitas famílias pobres urbanas estão envolvidas na produção de alimentos e em atividades relacionadas (p.ex. processamento de alimentos, venda nas ruas, produção de composto, fornecimento de ração para animais). Alguns desses produtores pobres, urbanos e periurbanos, estão interessados principalmente em produzir alimentos para suas próprias

famílias e economizar dinheiro para comprar mais comida (os pobres urbanos gastam mais de 50% de sua renda na compra de alimentos) ou para gerar alguma renda adicional com as vendas ocasionais de excedentes.



Cenouras de boa qualidade recém colhdas em Magadi Foto: IWMI South East Asia

Outros produzem hortaliças, ervas, frutas, cogumelos, ovos, leite, plantas ornamentais etc., para vender no mercado urbano como uma fonte importante de renda para a família. Uma vantagem comparativa dos produtores urbanos é a sua proximidade com os consumidores. A pesquisa mostrou que a pequena agricultura urbana orientada para o mercado é muitas vezes mais lucrativa do que sistemas semelhantes em áreas rurais, gerando rendimentos superiores ao salário mínimo oficial (Van Veenhuizen e Danso, 2007).

Porém os produtores urbanos que buscam produzir para o mercado também encontram vários obstáculos, incluindo o seu baixo nível de organização e a baixa produtividade. Geralmente os produtores urbanos não estão organizados nem participam de grupos, formais ou informais. Isto limita sua capacidade para melhorar seu sistema de produção e prejudica o desenvolvimento dos esforços em conjunto para alcançar uma posição mais forte no mercado, engajar-se na venda direta aos consumidores urbanos, e/ou realizar atividades de processamento, agregando valor a seus produtos primários. Isso também limita a representação de seus interesses nos vários níveis de tomada de posição.

¹ Agradeço aos meus colegas René van Veenhuizen, Marielle Dubbeling, Marco Serena e Femke Hoekstra por sua contribuição para este artigo

A produtividade da agricultura urbana e periurbana de pequena escala é geralmente baixa. Isso se deve, parcialmente, ao fato de a agricultura urbana ter sido vista, por muito tempo, como uma forma inaceitável de uso do solo urbano, e sua importância para o desenvolvimento sustentável das cidades não era percebida.



Projeto de criação de porcos em Belo Horizonte Foto: IPES

Consequentemente, a posse das áreas agrícolas urbanas é geralmente insegura, (desestimulando os produtores a investir na terra), e as instituições de pesquisa agronômica e de extensão agrícola, além de outros provedores de serviços, dedicaram pouca atenção à agricultura urbana. Devido à histórica falta de reconhecimento da agricultura urbana pelas autoridades nacionais e municipais, o desenvolvimento das tecnologias apropriadas para as condições específicas da agricultura urbana tem sido lento, e os produtores urbanos ainda carecem muito de acesso a informação, crédito e infraestrutura.

O programa "Da semente até a mesa" da RUAF

Diante desse panorama, a Fundação RUAF² iniciou o programa "Da semente até a mesa" (From Seed to Table - FStT), que ajuda grupos de produtores urbanos pobres a se organizarem, analisarem as oportunidades de mercado, melhorarem seus sistemas de produção e desenvolverem cadeias de mercado curtas para produtos criteriosamente selecionados, vendendo-os através de varejistas ou diretamente aos consumidores.

O programa RUAF-FStT se apoiou nos resultados de outro programa da RUAF "Cidades cultivando para o futuro" (Cities Farming for the Future - CFF), que foi implementado entre 2005 e 2008. Durante aqueles anos, os parceiros da RUAF apoiaram governos locais, grupos de produtores urbanos, ONGs, universidades e outros atores envolvidos direta ou indiretamente com a atividade em 20 cidades de 17 países em desenvolvimento, utilizando instrumentos participativos de análise situacional e planejamento estratégico relacionados com a agricultura urbana. Esses processos levaram, em muitas dessas cidades, à legalização da agricultura urbana e à sua incorporação nas políticas locais de desenvolvimento e nos programas de muitas organizações locais.

Nessas mesmas cidades, e fazendo parte das novas políticas e planos de ação, o programa "Da semente até a mesa" coopera com ONGs focadas no desenvolvimento local para:

² A Fundação RUAF é uma rede internacional interligando organizações voltadas para o desenvolvimento, sediadas uma na Europa e seis em outros continentes, que colaboram desde 2000 para apoiar a agricultura urbana em benefício dos mais pobres nos países em desenvolvimento. O DGIS, da Holanda, e o IDRC, do Canadá, são as principais agências financiadoras dos programas da Fundação RUAF.

- Fortalecer a organização dos produtores urbanos e desenvolver suas capacidades;
- Formular e implementar, de modo participativo, projetos inovadores integrados ao
 programa (p.ex. projetos que inovam os sistemas produtivos dos agricultores urbanos e
 desenvolvem atividades de processamento e comercialização em conjunto, com base na
 análise do mercado e no planejamento participativo de negócios);
- Melhorar o acesso dos produtores urbanos a crédito e financiamento.

Os pontos iniciais: o aprendizado e a ação conduzidos pelos produtores.

Reduzir a pobreza por meio do desenvolvimento de microempresas e, ao mesmo tempo, melhorar a nutrição

Os projetos ligados ao programa FStT têm como alvo as famílias urbanas de baixa renda envolvidas em algum tipo de produção agrícola, que querem se envolver mais intensamente na produção voltada para o mercado como um meio de auto-emprego e geração de renda, e atendem às condições mínimas para atividades agrícolas comerciais (p.ex. acesso seguro à terra e à água). Embora os projetos FStT incrementem a comercialização e a capacidade para gerar renda dos produtores urbanos, há o cuidado para não levar à deterioração da segurança alimentar e da nutrição familiar; pelo contrário. Esses aspectos nutricionais da agricultura urbana também recebem a devida atenção nos projetos ligados ao FStT.

Melhorar a capacidade dos agricultores para inovar e aprender pela experiência

Diante das condições de dinamismo e mudança que prevalecem nas cidades, o apoio do FStT aos produtores urbanos foca especialmente no desenvolvimento de sua capacidade para resolver problemas (análise do problema, identificação e experimentação de soluções alternativas), bem como em sua capacidade para identificar e aproveitar novas oportunidades de mercado (análise das demandas específicas de vários segmentos do mercado, adaptação da escolha de cultivo e práticas produtivas, certificação e rotulagem, o estabelecimento de alianças estratégicas etc.). No programa FStT, os produtores participam diretamente na análise do mercado e no planejamento do negócio, de modo a desenvolver as suas capacidades de análise e inovação. A análise do mercado e o planejamento de estratégias de comercialização são vistos frequentemente como tarefas muito técnicas e complicadas, que só podem ser feitas por consultores ou organizações especializadas. No FStT buscamos desmistificar essa visão, oferecendo um método para análise de mercado e planejamento de projeto compreensível para os agricultores, envolvendo-os em todos os estágios do processo.

O programa FStT também estimula o desenvolvimento de capacidades de modo prático, no qual o aprendizado, o planejamento e a ação estão estreitamente interligados. Os principais instrumentos usados são:

(a) a participação dos representantes dos produtores na equipe local coordena as atividades do projeto;

- (b) a implementação de "escolas práticas" de agricultura urbana (baseadas nos mesmos princípios das "escolas rurais para agricultores", mas simplificados e adaptados para as condições específicas dos produtores urbanos); e
- (c) a organização dos agricultores em comissões funcionais no nível de grupos ou associações, e o seu envolvimento direto (com as respectivas responsabilidades) no desenvolvimento e gestão dos seus próprios negócios desde o início.

Interatividade

Isto não significa que os agricultores precisam fazer tudo sozinhos. A interação com "consultores externos" é crucial no FStT para estimular o processo de análise e planejamento e informar os produtores sobre aspectos que eles conhecem menos. Mas esses consultores atuam como assistentes que ajudam os produtores a tomarem decisões bem informadas, e não para lhes dizer o que devem fazer. Além disso, os consultores são não somente especialistas em produção e comercialização de alimentos, mas também profissionais que já têm experiência com a produção, processamento e venda de algum produto, ou donos de pequenas empresas ligadas à agricultura, negociantes, gerentes de supermercados e outras pessoas com conhecimentos e experiências de relevância para os negócios planejados.

Gênero

Os projetos FStT encorajam as agricultoras a tomarem parte mais ativa em todas as atividades. Isso as ajudará a fazerem pleno uso de sua experiência e conhecimentos, assegurando que seus interesses sejam considerados, além de fortalecê-las em seu papel de produtoras de alimentos e comerciantes, e capacitá-las para participar como lideranças nas organizações de produtores e suas atividades. Para tal efeito, uma ênfase especial é dada ao desenvolvimento das capacidades de liderança das mulheres produtoras.

O processo

Capacitação das organizações parceiras e planejamento do trabalho

Para iniciar o programa, em janeiro de 2009 foram selecionadas ONGs em cada uma das cidades parceiras da RUAF. Muitas delas já haviam participado do Fórum Multiatoral de Agricultura Urbana e Segurança Alimentar previamente realizado em sua cidade com apoio do programa RUAF-CFF.



Diagnóstico e análise de mercado participativos em Magadi Foto: IWMI South East Asia Vários integrantes dessas ONGs foram reunidos em duas oficinas de planejamento e treinamento em cada uma das sete regiões do mundo na qual a RUAF opera.

A **primeira oficina** focava na abordagem do programa FStT, na seleção e no fortalecimento dos grupos de produtores urbanos e na análise situacional. A **segunda oficina** era realizada três meses depois, logo que os resultados da análise situacional estivessem disponíveis, e focava no planejamento de negócios, na elaboração de projetos e na organização e implementação de escolas práticas de agricultura urbana.

Seleção de grupos de produtores urbanos e treinamento inicial dos membros das equipes locais

Com base nos critérios estabelecidos, as ONGs parceiras locais selecionaram os grupos e organizaram encontros para informar os produtores sobre a formulação e implementação do projeto planejado.



Produção e processamento em Belo Horizonte Foto: IPES

Os produtores interessados selecionaram um produtor e uma produtora (ou dois de cada), para participarem da equipe local encarregada de coordenar a preparação do projeto juntamente com a equipe da ONG local. A ONG então organizava um treinamento curto sobre análise situacional para esses produtores.

Análise situacional

A análise da situação deve incluir:

- Uma rápida revisão participativa dos atuais sistemas de produção dos grupos de agricultores selecionados (principais produtos, produção e práticas de comercialização, aspectos de gênero, acesso à terra e a outros recursos, segurança na posse da terra, principais obstáculos);
- Uma análise dos pontos fortes e fracos principais dos grupos de produtores urbanos selecionados, com uma visão dos desafios à frente.
- Uma análise de mercado rápida e participativa. A equipe da RUAF desenvolveu uma metodologia em três etapas para a análise participativa do mercado³. **Primeiro**, informações secundárias disponíveis eram analisadas e informantes-chave foram

³ Neste processo, usamos vários manuais sobre análise participativa do mercado que foram publicados recentemente ou disponíveis em minuta (p.ex. Joss *et al.* 2002; Lundy *et al.* 2004; Ostertag 2004; Dixie 2005; Tracey-White 2005, Bernet *et al.* 2006 (em versão preliminar em espanhol)

entrevistados de modo a identificar um número limitado de "opções promissoras": produtos que são ou podem ser produzidos pelos produtores urbanos e que têm boas perspectivas comerciais (p.ex. produção e empacotamento de cebolas cultivadas organicamente e ostentando um rótulo verde criado pelo próprio grupo, para venda em restaurantes e hotéis de alto nível). **Segundo**, mais informações sobre cada uma dessas opções eram coletadas para capacitar os produtores a fazerem a seleção final da "opção mais promissora" (muitas vezes abreviada como MoPO / Most Promised Option⁴). A seleção era feita realizando-se uma análise em grupo aplicando uma série de critérios préestabelecidos (custos de produção, preço de mercado, nível e estabilidade da demanda do mercado, competitividade, disponibilidade das licenças e serviços de apoio, potencial de agregação de valor, nível de investimento necessário etc.). Para a MoPO escolhida, foram coletadas informações adicionais necessárias para o desenvolvimento de um plano de negócio. **Por fim**, o plano de negócio.

Planejamento dos negócios

A seguir, cada equipe local desenvolveu um plano de negócio para a MoPO escolhida pelos produtores. O plano de negócios deveria incluir:

 A idéia do negócio: qual é o negócio que os produtores podem desenvolver? Isso inclui o produto escolhido e o conceito de comercialização relacionado com ele (p.ex. vender hortaliças verdes cortadas, misturadas, lavadas e empacotadas para saladas, sopas e temperos.



Folheto para promover uma reunião da escola prática para produtores urbanos Foto: IPES

- A estratégia da comunicação: para quem e como os produtores planejam vender esse produto?
- O plano operacional: as atividades por meio das quais os produtores irão realizar a produção, o processamento e a comercialização da MoPO, incluindo as atividades de planejamento e administração.
- O plano financeiro: cálculo dos custos e benefícios da produção nos níveis individual e do grupo; necessidades de investimento e estratégia de financiamento.

⁴ Em vários casos, a MoPO selecionada não era um só produto, mas uma combinação de produtos (p.ex. pequenas embalagens com hortaliças lavadas, cortadas e misturadas, ou cestas com várias hortaliças para entrega nas residências).

 A estratégia do parceiro: na qual todos os atores precisarão cooperar para manter o negócio em desenvolvimento (licenças, serviços de apoio técnico e gerencial, transporte, serviços bancários etc.)

Escolas práticas para produtores urbanos

O principal instrumento usado para dar início aos negócios é a "escola prática para produtores urbanos" (urban producer field school - UPFS). A partir de um plano de negócio, eram identificadas as mudanças técnicas e organizacionais mais importantes que seriam necessárias para viabilizar a proposta. Então, os conhecimentos e habilidades indispensáveis relacionados com essas mudanças técnicas e organizacionais eram definidos e estruturados em módulos de aprendizado.

As mudanças técnicas podem ter relação com a produção da MoPO ou com o processamento, empacotamento e comercialização do produto a ser entregue pelos produtores, individualmente ou em grupos, para a associação.

As mudanças organizacionais podem ter relação com a operação, gestão e administração das várias etapas do processo para produzir e comercializar a MoPO.



Produção orgânica de cogumelos em Beijing Foto: IGSNRR

Cada um desses módulos/sessões foi implementado na semana anterior ao início das atividades ligadas à prática (p.ex. uma sessão sobre como organizar e operar a compra e a distribuição de novos insumos necessários foi realizada antes do início das operações; uma sessão sobre práticas produtivas realizada antes do plantio de novas variedades; ou uma sessão sobre aspectos técnicos e organizacionais da colheita, lavação e empacotamento realizada uma semana antes do início da colheita). Na maior parte das sessões de UPFS, tanto os aspectos técnicos quanto os organizacionais foram discutidos e praticados. Todas as sessões começavam com uma revisão das atividades realizadas até então, e as soluções possíveis para os novos problemas que surgiam eram discutidas. Todas as sessões acabavam com o planejamento de atividades a serem desempenhadas pelos grupos de produtores nas semanas seguintes. Desse modo, o UPFS foi não somente uma plataforma de aprendizado, mas também uma oportunidade para realizar periodicamente atividades de planejamento e avaliação com os produtores.

Cada sessão era preparada e guiada por um facilitador da equipe local do projeto juntamente com um especialista convidado (que podia ser um agricultor experiente, técnicos do serviço de extensão agrícola, professores universitários, gerentes de pequenas empresas operando com alimentos etc.).

Sempre que possível, as sessões eram realizadas nos locais onde os produtores poderiam observar e praticar eles mesmos o que estava sendo discutido naquela sessão (no campo de cultivo, numa área coberta de empacotamento etc.).

Na maior parte dos casos, as sessões da UPFS eram repetidas durante mais de um ciclo produtivo, focando as novas sessões nas falhas de conhecimento e de habilidades e nos problemas técnicos e organizacionais identificados durante o ciclo anterior.

Exemplos de projetos FStT que estão sendo implementados

O programa FStT começou em janeiro de 2009 e, em setembro e outubro daquele mesmo ano, na maior parte das cidades parceiras da RUAF, vários grupos de produtores locais (cada um envolvendo de 50 a 150 agricultores urbanos) já tinham formulado um plano de negócios e estavam implementando seus projetos FStT. Desde então, foram implementados uma grande variedade de negócios alimentares, focando em cereja, tomate, cogumelo, batata, morango, frango temperado, repolho, cenoura, pimenta-verde, cebola e outras hortaliças e ervas, bem como ovos, frangos e leitões, além de bandejas com hortaliças pré-cortadas e cestas reunindo vários produtos.

Devido à limitação de espaço disponível nesta publicação, apresentaremos a seguir apenas três dos 18 projetos que estão sendo implementados atualmente. Um quarto caso (horticultores comunitários da Cidade do Cabo comercializando suas hortaliças orgânicas por meio de um esquema de entrega de cestas) será apresentado no próximo artigo desta Revista.

Diversificando com cogumelos orgânicos, em Beijing, China

Em Huairou (uma comunidade na periferia de Beijing, China), a Fundação RUAF coopera

com a Agência Agrícola de Beijing e com a Cooperativa de Hortaliças de Huairou – que há décadas vem cultivando uvas, mas desejava diversificar sua produção. Com base em um estudo de mercado, a cooperativa decidiu iniciar também o cultivo de cogumelos.



Treinamento de manejo integrado de pragas que atacam a cultura do chili Foto: IWMI South East Asia

Com ajuda da Universidade de Agronomia de Beijing, o treinamento UPFS foi organizado para familiarizar um grupo central de produtores com os aspectos positivos e negativos do cultivo de cogumelos; e a universidade também forneceu os esporos selecionados. Os cogumelos agora crescem nos mesmos túneis de plástico semi-permanentes que antes eram usados apenas para o cultivo das uvas. Um núcleo produtivo de cogumelos foi criado na cooperativa de Huairou (reunindo 50 membros) e dois outros criados em vilas vizinhas (com 20 membros cada). A cooperativa de Huairou treinou os produtores, e agora lhes vende os insumos (substrato e esporos de cogumelos) e lhes compra a produção (por meio de um contrato antecipado).

A cooperativa de Huairou também se ligou a uma cooperativa de comercialização para vender os seus cogumelos de alta qualidade nos supermercados. Os cogumelos de segunda são vendidos localmente.

Os principais desafios incluem: (a) a gestão da qualidade (as práticas de produção ainda precisam ser aperfeiçoadas); e (b) o controle da qualidade (os produtos entregues à cooperativa de Huairou nem sempre alcançam os padrões exigidos, mas ainda não foi implantado nenhum sistema de monitoramento).





Cebolas-da-primavera sob as oliveiras em Amã, Jordânia

A Fundação RUAF está colaborando com a Agência de Agricultura Urbana da região metropolitana da Grande Amã e com a Associação Cooperativa de Mulheres de Iraq El Amir, localizada em uma área periférica da cidade. Depois de realizar a análise de mercado, a cooperativa decidiu iniciar a produção orgânica de cebolas-da-primavera sob as suas oliveiras, para embalá-las em pequenos maços e vender com uma marca própria.

Mais de 80 famílias fazem parte do negócio, 75% das quais representadas por mulheres. Uma escola prática para agricultores urbanos foi organizada com a assistência de vários membros da universidade e de um empresário-produtor com grande experiência na produção e comercialização de cebola-da-primavera. As sessões de UPFS incluiram vários aspectos do cultivo (a semeadura sob plástico, a gestão da fertilidade, o controle de pestes e doenças etc.), bem como aspectos organizacionais dos novos negócios (administração, compra e distribuição dos insumos, colheita, seleção, empacotamento e comercialização da produção).

O grupo desenhou seu próprio rótulo com base no "Protocolo da Produção Responsável" que garante que: (a) o produto procede de um raio de 10 km ou menos a partir do centro de Amã; (b) foram aplicadas práticas produtivas ecologicamente corretas; (c) a sua produção não envolveu trabalho abusivo de mulheres nem crianças; e (d) 75% ou mais do preço pago pelos consumidores flui de volta para os produtores. A primeira colheita de cebola-da-primavera foi um grande sucesso. A produção foi toda vendida a restaurantes e hotéis de alto nível, por JD 1,20 ou 1,50 (JD1=€1) cada maço de cebola (cerca de 1kg), embora o valor previsto no plano de negócios fosse entre JD 0,70 e 1,00.

Os principais desafios estão relacionados com a manutenção da fertilidade do solo e com a prevenção da incidência de doenças e pestes nas cebolas. Atualmente as melhores opções de rotação com outros cultivos avaliados (com relação a aspectos técnicos e comerciais) incluem a alface, o manjericão e o coentro. Em nova rodada de sessões UPFS, o grupo será treinado no cultivo e comercialização dessas plantas adicionais. O cultivo de cebolas-da-primavera está programado para produzir sua safra na época do ano quando a demanda e o preço do produto estão no auge, permitindo outros plantios nos demais meses.







Grupo de crédito rotativo – fortalecimento organizacional Foto: IWMI South East Asia

Engarrafando suco de fruta em Freetown, Serra Leoa

Em Freetown, o programa RUAF-FStT está sendo implementado em cooperação com a ONG COOPI e a Associação Nacional de Agricultores (NAFSL). Entre as associações de produtores participantes está o Grupo de Mulheres de Lelima, em Kissy (uma área popular a leste de Freetown), um forte grupo de ajuda mútua formado por 30 mulheres. O grupo considerou vários produtos e inovações durante o inventário de opções e os testou durante a pesquisa de mercado. Inicialmente o grupo parecia se inclinar pela produção de iogurte, porém, no final do processo de comparar a demanda do mercado, os preços, os retornos e os lucros possíveis, acabou escolhendo o suco de frutas engarrafado para ser a sua MoPO. A UPFS conduziu o grupo através de um treinamento técnico em higiene, manejo seguro dos alimentos, pasteurização e engarrafamento, bem como em fortalecimento organizacional, gestão de negócios e comercialização.

O grupo implantou uma instalação simples para processar e engarrafar o suco de frutas. As mulheres usam garrafas recicladas e esterilizadas para engarrafar o suco, principalmente de manga. Um misturador não comercial é usado para preparar o suco, que é pasteurizado em grandes panelas e engarrafado e tampado enquanto ainda está quente. Várias sessões de teste com consumidores em bares e restaurantes foram organizadas para comparar três misturas diferentes antes que a receita final fosse escolhida.

Em maio de 2010, o Suco de Manga SALONE, "orgulhosamente produzido em Serra Leoa", tornou-se o primeiro suco de fruta engarrafado localmente do país. O grupo tornou-se capaz de oferecer o suco comercialmente a um preço abaixo do cobrado pelo suco importado.

O principal desafio é que a demanda do mercado é consideravelmente maior do que a capacidade de produção. O grupo agora está se estruturando para produzir sucos durante todo o ano, utilizando as várias frutas disponíveis em cada estação. O grupo de mulheres atualmente objetiva o mercado da capital Freetown, mas investidores já mostraram interesse em subcontratá-lo para produzir e engarrafar suco em maior volume, que poderia ser transportado refrigerado e vendido em outras províncias do país.

Porém, ainda falta às mulheres a experiência necessária para negociar com investidores experientes, e a súbita expansão de seus negócios já exige muito delas em termos de dinâmica e coesão. Esses aspectos precisarão ser cuidadosamente monitorados e atendidos para evitar que as mulheres sejam vítimas de seu próprio sucesso.

Referências

- De Zeeuw, H. and Dubbeling, M. (2009) Cities, food and agriculture: challenges and the way forward, RUAF Foundation, Leusden
- Bernet, T. Thiele, G. and Zschocke T. (eds) (2006) *Market chain approach (PMCA) User Guide*. CIP, Bogota (read in earlier Spanish draft version)
- Dixie, G. (2005) Horticulture Marketing Marketing Extension Guides # 5 FAO-AGS, Rome
- Dubbeling M., De Zeeuw, H. and Van Veenhuizen, R. (2010) Cities, Poverty and Food;
 Multi-stakeholder Policy and Action Planning in Urban Agriculture, Practical Action
 Publishing, Rugby, UK.
- Joss S., Schaltenbrand, H. and Schmidt, P. (2002) *Clients First. A rapid market appraisal toolkit*, Helvetas, Zurich.
- Lundy, M. et al. (2004) *Increasing the competitiveness of market chains for small holder producers; a field guide,* Rural Agro-enterprise development projeto, CIAT, Costa Rica.
- Ostertag, C.F. (2004) The Territorial approach to rural business development.
- Module 2: Identifying and assessing markets for small scale rural producers Rural Agroenterprise development projeto, CIAT, Costa Rica.
- Tracey-White J. (2005) *Rural-urban marketing linkages; an infrastructure identification and survey guide* Agricultural Services Bulletin 161, FAO, Rome.
- Van Veenhuizen, M. and Danso, G. (2007) Profitability and Sustainability of Urban
- *and Peri-urban Agriculture*. Agricultural Management, Marketing and Finance Occasional Paper no. 19. FAO, Rome.

Um esquema de cestas de hortaliças na Cidade do Cabo, África do Sul

Femke Hoekstra
f.hoekstra@etcnl.nl
Rob Small
rsmall@xsinet.co.za

Embora inúmeras experiências com a "agricultura apoiada pela comunidade" (*Community Supported Agriculture* - CSA), incluindo sistemas de entrega de cestas de hortaliças na Europa e nos Estados Unidos, já tenham sido documentadas, o mesmo não acontece nos países em desenvolvimento. O projeto Abalimi/Harvest of Hope (Colheita de Esperança) é um caso especial, pois se trata de uma empresa social que trabalha com pessoas pobres em áreas urbanas, que produzem as hortaliças vendidas aos consumidores apoiadores.

Como o projeto começou

A Abalimi Bezekhaya⁵ ("agricultores domésticos", em *xhosa*) é uma organização da sociedade civil que trabalha para empoderar os setores mais pobres e vulneráveis por meio da agricultura urbana ecológica. A Abalimi opera nas "comunidades" de Khayelitsha, Nyanga e nas zonas periféricas da Cidade do Cabo.



Equipe da Colheita de Esperança preparando cestas de hortaliças - Foto: Femke Hoekstra

Essas áreas reúnem cerca de um milhão de habitantes, a maioria vindo de Cabo Leste e das antigas comunidades de Transkei e Ciskei dos tempos do *apartheid*, e inúmeros deles estão desempregados. Nos últimos 28 anos, a Abalimi vem trabalhando com pequenos agricultores que vivem e produzem em assentamentos informais. Esses produtores (ou microagricultores, como a Abalimi os chama) são pobres e, em sua maior parte, mulheres envolvidas na produção de hortaliças em pequenas hortas domésticas e comunitárias, para suplementar a dieta, melhorando a alimentação e a segurança alimentar da família, e gerar renda adicional de forma sustentável. Outros benefícios são o fortalecimento da coesão comunitária, o desenvolvimento pessoal e a promoção da autoestima.

⁵ A Abalimi é um dos parceiros locais da RUAF, e o projeto Harvest of Hope faz parte do programa "Da semente até a mesa" (From Seed to Table - FStT).

O principal instrumento para o sucesso da Abalimi (e do programa Colheita de Esperança) é a implementação de uma "cadeia de desenvolvimento". O raciocínio por trás dessa

metodologia é considerar que a abordagem convencional empurra os pobres para a produção comercial muito rapidamente, embora eles precisem, primeiro, passar por uma série de etapas preparatórias para adquirir mais experiência nessa atividade, com suas várias interfaces.



Parcela com cultivo rotulado em horta comunitária garden Foto: Femke Hoekstra

Além disso, sem apoio suficiente (subsídios e treinamento), o desenvolvimento promovido tem pouca chance de se tornar sustentável. Uma abordagem mais cuidadosa é necessária para lidar com a dinâmica e os desafios sócio-políticos, ambientais e econômicos que os pobres enfrentam diariamente, como educação insuficiente, mentalidade "pobre", tensões raciais, de gênero e de classe, solo muito pobre e o desemprego em massa.

Assim, a cadeia de desenvolvimento no modelo Abalimi tem quatro etapas: a fase de sobrevivência; a fase de subsistência; a fase de nutrição familiar; e a fase de comercialização (ver mais sobre "cadeias de desenvolvimento" em Van Veenhuizen, 2009, p.160).

Com o decurso do tempo, a Abalimi percebeu que alguns dos produtores na fase de subsistência já tinham a ambição de vender parte de sua produção, mas lhes era difícil fazê-lo para uma clientela maior do que a sua vizinhança imediata (as vendas "sobre a cerca"). Ao mesmo tempo, a Abalimi verificou um interesse crescente por produtos orgânicos na Cidade do Cabo. Isso acabou levando à implantação de um sistema de comercialização para vender cestas de hortaliças orgânicas da estação com entregas semanais. Para isso, foi criada uma unidade de comercialização dentro da Abalimi só para gerir esse sistema, com o nome de *Colheita da Esperança* (Harvest of Hope).

Os principais objetivos do programa são:

- Criar um mercado sustentável e crescente para os produtores urbanos e periurbanos da Cidade do Cabo;
- Usar esse mercado como um motor para o aumento da renda e como instrumento para a redução da pobreza nas comunidades populares;
- Garantir, para os consumidores, o acesso a alimentos orgânicos frescos a preços competitivos e contribuir para a redução da "quilometragem alimentar" (a distância que a comida viaja desde o campo até a mesa).

Por que um sistema de entrega de cestas?

Após uma cuidadosa análise de mercado, a entrega de cestas de hortaliças orgânicas foi escolhida como a opção mais promissora de comercialização para os produtores, por uma série de razões. O esquema de cestas é suficientemente flexível para lidar com falhas na produção, colheitas atrasadas e qualidade sofrível, dando aos produtores tempo para

aprender mais e tornar a produção mais consistente, tanto em termos de qualidade quanto de quantidade. Variar o conteúdo das cestas a cada semana permite contornar problemas com a inconsistência das colheitas, pois geralmente é possível fazer combinações, com os produtos disponíveis, que satisfaçam os consumidores.



Horta em Khayelitsha Foto: Femke Hoekstra

O conceito de cestas de hortaliças envolve vários desafios para os produtores: ampliar a cadeia de distribuição (para ter acesso a mercados fora de sua comunidade local); estabilizar o fluxo de caixa e as questões de liquidez (conseguir dinheiro mensalmente, e não apenas ao final da estação de cultivo); garantir um valor médio e estável (evitando a flutuação de preços); lidar com as variações sazonais (o conteúdo das cestas varia durante o ano, mas sempre há o que vender).

Embora o preço que os produtores ganhem ao vender para o programa seja frequentemente menor do que poderiam obter vendendo diretamente aos vizinhos, a Harvest of Hope lhes oferece um mercado regular e uma fonte de renda mais segura e estável. O preço pago pelas hortaliças está baseado em análises comparativas com os preços praticados em vários supermercados e atacadistas.

Como o esquema funciona

Os produtores que participam do programa são treinados em sistemas de negócios apropriados à sua escala de produção. Eles assinam contratos simples para cultivar hortaliças específicas em canteiros com área determinada para produzir colheitas pré-quantificadas por preços pré-marcados, a ser colhida em datas pré-definidas. Os próprios produtores fazem a colheita, o controle da qualidade e a limpeza das hortaliças e as preparam para o transporte. O programa recolhe as hortaliças nas hortas uma vez por semana, e as entrega no galpão de preparo das cestas, anexo ao escritório da Abalimi e com todos os equipamentos necessários para processar hortaliças. Lá as hortaliças são pesadas (para registrar o total de hortaliças entregue por cada produtor), lavadas, cortadas e embaladas ou reunidas em maços, dependendo do tipo de hortaliça.

O mesmo número de hortaliças é incluído em cada cesta.

A equipe central inclui cinco pessoas, incluindo um representante da Abalimi, e vários produtores também ajudam no galpão de empacotamento, em rodízio, para que todos conheçam o processo completo de processamento e comercialização.

Existem dois tipos de cestas. A grande (vendida pelo equivalente a 10 Euros), é um caixote plástico empilhável e contém entre 9 e 12 hortaliças diferentes, dependendo do custo de produção.

Os alimentos-padrão incluem batata, cebola, cenoura, um pacote com hortaliças cortadas, e broto de feijão. As outras hortaliças, dependendo da estação, incluem tomate, pimentão, batata-doce, feijão, ervilha, abóbora, espinafre, cardo e beterraba. As cestas também contêm geralmente algum tipo de alimento especial e mais caro, como cogumelo, tomate-cereja, pimenta vermelha ou amarela, fornecido por outros produtores.

A cesta menor foi introduzida, a pedidos, em fevereiro de 2009 (vendida pelo equivalente a 7 Euros), é na verdade uma sacola plástica (eles já estão pensando em uma alternativa mais ecológica...) que contém entre 6 e 7 hortaliças diferentes.

Depois do empacotamento, a equipe do Harvest of Hope leva as cestas para os pontos de entrega, onde os consumidores vêm buscá-las. A maior parte dos pontos de entrega funciona em escolas primárias (entre 15 e 20 no total) localizadas nos subúrbios da Cidade do Cabo, mas há pontos funcionando em outras instituições e numa quitanda. As escolas parecem ser o melhor local para a distribuição, pois os pais combinam as atividades de buscar os filhos e pegar a sua cesta de hortaliças.

O programa Harvest of Hope em números, em abril de 2010:

O programa Harvest of Hope é responsável pelas atividades de comercialização da Abalimi. Desde que começou, em fevereiro de 2008, cresceu dos oito grupos iniciais de produtores até os atuais 18 (reunindo um total de 118 agricultores), e aumentou o número de assinantes, para as cestas semanais, de 79 para cerca de 180 em abril de 2010 (e continua crescendo).

Para cada 100 caixas produzidas, são necessários 8.415m² de terra. O total de terra usada pelo programa soma 26.047m².

A renda média por produtor chega a ZAR3.000 (?) por mês, trabalhando uma área medindo em média 500m2.

Apoiando o movimento CSA

Manter o negócio de pé inclui o planejamento da produção, o treinamento e a preparação dos produtores para a produção (semi) comercial, monitorar o seu desempenho, providenciar os insumos e controlar as finanças. Uma organização intermediária operando entre os produtores e consumidores (neste caso, a Abalimi/Harvest of Hope) é necessária, especialmente durante o período inicial.

No nível operacional, o negócio é gerido praticamente apenas pelo próprio grupo-alvo, representado no nível gerencial do projeto pelo principal líder dos produtores e por outras lideranças das comunidades abrangidas.

A Abalimi monitora a sustentabilidade de todas as hortas com base em vários indicadores pré-definidos para garantir que os produtores estejam aptos a participar do programa. Além disso, a Abalimi organiza o plano de produção. O programa desenvolveu uma ferramenta de planejamento que mostra, para cada semana do ano, quanto precisa ser plantado em cada horta para se obter uma certa quantidade de quilos por semana por cesta (para um número total de cestas). O programa calcula a produção com uma folga de 10%. Por meio dessa folga, eles são capazes de lidar com perdas de produção e podem entregar os melhores produtos a seus clientes. Os eventuais excedentes vão para instituições de caridade, para a equipe e os voluntários.

Além disso, as "escolas práticas para produtores urbanos" (Urban Producer Field Schools – UPFS), que são parte do projeto da Fundação RUAF "Da semente até a mesa"), têm o objetivo de analisar os pontos fracos do ciclo produtivo e treinar os produtores para aumentar sua produção. As UPFS oferecem sessões de treinamento sobre assuntos que incluem controle da qualidade, manejo do solo e controle de pragas.

A Abalimi fornece insumos como sementes, mudas, composto, fertilizantes e equipamentos, gratuitos ou subsidiados, dependendo do preço do insumo. Os grupos estão começando a contribuir (com 100% dos custos das sementes e mudas e 10% dos custos com estrume de gado), com descontos em seu pagamento mensal. Atualmente, os grupos são capazes de contribuir apenas para cobrir parte dos custos, e não conseguem fazer novos investimentos sozinhos, mas a Abalimi entende que os subsídios e os serviços de apoio são necessários para qualquer atividade agrícola de interesse socioambiental, atualmente.

Relações com os consumidores

É sempre um desafio manter todos os clientes satisfeitos. Os consumidores assinantes do programa são informados semanalmente por e-mails e podem colaborar como voluntários ou participar de uma visita semanal às hortas ou ao galpão, tornando-se de fato parte da CSA. Foi feita uma pesquisa de avaliação (março de 2010) com os clientes que haviam abandonado o esquema para identificar os motivos da saída. Os motivos alegados estão listados a seguir:

Tamanho da cesta (insatisfação para 23% dos clientes): ou demais ou de menos; levando ao desperdício ou à falta de alimentos;

Variedade (insatisfação para 25%): as variedades oferecidas (demais ou de menos; presença insuficiente dos alimentos básicos (p.ex. batata), e presença frequente de alimentos pouco atraentes (para as crianças);

Local de distribuição (insatisfação para 25% dos clientes): preocupação com tempo, dia ou localização. Alguns clientes prefeririam receber em casa;

Financeiro (insatisfação para 7% dos clientes): Alguns consumidores afirmaram encontrar os mesmos produtos mais baratos à venda em supermercados;

Autonomia: 5% dos consumidores começaram suas próprias hortas e produzem hortaliças suficientes para seu consumo;

Escolha: 7% estavam insatisfeitos com a seleção das hortaliças, preferiam escolher pessoalmente ou saber antecipadamente o que estaria incluído na cesta, de modo a adaptar suas outras compras com base nessa informação.

Outros ainda saíram por que se mudaram, ou passaram a comer mais fora ou consumir comida pré-preparada, encontraram outro fornecedor ou não sabiam preparar os alimentos incluídos (embora uma receita seja sempre incluída na cesta).

Além disso, quando as escolas fecham por causa das férias e feriados, não há um local de entrega alternativo, e o número de cestas vendidas cai bastante. Nas férias mais recentes, este ano, a venda de cestas caiu de 195 para 131.

O futuro

Desde 2008, o programa Harvest of Hope evoluiu de uma iniciativa de pequena escala para se tornar um negócio de sucesso, envolvendo logística complexa e bem organizada. Criou acesso para os pequenos produtores a um novo mercado, e está trabalhando para a criação de um sistema alimentar alternativo. Em 2010, o Harvest of Hope recebeu o Prêmio Impumelelo de Inovação, que "recompensa projetos excepcionais que envolvem parcerias com o setor público e melhoram a qualidade de vida das comunidades pobres de modo inovador".

Em algumas hortas comunitárias, a idade média dos produtores chega a 60 anos, implicando em níveis de produção relativamente baixos. Por outro lado, a pouca participação dos jovens poderá ter consequências a longo prazo.

Referências

- Abalimi Bezekhaya. (2009). HoH Business Plan. Cape Town: Abalimi Bezekhaya.
- Femiano, M. (2010). *Harvest of Hope customer feedback survey*. Cape Town: Abalimi Bezekhaya.
- Van Veenhuizen, R. (2006) *Cities Farming for the Future, Urban Agriculture for Green and Productive Cities.* Philippines: IIRR, IDRC and RUAF Foundation.

Desenvolvendo um esquema de cestas orgânicas em Accra, Gana

Willem-Albert Toose,
Agro Eco – Louis Bolk Institute
w.toose@louisbolk.org
Anne Oudes
anneoudes@gmail.com

A demanda por hortaliças e frutas saudáveis e produzidas de modo sustentável está crescendo em Gana. Isso oferece uma oportunidade para estabelecer cadeias de valor locais sustentáveis. Um consórcio de cooperativas de agricultores e negociantes de Accra, apoiado por uma ONG holandesa chamada Agro Eco-Louis Bolk Institute (LBI), está desenvolvendo um sistema de distribuição de cestas com hortaliças e frutas orgânicas.



Exemplo de uma caixa de hortaliças em Accra

Os produtos orgânicos cultivados hoje em Gana são destinados principalmente à exportação. O cultivo de alimentos para os mercados locais e internacionais oferece aos produtores (muitas vezes de pequena escala) uma oportunidade para diversificarem seus cultivos, reduzindo seus riscos financeiros e beneficiando o solo, a conservação da água e a biodiversidade.

Os parceiros

Essa iniciativa é o resultado do trabalho de uma cooperativa (Forward Ever Youth Cooperative Vegetable Farming/Marketing Society) com seus parceiros, a Rede Ganense de Agricultura Orgânica (Ghana Organic Agriculture Network), a Ideal Providence Farms e a Quin Organics.

As áreas de produção da Forward Ever estão localizadas na periferia de Woe, um subúrbio de Keta, no sudeste de Gana. Criada em 1997, a cooperativa tem 45 membros registrados, todos horticultores em tempo integral. Esses produtores fornecem as hortaliças para o sistema de cestas, incluindo abóbora, alface, repolho, pimentão, pimenta, berinjela, e quiabo. Os produtores cultivam essas plantas de acordo com os princípios da agricultura orgânica e estão no processo de obter as certificações correspondentes. A Ideal Providence Farms, criada em 1998, gerencia a produção de frutas e ervas tropicais em duas chácaras que cobrem um total de aproximadamente 42 hectares. Esta companhia também é ativa na coleta de ervas nativas silvestres: cerca de 150 mulheres no norte de Gana coletam nozes *shea*, que são processadas na própria *manteiga* e exportadas para a Europa e outros mercados.

A Quin Organics é um empreendimento de produção e processamento de alimentos orgânicos certificados em Gana que trabalha com hortaliças, ervas e condimentos. Além de explorar uma fazenda principal, a Q.O. também coopera com organizações de produtores no distrito de Keta, por meio de um esquema de "terceirização" da produção associado a um sistema de treinamento. A Q.O. foca tanto no mercado interno quanto no externo.

A empresa participa do esquema de cestas fornecendo hortaliças e frutas, e está construindo instalações para processar, estocar e embalar os alimentos.

O esquema das cestas

Os consumidores interessados deverão se registrar para receber semanalmente uma cesta com hortaliças e frutas orgânicas a preço pré-fixado. A cesta poderá ser entregue na residência ou local de trabalho do assinante, ou apanhada em vários locais da cidade, inclusive bancas de frutas, supermercados e postos de gasolina.

O sistema de cestas visa os consumidores das classes média e alta de Accra, bem como dos demais segmentos, desde que estejam dispostos e capazes de pagar um pouco mais por produtos de maior qualidade.

Os criadores esperam que o sistema de cestas se torne financeiramente independente tão logo esteja funcionando plenamente. Todos serão mais bem remunerados: não só os produtores – que receberão um "prêmio" por produzirem alimentos organicamente – mas também os responsáveis pelo seu preparo, empacotamento, comercialização e distribuição. Estima-se que algum investimento será necessário para iniciar, para o que já estão sendo levantados fundos.

Usando cadeias de valor para aumentar o impacto da agricultura urbana

Jonathan Mitchell j.mitchell2@odi.org.uk Henri Leturque h.leturque@odi.org.uk

Este artigo resume um trabalho que busca responder a duas perguntas aparentemente simples: a agricultura urbana pode reduzir a pobreza? E, se pode, como a pobreza pode ser reduzida? Ele também investiga o papel da análise das cadeias de valor para compreender melhor o papel da agricultura urbana.

Uma equipe do Instituto de Desenvolvimento Exterior (Overseas Development Institute⁶ - ODI) teve recentemente a oportunidade de pesquisar essas questões em um estudo realizado para o Centro de Pesquisa para o Desenvolvimento Internacional (International Development Research Centre⁷ - IDRC, do Canadá). O objetivo do estudo foi reavaliar o papel da agricultura urbana na redução da pobreza nos países em desenvolvimento. A pesquisa se baseou em uma revisão extensiva da literatura, em discussões com informantes-chave⁸ e em visitas de campo na África, Ásia e América Latina.

Marco conceitual

A pobreza é mais do que a mera falta de dinheiro. A natureza multidimensional da pobreza deve nos alertar para examinarmos também os aspectos ambientais e sociais relacionados com a agricultura urbana, além dos econômicos. Porém, como os impactos ambientais e sociais da agricultura urbana já foram muito mais intensamente pesquisados do que os econômicos, nossa análise se restringiu em focar estritamente na pobreza da renda.

Há vários meios pelos quais a agricultura urbana pode impactar economicamente os pobres. Os pobres urbanos podem se beneficiar diretamente dela por si mesmos, praticando a produção agrícola (com ou sem solo) nas cidades, e usando seus produtos no consumo familiar ou vendendo-os para gerar renda. Além desses benefícios econômicos diretos, também existem outros, mais indiretos, por onde a agricultura urbana pode contribuir para reduzir a pobreza urbana.

⁶ O ODI é o principal "think tank" de políticas de desenvolvimento do Reino Unido, (ver www.odi.org.uk): uma organização independente cuja missão é inspirar e informar estratégias de desenvolvimento para reduzir a pobreza e o sofrimento.

⁷ O IDRC é uma instituição canadense que trabalha em estreita colaboração com pesquisadores dos países em desenvolvimento em sua busca pelos meios para construir sociedades mais saudáveis, justas e prósperas.

⁸ Agradecemos as valiosas visões fornecidas pela RUAF, Banco Mundial, FAO, Fundação Rockefeller e formuladores de políticas, pesquisadores, praticantes e agricultores em seis cidades de quatro países.

Primeiro, a agricultura urbana e periurbana, praticada por agricultores de maior escala, requer a contratação de mão-de-obra em várias partes da cadeia de valor – na área de plantio, na comercialização e no transporte. Segundo, ela é um canal útil para a oferta de alimentos mais baratos nas cidades e vilas (onde são produzidos), acessíveis aos pobres urbanos – que, no geral, consomem mais alimentos do que produzem. Essas várias contribuições são mostradas no Gráfico 1.

Urban agricultural activities Mechanism 2: Mechanism 4: Price Mechanism 1: Mechanism 3: Expenditure Income from Income from labour impacts substitution marketing Work is generated Cheap food by UA which produced by UA Urban poor grow Urban poor grow benefits poor urban food for own food and sell it to generates an generate household consumption and so income flow for the consumers reduce household income rural poor food purchases Urban poverty reduction

Gráfico 1: Ligando a agricultura urbana à redução da pobreza urbana

Atividades de agricultura urbana			
Mecanismo 1: Substituição de despesa com alimentação	Mecanismo 2: Renda gerada pela comercialização	Mecanismo 3: Renda gerada pelo trabalho	Mecanismo 4: Impactos no preço dos alimentos
Os pobres urbanos cultivam alimentos para consumo próprio, reduzindo as compras e os gastos familiares com comida	Os pobres urbanos cultivam mais alimentos, além do que consumem, para vender e gerar renda	Postos de trabalho são criados pela AU, gerando um fluxo de renda para os pobres urbanos e periurbanos	Os alimentos baratos produzidos pela AU beneficiam os consumidores urbanos pobres
Redução da pobreza urbana			

Nossa abordagem para compreender o potencial do setor agrícola no combate à pobreza urbana baseia-se no exame dos quatro seguintes mecanismos:

Mecanismo 1. *Substituição de despesa:* a produção doméstica para o próprio consumo contribui para a segurança alimentar da família. Cultivar seus alimentos torna as pessoas menos dependentes das compras e pode impactar o nível de pobreza ao liberar recursos para outras despesas e investimentos.

Mecanismo 2. *Renda com a comercialização*: a produção doméstica é vendida, gerando renda para a família (ou pessoa). Esse mecanismo envolve a produção de alimentos e outros produtos agrícolas visando o mercado. Os agricultores que cultivam para a família também podem vender parte de sua produção ou por que excedeu o seu consumo ou por que já plantou planejando gerar renda com o excedente.

Mecanismo 3. Renda gerada por trabalho remunerado: sempre que a agricultura urbana cria postos de trabalho estáveis. As principais oportunidades surgem nas operações produtivas periurbanas maiores, profissionais, voltadas para o mercado urbano, que produzem hortaliças, frango, frutas ou peixe, e empregam muitos trabalhadores menos qualificados. Mas também há vagas na produção de insumos, nas empresas de processamento e comercialização, e noutros serviços ligados à agricultura na periferia e no interior das cidades.

Mecanismo 4. *O impacto no preço dos alimentos:* os alimentos mais baratos produzidos pela agricultura urbana beneficiam os consumidores urbanos pobres, que se beneficiam da oferta de produtos locais mais acessíveis, independentemente de serem eles produtores ou não.

Esses mecanismos não são mutuamente excludentes – a redução da pobreza familiar muitas vezes resulta de mais de um mecanismo simultaneamente. Por exemplo, famílias que cultivam hortaliças podem consumir parte de sua colheita e vender a outra parte, envolvendo portanto dois mecanismos (1 e 2). Se a família também compra outros alimentos produzidos por vizinhos em sua comunidade, por preços mais acessíveis, envolveu também o mecanismo 4. Do mesmo modo, os sistemas de produção e as cadeias de valor podem incorporar combinações de vários mecanismos. A vida real é muitas vezes complicada, motivo pelo qual usamos uma estrutura metodológica para simplificar uma realidade complexa.

Porém, esta estrutura é útil para nos lembrar que devemos considerar todos os vários modos como a agricultura urbana pode reduzir a pobreza.

Examinar a evidência empírica sobre o que sabemos (e não sabemos)

Produzir um quadro abrangente do impacto econômico geral da agricultura urbana é difícil. Os dados são limitados (especialmente quanto aos mecanismos 3 e 4), e os dados disponíveis frequentemente focam em produtos muito específicos e que foram gerados usando-se metodologias diferentes e incompatíveis. Porém uma meta-análise das pesquisas domiciliares realizada pelo programa RIGA⁹ (da FAO) oferece um visão da importância da produção urbana de alimentos em 15 países. Essa análise indica o seguinte:

Muitos pobres urbanos praticam a agricultura: entre 20 e 80% do 1/5 mais pobre da população.

A agricultura urbana representa geralmente uma parcela muito limitada da renda da população urbana, exceto na África subsahariana, onde a agricultura contribui com 15 a 50% da renda total nos estudos de caso apresentados a seguir.

⁹ Rural Income Generating Activities = Atividades Rurais de Geração de Renda

As famílias pobres formam o contingente mais ativo na agricultura urbana e, para elas, essa prática representa uma parcela muito importante de sua renda total.

Isso sugere que a agricultura urbana é relevante para a pobreza urbana – desde que ela envolva realmente os pobres urbanos. Porém, se ela deve ser parte da estratégia de redução da pobreza já é outra questão. Depende se a renda relacionada com a agricultura urbana pode crescer ou, pelo menos, manter-se estável. Nossa estrutura conceitual é uma ferramenta útil com a qual podemos estudar o potencial de cada mecanismo para reduzir a pobreza.

Mecanismo 1: Predomina em situações onde a deterioração do abastecimento alimentar e a pobreza tenham tornado a produção para o autoconsumo uma estratégia importante para a subsistência. Essa situação prevalece bastante na África subsahariana, em áreas onde os níveis da pobreza urbana e da insegurança alimentar são mais altos do que em qualquer outro lugar, mas o acesso à terra é muitas vezes mais fácil (comparando com as cidades mais densamente povoadas da Ásia). Esse mecanismo também prevaleceu em outras crises ou transições, como nas cidades do leste europeu e em Havana, Cuba, logo após o fim da União Soviética. Harare, capital do Zimbábue, talvez seja hoje o grande exemplo de cidade onde produção urbana de alimentos expandiu-se em resposta ao estresse econômico (Redwood, 2009). A importância do mecanismo 1 frequentemente parece ser menor fora desses contextos de crise. Por exemplo, em Gana, embora proporções muito elevadas da população estejam envolvidas com agricultura urbana, ela corresponde apenas a uma pequena parte dos custos com alimentação¹⁰.

Mecanismo 2: A produção para o mercado foi identificada como um mecanismo crítico em todos os estudos de caso recentes analisados – e também o mais importante em termos de geração de renda. A agricultura urbana pode complementar o fluxo de alimentos vindos de longe, oferecendo produtos locais que a agricultura rural não pode fornecer com facilidade. Para muitos produtos perecíveis específicos, verificou-se que a agricultura urbana pode atender até 80% do consumo urbano (p.ex. hortaliças folhosas em Accra).

Mas além da contribuição geral para o abastecimento alimentar urbano, o que é marcante é a extrema diversidade da produção dos agricultores urbanos vendida nos mercados locais. Embora a produção de perecíveis tradicionais, como hortaliças, carne, peixe e leite continue presente, outras culturas como flores, ração animal e outros usos para a terra como o agroturismo também têm se tornado importantes.

As estruturas das cadeias de valor também se diversificaram, e podem ser desde as mais simples, onde a produção é vendida diretamente pelos agricultores aos clientes que vêm até a área de plantio, até as extremamente complexas, onde uma variedade de atores opera etapas como coleta, transporte, processamento e comercialização dos produtos.

¹⁰ Uma pesquisa recente do IWMI, com pessoas envolvidas com plantios no quintal, em Kumasi e Accra, mostrou que essa atividade contribuiu em geral para uma economia anual entre 1 e 5% dos gastos totais com alimentos, com um índice mais alto (até 10%) verificado nos lares mais pobres.

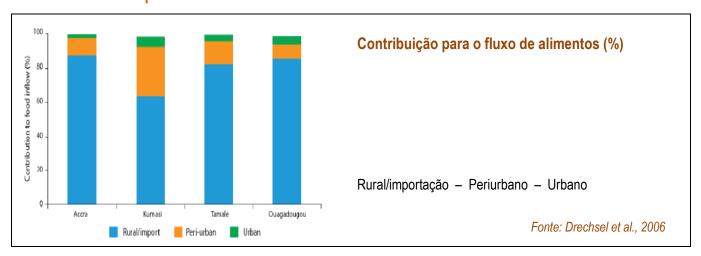
Também a produção que objetiva especificamente a comercialização oferece uma renda relativamente mais elevada para os horticultores urbanos nas cidades africanas. De qualquer modo, além das informações recolhidas por meio de estudos da produção de hortaliças, nossa compreensão da agricultura urbana comercial ainda é, muitas vezes, insuficiente.

Mecanismo 3: Esta é uma área insuficientemente estudada. A absorção de mão-de-obra assalariada pela agricultura urbana tem sido estudada em poucas cidades, onde há alguma evidência de sua escala. Além de ser uma "falha" nas pesquisas, não há razão pela qual ela não deva ser tão importante quanto os outros mecanismos, com os trabalhadores sendo contratados por operações agrícolas comerciais maiores, urbanas ou periurbanas, ou chamados para executar serviços temporários para produtores comerciais de menor escala. É plausível que a maior parte dos trabalhadores assalariados da agricultura urbana seja pobre, em termos de renda, embora esse não seja necessariamente o caso para as pessoas envolvidas como produtores, tanto para o mercado quanto para o autoconsumo.

Mecanismo 4: É onde a agricultura se liga mais diretamente à segurança alimentar urbana. É evidente que a maior parte dos moradores urbanos é formada por "consumidores líquidos de alimentos" (que compram e consomem mais alimentos do que produzem e vendem). Mesmo os agricultores urbanos só raramente produzem suficientes alimentos, em qualidade e variedade, para alimentar as suas famílias. O acesso garantido a alimentos baratos é uma preocupação permanente para os pobres urbanos, e portanto para os formuladores de políticas públicas. Mas a agricultura urbana pode realmente contribuir para regular os preços dos alimentos nas cidades?

A agricultura urbana pode contribuir com uma importante parcela de alguns produtos específicos nos mercados urbanos. Porém as informações disponíveis em umas poucas cidades (ver gráfico abaixo) sugere que, no geral, ela apenas desempenha um papel limitado no abastecimento dos mercados de alimentos das cidades. E é pouco provável que ela tenha um efeito significativo na redução da pobreza por baratear os preços dos alimentos amiláceos (cereais e derivados etc.) consumidos pelas famílias mais pobres.

Gráfico 2: A contribuição de diferentes áreas de origem na oferta de alimentos consumidos em quatro cidades da África oriental



Falhas na informação

A partir da análise acima, entende-se que os mecanismos 2 e 3 apresentam o maior potencial para elevar a renda dos produtores urbanos de modo consistente. Ambos os mecanismos também são inerentemente apropriados para uma análise da cadeia de valor. Essa análise separa as diferentes funções ou etapas – produção, processamento e comercialização – de modo a compreender como elas atuam, quem participa delas e quanto ganha, e como a eficiência da cadeia pode ser melhorada. A análise da cadeia de valor também é bem adequada como referência para podermos contextualizar e entender o alcance e os efeitos do mercado de trabalho total ligado à agricultura urbana. Apesar desse potencial, muito poucos estudos¹¹ focaram especificamente nas cadeias de valor da agricultura urbana até hoje.

Atualmente, em alguns casos, sabemos um pouco sobre o número de produtores e seus ganhos, mas quase nada sabemos ainda sobre:

- Quem participa nas várias etapas da cadeia de valor da agricultura urbana (além da produção) e o valor (e porcentual) arrecadado (por quem) em cada uma delas;
- Quantos trabalhadores assalariados dependem da agricultura urbana e dos serviços com ela relacionados, qual a sua origem e formação, quais as condições de trabalho e os níveis salariais.
- Quais as outras fontes de renda das pessoas envolvidas, e qual a importância da renda provinda da agricultura urbana para os seus meios de vida;
- Qual a diferença no nível de renda entre aqueles (integral ou parcialmente) envolvidos na agricultura urbana nas várias etapas da cadeia, e a renda média dos moradores urbanos vizinhos (para termos uma ideia melhor do impacto relativo da renda obtida com a produção e comercialização de alimentos produzidos na cidade);
- Como melhorar a eficiência e o impacto favorável para os mais pobres dos sistemas de produção, processamento e comercialização das cadeias de valor da agricultura urbana.

Essas informações são críticas para o planejamento de intervenções que pretendam melhorar o funcionamento dos sistemas atuais de produção, processamento e comercialização e elevar igualmente a renda dos participantes das cadeias de valor da agricultura urbana.

Implicações

Com base nas informações disponíveis, os mecanismos 1 e 4 parecem ter um efeito pouco significativo na redução da pobreza. Como eles são os dois que envolvem o maior número de pobres que cultivam nas cidades, a agricultura urbana pode ter um potencial limitado na superação da pobreza urbana.

¹¹ As hortaliças nativas africanas na agricultura urbana (African indigenous vegetables in urban agriculture) editado por C.M. Shackleton, M. Pasquini e A.W. Drescher. Earthscan, 2009.

O mecanismo 1 (produção para o autoconsumo) traz uma contribuição positiva mas geralmente modesta para o padrão de vida de muitos pobres urbanos (bem como para os não-pobres). O mecanismo 4 (redução no preço dos alimentos) teria um impacto bem mais amplo para os pobres urbanos se a agricultura urbana influenciasse mais os preços dos alimentos amiláceos – mas não há nenhuma evidência dessa influência. Além disso, esses dois mecanismos estão mais associados com estratégias de sobrevivência do que com estratégias de desenvolvimento que reduzam a pobreza em maior escala e de modo mais sustentável.

Isso nos deixa com o mecanismo 2 (produção para o mercado) e o mecanismo 3 (trabalho assalariado na agricultura urbana), que têm um claro potencial para reduzir a pobreza ao aumentar a renda dos produtores. Ambos esses mecanismos estão também associados com a qualidade de vida e estratégias de desenvolvimento. Acreditamos que a análise da cadeia de valor é muito adequada na avaliação de como melhorar os sistemas de produção, processamento e comercialização da agricultura urbana – e também como melhorar o seu impacto para os pobres.

Olhar a agricultura através da lente da cadeia de valor é uma prática padrão nas áreas rurais, mas raramente é aplicada na agricultura urbana. Adotar a abordagem da cadeia de valor na agricultura urbana ajudará a construir ligações com o resto do pensamento sobre o desenvolvimento agrícola. Até hoje, a maior parte dos trabalhos sobre agricultura urbana só foca nos produtores, enquanto que bem menos atenção é dedicada aos intermediários, que também têm um papel crítico na operação de toda a cadeia.

Referências

- Drechsel, P. Graefe, S. Sonou, M. and Cofie, O.O. 2006. Informal Irrigation in Urban West Africa: An Overview. IWMI Research Report 102.
- Redwood, M., ed. 2009. Agriculture in Urban Planning: Generating Livelihoods and Food Security. London and Ottawa: Earthscan and IDRC.
- Zezza, A. and Tasciotti, L, 2007. Does Urban Agriculture Enhance Dietary Diversity? Empirical Evidence from a Sample of Developing Countries. ADED, FAO.
- Shackleton, C.M, Pasquini M, and Drescher, A.W. (2009) African indigenous vegetables in urban agriculture. Earthscan, London.

A distância até a cidade e o desempenho das cadeias de processamento de alimentos em Antananarivo, Madagascar

Marie-Hélène Dabat, Romaine Ramananarivo, Faramalala Evelyne Ravoniarisoa, Tovohery Ramahaimandimbisoa e Christine Aubry Institute: CIRAD, Burkina Faso; Université d'Antananarivo, Madagascar; e INRA, França dabat@cirad.fr

Pouco se sabe ainda sobre a importância quantitativa da agricultura urbana em Antananarivo. Mesmo assim, vários estudos recentes sobre algumas cadeias de valor, como as do tomate, couve-flor e hortaliças folhosas, fornecem *insights* sobre a contribuição da agricultura local para o abastecimento alimentar da capital, e as vantagens comparativas que as áreas agrícolas urbanas oferecem.



Produtor vendendo seus tomates em Antananarivo Foto: Marie-Helene Dabat

Este estudo examina a diferença em desempenho entre cadeias de processamento de alimentos¹², e examina a diferença de desempenho entre as cadeias de valor nas áreas urbanas, periurbanas e rurais. Ele analisa as relações entre localização, a disponibilidade e o acesso aos fatores de produção; a estrutura da comercialização; e seus custos, a distribuição e o desempenho da produção. O estudo mostra que essas cadeias constituem ambientes econômicos contrastantes, cujas diferenças resultam das distâncias que os produtos devem percorrer, desde a produção até o consumo.

O arroz é a principal cultura de alimento amiláceo e o seu principal mercado é Antananarivo. Fornecendo de 15 a 25% do total de arroz consumido na capital, a rizicultura urbana é o terceiro maior contribuidor desse importante cereal para o abastecimento de Antananarivo (após o arroz importado e o arroz vindo do Lago Alaotra, a principal região rizicultora do país). Colhido antes da maior parte do arroz cultivado em Madagascar, o arroz urbano ajuda a abastecer o mercado e a estabilizar os preços durante a entressafra (de dezembro a março), reduzindo portanto a necessidade de importar o cereal antes do início das grandes colheitas provenientes do Lago Alaotra (a partir de abril).

¹² Este texto baseia-se em projeto de pesquisa "Corus1-ADURAA" (Análise da sustentabilidade da agricultura na cidade de Antananarivo) 2003-07, financiado pelo MAEE.

O tomate, devido à sua natureza altamente perecível, é cultivado predominantemente na periferia de Antananarivo. É a hortaliça mais consumida e comercializada na capital (à frente da batata, cenoura, cebola e folhosas), e mais de 90% do tomate consumido vem da agricultura urbana e periurbana.





Os agricultores que antes cultivavam apenas arroz começaram a diversificar, passando a produzir também tomate, (considerado um produto cultivável durante todo o ano em Antananarivo). Os produtores de alguns locais usam as diferenças no potencial agroclimático (incluindo a altitude) para planejar seus cultivos de modo a poder oferecer o produto na época em que ele está mais escasso.

Os locais situados a variadas distâncias até o centro

Uma análise comparativa foi realizada com arroz e tomate, os dois principais produtos das áreas agrícolas urbanas, periurbanas e rurais próximas da capital de Madagascar, com base

em dados coletados em 2005. Os locais para o estudo foram escolhidos a partir dos seguintes critérios: 1) forte integração dos produtores no mercado; 2) firme orientação das cadeias em direção aos mercados de Antananarivo e; 3) similaridade dos sistemas agrícolas, equipamentos e solos.



Produtor transportando agrião Foto: Marie-Helene Dabat1

Os locais comparados com relação ao arroz foram (a) Analamahitsy Tanana, uma área urbana; (b) Ambatomainty, uma área periurbana (a 12,5 km do centro da cidade); e (3) Ankazoandrano, uma área rural distante 85 km do centro. Os locais de produção de tomate foram (1) Ambohimarina, uma área periurbana 15 km distante (considerada perto); (2) Ambohidrazana, uma área periurbana a 20km (considerada afastada); e (3) Ambatomoina, uma área rural a 102 km do centro da capital.

Dez produtores por local (60 no total) foram entrevistados, bem como vários especialistas e agentes atuando nos principais canais de comercialização em Antananarivo. Os produtores praticam uma agricultura mais mecanizada nas áreas periurbanas, e mais tradicional nas áreas urbanas e rurais. As colheitas de tomate variam entre 2,7 toneladas (na área rural) e 3 toneladas (periurbano) por hectare.

Na área rural, os tomates são cultivados na época quando o cultivo do arroz é inviável; e nas áreas periurbanas, são cultivados na estação chuvosa, nas áreas ao redor dos campos de arroz. As colheitas de arroz variam entre 16 toneladas (área periurbana próxima) a 22 toneladas por hectare (área rural).

O número de participantes nas cadeias não depende da distância

Os produtores vendem em média cerca de 25% do arroz que produzem. Dessa parcela, após processá-lo manualmente, os produtores urbanos vendem 80% diretamente aos consumidores da capital e os restantes 20% para um varejista local. A produção comercializada pelos produtores periurbanos de arroz passa por compradores-processadores, ou por moinhos de beneficiamento de arroz, atacadistas e varejistas antes de chegar aos mercados urbanos de Antananarivo. Já a produção dos rizicultores rurais pode percorrer diferentes canais, alguns dos quais são razoavelmente curtos, como as vendas locais nas feiras semanais, não mais distantes do que 50-60 km, que respondem pela comercialização de 50% da produção rural. Outros canais são mais longos, até o arroz chegar aos consumidores urbanos, passando por compradores, processadores, negociantes de arroz processado, atacadistas e varejistas.

Os tomates devem ser vendidos imediatamente após serem colhidos. A maior parte da colheita é vendida e apenas uma pequena parcela é destinada ao consumo doméstico. Paradoxalmente, dos três locais, os cadeias usadas em dois locais periurbanos são mais longas (i.e., compostas por um número maior de intermediários) do que as das áreas rurais. Os compradores/atacadistas compram cerca de 88% de seus tomates das áreas periurbanas próximas, e usam um veículo alugado para transportá-los ao mercado atacadista. Os "semiatacadistas" então transportam-nos em vans, lotações, táxis e riquixás, ou às vezes nas costas, até os mercados varejistas. Os canais são similares para os tomates vindos da área periurbana. As diferenças são a) que há dois tipos de compradores (compradores para o mercado atacadista e compradores para o mercado local), e b) a produção flui não apenas para a capital, mas também para fora, para as províncias. Os compradores não abordam os produtores rurais por que a área é de acesso precário. Esses produtores portanto têm que transportar seus tomates às suas próprias custas, por táxi ou riquixá, para os principais mercados (atacadistas e varejistas) de Antananarivo.

Existe demanda para diversas variedades de tomate nos mercados de Antananarivo. Por exemplo, os tomates grandes e de boa qualidade são vendidos a quilo no mercado de Petite Vitesse, enquanto que os menores são vendidos mais baratos, em pilhas, no mercado popular de Andravoahangy.

Outros produtos também passam por uma variedade de canais antes de chegar ao destino final. O agrião é um exemplo, onde quase 2/3 da produção urbana percorre longas cadeias até o consumo (ver destaque). Este aparente paradoxo pode ser resultado do processo de produção agrícola mais intensivo na cidade, demandando mais tempo e dedicação, e

deixando aos produtores urbanos pouco tempo para as atividades de comercialização, pois ainda precisam reservar tempo para as atividades domésticas.

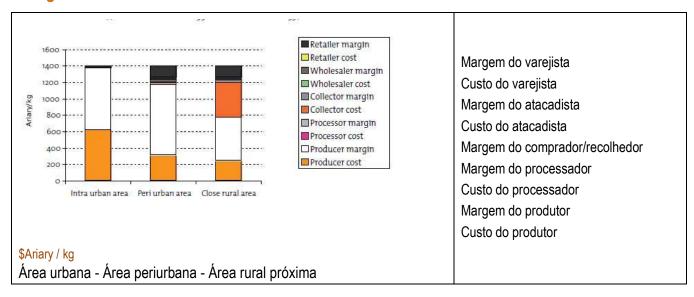
Já nas áreas rurais, os produtores podem assegurar um retorno maior por seu trabalho ao dedicar uma parte de seu tempo disponível para vender produtos valiosos diretamente aos consumidores urbanos, ainda que isso possa ser bem difícil para quem produz em áreas mais remotas.

Custos reduzidos e margens confortáveis de lucro para a produção a meia distância.

Na produção urbana de arroz, os custos do processamento são pagos pelos produtores; porém, nas áreas periurbanas e rurais próximas, eles são da responsabilidade dos compradores. Sendo assim, os custos de produção são relativamente mais altos nas áreas urbanas. Os custos da produção urbana também são mais altos por que a mão-de-obra na cidade é mais cara do que nas áreas rurais. Isso significa que os produtores urbanos têm margem de lucro menor do que os produtores periurbanos e rurais próximos ao venderem o arroz pelo mesmo preço.

Os custos para quem vai comprar o arroz nas áreas rurais aumentam por causa do transporte mais caro (até quatro vezes mais caro) e da despesa com o beneficiamento do produto (pois o produtor rural vende o arroz ainda na casca (paddy), e não branco beneficiado, ao comprador que busca sua produção). Em resumo, a cadeia do arroz periurbano é comparativamente a mais eficiente (ver Gráfico).

Margens totais na cadeia do arroz

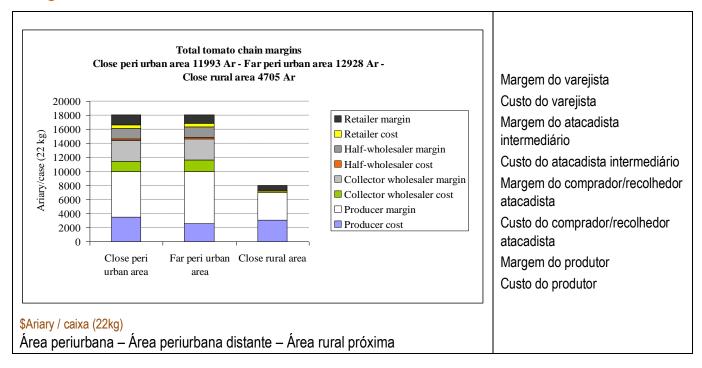


Os tomates cultivados na época chuvosa nas áreas periurbanas oferecem uma margem de lucro maior do que aqueles cultivados nas áreas rurais por que o produto é vendido durante o período de escassez no mercado. Isso aumenta o preço, mas o custo de manutenção da colheita também é mais alto. Porém, na região periurbana mais afastada, os custos de produção são mais baixos do que na área rural, por que os custos com o transporte são

cobertos pelo comprador/recolhedor. Já os produtores rurais pagam os custos do transporte e vendem diretamente em Antananarivo.

Os custos de produção também são mais baixos na área periurbana próxima por que a colheita é mais alta (20 t / ha contra 16 t / ha), e portanto a economia de escala desempenha o seu papel. Sendo assim, a cadeia do tomate para a produção periurbana distante é a mais eficiente, mas as diferenças com as outras cadeias são menores do que aquelas verificadas nas várias cadeias do arroz (ver Gráfico).

Margens totais na cadeia do tomate



Fatores de produção que obedecem a outras regras

As hipóteses iniciais, de uma redução gradual na disponibilidade dos insumos e no progressivo aumento dos seus preços, associados com a distância maior até a cidade, foram confirmadas com relação ao transporte, à mão-de-obra menos habilitada, e à posse da terra. Eles não se confirmaram, porém, com relação ao preço da terra, aos trabalhadores habilitados, ou a situações onde há vários atores envolvidos.

Na cidade, a agricultura está combinada com outras atividades, de modo que o produtor de arroz ou tomate recorre ao pagamento de mão-de-obra rural, ou ao trabalho não remunerado de membros da família ampliada, que inclui parentes mais distantes, agregados etc.

Para o arroz, os custos com mão-de-obra são caros nas áreas periurbanas por que nem sempre há trabalhadores em número suficiente para as atividades agrícolas, especialmente durante o período de colheita. A mão-de-obra é mais barata nas áreas rurais. Para o tomate, a mão de obra é mais cara na área rural do que nas periurbanas, por que não há muitos trabalhadores mais qualificados para lidar com os equipamentos necessários para arar e gradear o solo.

A terra é um fator de produção complexo, sujeito a outros fatores além da mera regra da competição e dos preços decrescentes à medida em que nos afastamos das áreas mais populosas. A terra pode ser mais cara nas áreas rurais do que nas periurbanas; e terras em encostas podem ser mais ou menos caras do que as situadas nas baixadas, dependendo da localização e orientação.

Do mesmo modo, nem sempre as cadeias mais curtas, em termos de número de participantes, são as que apresentam os melhores resultados. Além disso, vários parâmetros inesperados têm um forte efeito no desempenho econômico: a origem da mão-de-obra usada (os próprios produtores ou empregados pagos), o tipo de fertilizante usado (nenhum fertilizante, adubação verde e orgânica, adubos químicos).

De fato, os sistemas mais bem sucedidos são aqueles que se aproveitam da proximidade dos mercados urbanos para negociar oportunidades, e, ao mesmo tempo, minimizar os custos que se elevam por causa da competição entre a agricultura e outras atividades urbanas. No caso de Antananarivo, os melhores sistemas estão situados na área periurbana intermediária, entre as áreas urbanas e rurais.

Finalmente, é importante fazer uma análise setorial e espacial das interações entre as cadeias de processamento de alimentos, as estratégias familiares e a dinâmica territorial. Essa abordagem dupla permite que o espaço seja levado em consideração na análise econômica das cadeias, nos processos de mudança estrutural no setor agrícola relacionados com as áreas urbanas estudadas, e nas decisões de desenvolvimento local a serem apoiadas pelos atores nas cadeias em que atuam.

Agrião, um exemplo de agricultura urbana em expansão

O agrião (*Nasturtium officinale*) é uma das muitas hortaliças folhosas cultivadas pelos agricultores urbanos em Madagascar. Produzido em pequenos lotes, cresce em espaços deixados degradados por obras urbanas e onde o arroz não pode mais ser cultivado. Em 2005, o Departamento de Agricultura estimou a produção nacional em 1.003 toneladas, sendo 80% delas cultivadas na província de Antananarivo. Esses números parecem estar consideravelmente subestimados. Cruzando os mapas das áreas de produção com, a análise dos sistemas produtivos e as estimativas de produção, pode-se calcular que apenas a produção na cidade capital da província deve se localizar entre 20.000 e 40.000 toneladas por ano. A maior parte dos 296 produtores são do grupo étnico *Betsileo*, provenientes dos planaltos no centro-sul do país, que mantêm atividades sazonais em sua região de origem e, no resto do ano, complementam a sua renda cultivando arroz e agrião em áreas arrendadas na capital.

A área ocupada pelo cultivo do agrião no interior de Antananarivo está crescendo, acompanhando o aumento da demanda por alimentos na cidade em expansão. Ela aumentou de 40 há¹³, em 1973 para 68 ha em 2008.

 $^{^{13}}$ 1 hectare = 10.000 m2

No total, existem 41 locais de produção, sendo 37 localizados na área intra-urbana. Dez deles porém precisaram reduzir seu tamanho por causa de obras de infraestrutura que os alcançaram em parte.

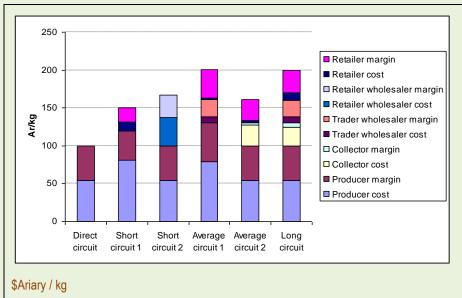
Cultivar agrião é uma atividade muito lucrativa. Por exemplo, em Ambanidia, uma das principais áreas produtoras a fornecer a agrião para Antananarivo, a área dedicada anualmente à sua produção tem variado entre 1.540 e 2.570 hectares e com todas as características típicas da monocultura.

As diferenças entre os resultados econômicos obtidos pelos produtores estão relacionadas com vários fatores: a posse da terra (proprietário, posseiro, arrendatário), o acesso à água, o preço pelo qual vendem os produtos (maior nas áreas periurbanas); e o canal de comercialização.

O agrião cultivado em Ambanidia passa por várias cadeias até chegar aos consumidores de Antananarivo. Eles variam entre cadeias diretas (sem intermediários, consumidores que vão comprar nas áreas de produção), cadeias curtas (produtores-varejistas), até chegar a cadeias com vários intermediários (compradores-recolhedores, atacadistas, varejistas). No total, foram diferenciados oito tipos de cadeias de comercialização.

As margens nessas cadeias são bem distribuídas entre os vários atores, exceto na cadeia que abastece os supermercados. De fato, grande parte da margem total nessa cadeia vai para os supermercados por que eles vendem os produtos aos consumidores por um preço 5,5 vezes maior do que outras formas de comércio varejista urbano. (?)

A competição entre o desenvolvimento da agricultura urbana e outras atividades urbanas parece favorecer o cultivo do agrião. Porém, a sustentabilidade dessa cadeia, à qual falta organização e apoio, mas que é muito resiliente, depende da sua capacidade para lidar com questões de qualidade e segurança higiênica do produto.

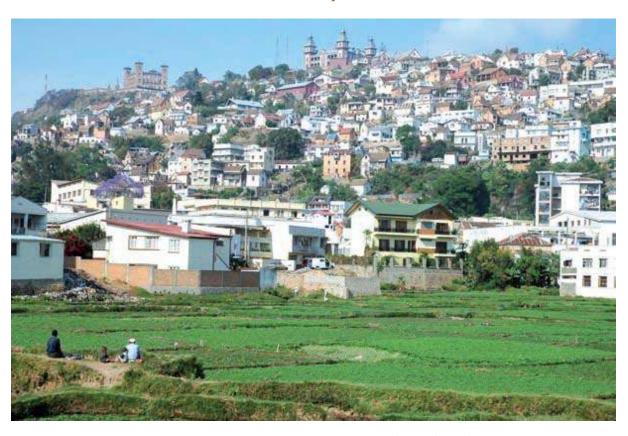


Circuito direto / Circuito curto 1 / Circuito curto 2 / Circuito médio 1 / Circuito médio 2 / Circuito longo

Margem do varejista
Custo do varejista
Margem do varejista-atacadista
Custo do varejista-atacadista
Margem do comerciante atacadista
Custo do comerciante atacadista
Margem do recolhedor
Custo do recolhedor
Margem do produtor
Custo do produtor

Referências

- Aubry C., Ramamonjisoa, J., Dabat, M.H., Rakotoarisoa, J., Rakotondraibe, J. & Rabeharisoa, L.
 (2008) L'agriculture à Antananarivo (Madagascar): une approche interdisciplinaire, *Natures Sciences Sociétés* 16, 23-35.
- Dabat M.H., Andrianarisoa B., Aubry C., Ravoniarisoa E.F., Randrianasolo H., Rakoto N., Sarter S.
 & Treche S. (2010) Production de cresson à haut risque dans les bas fonds d'Antananarivo?,
 VertigO, forthcoming.
- Dabat M.H., Aubry, C., & Ramamonjisoa, J. (2006) Agriculture urbaine et gestion durable de l'espace à Antananarivo, Madagascar, *Economie rurale*, Juillet-Octobre, 57-73.
- Dabat M.H., Razafimandimby S. & Bouteau B. (2004) Atouts et perspectives de la riziculture périurbaine à Antananarivo, Madagascar, *Cahiers d'études et de recherches francophones Agricultures*, 2004, vol.13, n°1, p 99-109
- N'Dienor M., Dabat M.H., Ramananarivo R., Randriamiharisoa F., Rajoelison J. & Aubry C. (2005) A trend towards urban integration and organization of the tomato subsector in Antananarivo, Madagascar, ISHS, *Acta Horticulturae*, vol. 699, 317-326.
- Ramahaimandimbisoa, A.T. (2007) *Analyse technique et économique de la filière cresson dans un contexte de problème sanitaire à Antananarivo*, Madagascar, mémoire d'ingénieur agronome, Université d'Antananarivo, Ecole Supérieures des Sciences Agronomiques, Département Agriculture, 149p.
- Ravoniarisoa, F.E. (2005) Analyse des différentiels de coûts de production liés à la proximité avec la ville d'Antananarivo pour les filières riz et tomate, mémoire d'ingénieur en Agromanagement, ESSA, Universite d'Antananarivo, Décembre, 105p.



Produção urbana de agrião - Foto: Marie-Helene Dabat

O acesso ao mercado para os produtores urbanos e periurbanos em Yangon, Miamar

George O'Shea
Paing Soe
g.oshea95@gmail.com

Existe pouca informação sobre a agricultura urbana em Miamar. Pesquisas preliminares revelam que há muitos produtores urbanos e periurbanos e muitos deles vendem parte de sua produção em vários mercados diferentes de Yangon. A distância até a cidade e os meios de transportes disponíveis explicam em grande parte essas diferentes escolhas.

A agricultura urbana em Yangon

A agricultura urbana é um mecanismo de subsistência e um meio para diversificar as fontes de renda. Os produtores urbanos geralmente têm um espaço físico limitado onde vivem e produzem, e a maior parte deles trabalha em empregos sazonais e mal pagos, onde o fluxo de rendimento é extremamente instável. Eles cultivam alimentos para suas famílias e também para o mercado, o que lhes ajuda a estabilizar um pouco a renda familiar. Não existe a propriedade da terra, pois todo o solo é propriedade do governo. Existem muitos

"agricultores sem-terra" em Miamar que empenharam o seu direito de uso da terra após uma colheita frustrada ou alguma emergência familiar, e não podem pagar suas dívidas com os agiotas (que constituem a principal fonte de crédito para os agricultores – com juros por volta de 10%, ao mês, em média).



Mercado informal perto da estação de trem em Tanyingone Foto: George O'Shea

Na pesquisa realizada pelos autores, os produtores urbanos são definidos como aqueles que vivem a menos de 25 quilômetros do centro da cidade, cultivam pequenas áreas medindo entre 1.250 e 2.500 m2 (devido ao alto preço das terras no interior da cidade) e são em sua maioria agricultores de subsistência.

Os produtores periurbanos moram mais além de 25 quilômetros do centro e cultivam áreas maiores (a partir de 5.000 m2), e dependem mais do rendimento produzido por seus cultivos em sua estratégia de subsistência familiar.

Os cultivos mais usuais ao redor de Yangon incluem arroz, repolho, couve-flor, brócolis, alface, coentro, berinjela e cebola, tomate e abóbora.

Canais de comercialização

Existem vários mercados nas áreas urbanas e suburbanas de Yangon. Eles variam bastante em tamanho, horário de funcionamento, nível de formalidade, acesso à energia elétrica, número de bancas e de vendedores, tipos de produtos vendidos e acessibilidade.

Os grandes mercados atacadistas ao redor de Yangon comercializam a produção dos agricultores urbanos e periurbanos, bem como de produtores de todo o país. Os carregamentos chegam a esses mercados ao longo do dia. As centenas de bancas que formam esses mercados são de propriedade dos vendedores ou arrendadas a eles, e têm acesso à eletricidade. Existem dois tipos de mercados atacadistas em Yangon: os de "produtos secos" (goun chauq), especializados em produtos menos perecíveis, como tubérculos, feijões e cereais,

principalmente arroz; e os de " produtos verdes", que vendem alimentos mais perecíveis e frescos, como frutas e hortaliças. Os principais fornecedores desses mercados são os intermediários atacadistas, que têm grandes caminhões capazes de transportar uma quantidade significativa de produtos.



Hortaliças sendo descarregadas no Mercado de Thiri Mingala Foto: George O'Shea

Os clientes desses mercados atacadistas são os grandes compradores (p.ex. hotéis e restaurantes) e intermediários que compram grande parte dos produtos oferecidos e os vendem aos mercados locais, e aos pequenos quitandeiros e feirantes, que os venderão afinal no varejo aos consumidores finais. Por causa de seu número modesto e da falta de organização, os produtores urbanos e periurbanos raramente têm as colheitas necessárias para vender diretamente aos mercados varejistas, sem falar no tempo e nos recursos necessários para atendê-los.

Os mercados locais são mais numerosos e localizam-se nas áreas densamente povoadas por toda a Yangon. Eles ocupam instalações mais permanentes e têm acesso à rede elétrica, funcionando desde bem cedo até o final da tarde. Menores que um mercado atacadista, frequentemente vendem uma variedade de produtos secos e verdes. Como eles servem como a primeira opção para as compras semanais de muitas famílias, vendem também outros artigos de interesse familiar, como remédios, livros, brinquedos etc. Esses mercados servem a consumidores que os visitam várias vezes por semana para comprar produtos perecíveis por não terem acesso confiável à energia elétrica para refrigeração (muitos domicílios e pequenos restaurantes).

Embora geralmente os produtos cheguem a esses mercados através da ação de intermediários, alguns produtores (principalmente periurbanos) montaram coletivamente um mercado, formado por barracas, onde vendem sua produção em dias alternados, dividindo os custos mensais da instalação.

As feiras-livres matinais e de fins-de-semana usam geralmente estruturas desmontáveis, montadas a cada manhã em diferentes bairros, especialmente nas localidades menores, onde não há quitanda nem supermercado. Alguns vendedores ambulantes de alimentos usam essas feiras como ponto de partida e de abastecimento para o seu comércio pelas ruas da vizinhança.

Os preços geralmente são mais baratos nessas feiras do que nos outros mercados por causa da informalidade maior e da ausência de vários custos operacionais: elas não ocupam nenhuma estrutura formal (apenas as barracas armadas pelos próprios feirantes), não têm acesso à rede elétrica, e não estão sujeitas a nenhum tipo de taxação (oficial). Frequentemente os vendedores são produtores urbanos que cultivam em lotes próximos, já que esse tipo de mercado é mais acessível a eles, devido à proximidade e à isenção fiscal.

Transporte

Os produtores urbanos e periurbanos têm várias opções para alcançar esses mercados.

Sua primeira opção seria vender seus produtos diretamente aos consumidores finais. Mas para isso, eles dependem das linhas de ônibus legais ou dos "piratas" para transportar seus produtos até o mercado ou a feira, pagando em média cerca de US\$ 0,25, mais US\$ 0,05 pela carga transportada. Os produtores periurbanos dependem ainda mais dos meios informais de transporte, já que as linhas de ônibus legais não são acessíveis para quem mora fora das principais vias e estradas. Muitos produtores periurbanos praticamente não têm acesso a qualquer tipo de transporte, e torna-se muito caro e arriscado para eles levar pessoalmente sua produção até o mercado. Esses agricultores também não têm suficiente informação sobre o mercado, e precisam competir com comerciantes e intermediários que têm relações mais fáceis e constantes com os consumidores.

Outra opção para os produtores urbanos é usar o trem local, chamado "linha circular", que sai a cada hora da estação central, percorre os subúrbios e retorna. Uma passagem custa US\$ 0,01 e os passageiros podem conduzir qualquer quantidade de carga consigo.



Horta em Bauk Htaw, vendo-se ao fundo o trem da "linha circular" - Foto: George O'Shea

Esse é o meio de transporte mais barato para os produtores, como se percebe pelo grande número deles utilizando essa linha, principalmente em torno do mercado de Tanyingone, localizado na junção da linha circular com outros ramais ferroviários que atendem comunidades ainda mais distantes de Miamar. Essa opção é mais econômica, porém não está acessível para quem vive e produz mais longe das paradas do trem.

Algumas famílias periurbanas preferem colaborar para levar suas colheitas até o mercado e arrendam, em conjunto, um caminhão (ao custo de US\$ 1 por milha) para ir até Yangon. Os

agricultores urbanos não costumam recorrer a esse método já que não têm muita relação entre si e seu acesso aos mercados é mais fácil. Esse método colaborativo significa margens maiores para os produtores periurbanos que o adotam (algumas vezes 40% a mais, dependendo do produto).

Porém a falta de conhecimento sobre os melhores lugares para vender e onde conseguir os melhores preços, além do tempo gasto na cidade (e não na área de produção) e o desgaste de ter de transportar de volta (ou abandonar) o que não foi vendido, são pontos importantes a considerar pelos produtores periurbanos.



Levando banana para o mercado de Thiri Mingala Foto: George O'Shea

Outros recorrem a um intermediário "local", que visita várias áreas urbanas e periurbanas e compra os produtos para transportar e vender em algum mercado próximo. Ao vender a um intermediário, o produtor não precisa viajar até o mercado, economizando tempo, embora o preço obtido desse comprador (o valor pago na "porta do sítio") seja menor do que no mercado. A cada manhã, esses intermediários de Yangon recolhem grandes quantidades de hortaliças, de áreas que estão de 20 a 250 km da cidade, e as dividem em volumes menores (próprios para o varejo e o consumo familiar) que vendem em bancas fora da área formal do mercado. Esses intermediários "trabalham" a sua margem de lucro ao comprarem as hortaliças muito barato e vendê-las sem pagar a taxa exigida para quem vende dentro da área oficial do mercado. Eles desempenham um papel importante para os produtores periurbanos, que cultivam áreas maiores, dependem muito do seu trabalho agrícola, e têm mais dificuldades para transportar seus produtos até o mercado. Para os produtores urbanos, por sua maior proximidade aos mercados (e melhor acesso à infraestrutura e transporte), esses intermediários não são tão importantes.

Além dos intermediários "locais", existem os intermediários "regionais", que têm maior acesso aos mercados por causa de sua capacidade para comprar dos atacadistas ou de grandes fazendeiros. Enquanto que os intermediários locais muitas vezes vão a pé de produtor a produtor (alguns usam bicicletas), os intermediários regionais geralmente têm um veículo ou acesso seguro a um deles.

Eles trabalham em áreas onde viajar requer um investimento significativo em termos de tempo e dinheiro, por causa da pouca infraestrutura. Quando um produtor periurbano alcança um certo padrão de qualidade ou determinado tamanho da colheita, ele atrai a atenção de algum intermediário regional capaz de recolher a produção na área de plantio e explorar as melhores opções de venda. Se os mercados mais próximos não estiverem favoráveis, o intermediário regional leva os produtos até outro mercado atacadista em busca de lucro maior. Embora importantes para os produtores periurbanos, que vivem em áreas com pouca infraestrutura, esses intermediários regionais praticamente não existem na área central de Yangon, sendo sua atuação irrelevante para os produtores urbanos.

Conclusões

Os produtores urbanos, em sua maior parte, vendem seus produtos por si mesmos, já que não têm grandes quantidades de hortaliças para negociar e estão mais perto dos compradores.



Mercado de fim-de-semana perto de Bauk Htaw Foto: George O'Shea

Os produtores periurbanos, com mais produtos para vender, podem fazê-lo para um intermediário local ou regional, ou vender sozinhos ou em grupo – com vantagens e desvantagens como discutido acima.

Embora exista uma cooperativa de vendedores de hortaliças que trabalha para comercializar seus produtos mais amplamente, em supermercados e quitandas menores, existe muita descrença com relação a "cooperativas de produtores" em geral, por causa dos insucessos com este tipo de experiência nos tempos do "socialismo".

O transporte é um fator decisivo para os produtores periurbanos. A falta de infraestrutura apropriada para os produtores frustra os esforços para levar pessoalmente a produção até o mercado. Se a linha circular ou outro transporte barato ficasse disponível para mais produtores ao redor de Yangon, o aumento da renda dos produtores seria significativo. Melhorar o acesso ao mercado dessa maneira também criaria novas oportunidades de geração de renda adicional para os agricultores, já que teriam acesso a novos mercados para a sua produção. E um benefício adicional seria o acesso aumentado, para os consumidores da cidade, a alimentos frescos e baratos.

Uma comparação da agricultura urbana e das cadeias de alimentos curtas em Paris, França, e em Túnis, Tunísia

Saloua Toumi, doutoranda
AgroParisTech-ENSP e
Institut Superior Agronomic Chott-Mariem-Sousse
Roland Vidal
Ecole Nationale Superieure du Paysage de Versailles
(ENSP)
r.vidal@versailles.ecole-paysage.fr

Na agricultura urbana, em geral, a distância entre os produtores e os consumidores é relativamente curta. Uma análise comparativa focando em Paris e em Túnis revelou diferenças significativas nos impactos econômicos, sociais e ambientais dessas cadeias de valor mais curtas. O contexto agroclimático, a organização social e espacial na cidade, e a natureza das cadeias de distribuição influenciam a sustentabilidade dos projetos de agricultura urbana e deveriam ser considerados em seu desenvolvimento.

Distâncias curtas

O conceito de "milhas alimentares" (a distância que o alimento viaja do plantio até a mesa) foi introduzido por pesquisadores ingleses no início dos anos 1990 como um indicador para medir o impacto de diversas cadeias de distribuição.



Produção de pimenta para comercialização na periferia de Soukra - Foto: Saluoa Toumi

A ideia é simples: quanto mais quilômetros um alimento percorre da produção ao consumo, mais contribui para esgotar os combustíveis fósseis e poluir o planeta. Porém, essa ideia simples começou a ser questionada em uma série de estudos (p.ex. Perez-Zapico, 2008) que evidenciou que a "organização logística para distribuir a produção em grandes volumes parece ser um elemento importante na redução do custo energético".

Isso significa que comercializar produtos por meio de canais de distribuição de larga escala pode ser mais eficiente, energeticamente, do que promover cadeias mais curtas que movimentam pequenos volumes de alimentos.

Além disso, vários estudos realizados nos Estados Unidos e na Europa, mostraram que o custo energético depende mais da maneira como o alimento é produzido do que do seu transporte, especialmente quando ele é organizado de modo eficiente.

Esses estudos porém questionam os custos subsidiados da energia que é consumida com o transporte. Outro exemplo interessante é dado pelo DEFRA (2008), que verificou que os tomates produzidos em Londres têm mais impacto ambiental do que os produzidos na Espanha e levados para a capital inglesa – por causa da demanda energética para produzir esse fruto no clima londrino.

Para minimizar o impacto ambiental da produção agrícola é preciso escolher os cultivos mais viáveis para as condições agroclimáticas do lugar da produção. Nas palavras do pesquisador alemão Elmar Schlich (2006), "a ecologia de escala se une à economia de escala".

Portanto, o alimento local nem sempre é a solução (mais) sustentável. Isso é especialmente verdade para as cidades dos países mais desenvolvidos, de clima temperado a frio, onde as condições climáticas e o solo são menos propícios para o cultivo de frutas e hortaliças – os produtos a princípio mais adequados para as cadeias alimentares mais curtas. Para essas cidades, a noção de produção local deve ser estendida até várias centenas de quilômetros ao redor, para poder alcançar o impacto ambiental ótimo desejado.

Mas o que é verdade para a Europa, ao norte, não é verdade para todas as regiões do mundo. A noção de "locávoros" (as pessoas que preferem comer alimentos produzidos localmente)

está se tornando uma tendência que atrai cada vez mais gente em Paris, onde a produção local de hortaliças e frutas é quase totalmente viabilizada pelo apoio oferecido pela comunidade (community supported agriculture – CSA).



Coleta e venda em sítio hortícola de Viltain, em Yvelines Foto: Saloua Toumi

Por outro lado, em Túnis, a agricultura local está cada vez mais ameaçada pela expansão urbana, enquanto que a sua importância não é inteiramente compreendida por seus cidadãos e pelo governo local. Essa forma de agricultura, dominada por hortaliças e frutas, não precisa (diferentemente da produção ao redor de Paris) de qualquer apoio da comunidade para ser economicamente viável.

Além disso, seu balanço ambiental, em uma primeira análise, parece ser significativamente mais positivo, com respeito à sua pegada ecológica, do que o apresentado pela agricultura periurbana de Paris.

Para usar a tipologia de André Torre (2009), podemos dizer que, no caso de Paris, o desejo expresso de seus moradores por cadeias alimentares curtas pode ser atendido pela "proximidade organizada", onde as relações diretas entre produtores e consumidores são relativamente mais importantes do que a distância real entre os locais de produção e consumo.

No caso de Túnis, porém é a "proximidade geográfica" (onde o alimento é de fato produzido perto dos consumidores) que parece ser o fator mais funcional.

O contexto agroclimático

Cadeias de abastecimento alimentar mais curtas, como vimos, geralmente envolvem frutas e hortaliças. Porém esses não são os melhores produtos para se produzir na região de Ile-de-France, onde a terra é mais adequada para o cultivo de grãos. Foi por isso que o desenvolvimento das ferrovias no século XIX (que permitiu o transporte de alimentos por longas distâncias) resultou no desaparecimento da produção de alimentos ao redor de Paris. A produção de hortaliças mudou-se para o vale do rio Loire e para a Bretanha, e as frutas passaram a vir das regiões mais ensolaradas do sul.

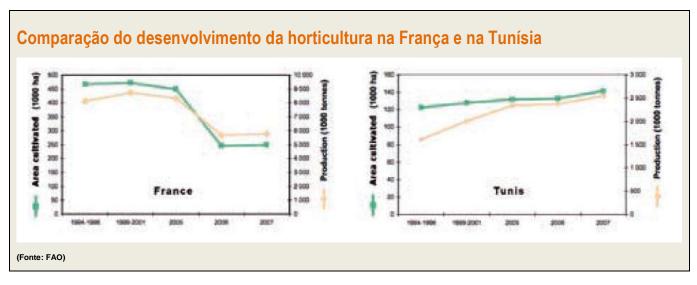
As terras agrícolas nos vales ao redor de Paris foram sendo gradualmente urbanizadas e não sobrou quase nenhuma área produtiva. Portanto, reintroduzir a produção local de hortaliças e frutas na área de Paris não pode ser feito sem custos econômicos e ecológicos significativos.

Túnis, ao contrário, está localizada no centro de uma planície que ainda é dominada pela produção de hortaliças e frutas e é uma das mais produtivas regiões hortícolas do país. Apesar da rápida expansão urbana, que se acelerou desde a independência, a agricultura em Túnis ainda contribui para abastecer a cidade com alimentos perecíveis frescos. A agricultura urbana no centro e na periferia da cidade abastece boa parte das prateleiras e bancas das quitandas, feiras e pequenos mercados locais e das cestas dos vendedores ambulantes.

Mas a agricultura está constantemente ameaçada pelo crescimento da cidade, que vai causando a fragmentação das áreas agrícolas. Essa fragmentação vai inviabilizando atividades como o cultivo de frutas, que dificilmente é lucrativo em áreas com menos de três hectares. A produção de hortaliças, em contraste com a situação em Paris, ainda é bem desenvolvida.

De modo geral, podemos afirmar que, por essas razões, as cadeias curtas baseadas na produção local de hortaliças e frutas dificilmente são viáveis em Ile-de-France, e na França como um todo, onde a produção de hortaliças está decrescendo (ver diagrama). Por outro lado, elas têm lugar na Tunísia, e seu desenvolvimento seria estimulado se essas cadeias fossem levadas em conta no planejamento urbano.

Porém isso não quer dizer que produção de hortaliças local ou urbana não deva ser apoiada em Paris. Ela tem um papel a desempenhar, por exemplo, no contexto da necessidade de manter áreas verdes e produtivas dentro e ao redor da cidade, e a necessidade de promover usos multifuncionais da terra (p.ex. combinando agricultura com armazenamento de água, recreação, educação ambiental), mas sempre promovendo o uso da terra de acordo com a sua vocação agronômica.



Proximidade entre consumidores e produtores: cadeias curtas, mas a que preço?

Estudos comparativos conduzidos por vários anos pelo Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes (CTIFL) mostram que, na França, os preços por produtos frescos são mais altos nos mercados locais do que nos supermercados. Isso não se reflete, porém, em muitas pesquisas e relatórios sobre os hábitos alimentares, que falham em mostrar que as preferências dos consumidores podem ser inconsistentes com as práticas de compras.

A inconsistência: os respondentes frequentemente declaram que preferem os produtos agrícolas locais, comprados no mercado do bairro ou no local de plantio; porém recentemente o preço tem sido a sua maior preocupação, e eles acabam comprando os produtos em super e hipermercados – e nas bancas de promoções que oferecem descontos – mesmo que isso signifique algum sacrifício na qualidade.

Isso deixa os produtores locais com a única opção de vender suas colheitas somente para os clientes mais ricos e dispostos a usar outros critérios que não apenas o preço. Essa clientela é encontrada no centro de Paris, e participa de várias formas de cadeias alimentares curtas. Como as cestas de hortaliças e outras formas de agricultura apoiada pela comunidade (como as praticadas pela *Association pour le maintien d'une agriculture paysanne* - AMAP). Eles podem fazer isso por que estão interessados na preservação de variedades antigas e raras de frutas e hortaliças, ou por que querem apoiar e manter a agricultura local. As iniciativas de produção subsidiada por quem pode mais, para que os produtos cheguem mais baratos a quem pode menos, como em Chicago, por exemplo, onde os produtos locais são vendidos mais caros aos mais ricos e mais baratos aos mais pobres, são muito raras em Paris.

Porém a consequência dessa situação é que o desejo por proximidade é de fato traduzido em uma desconexão entre os locais de produção (que acontece em subúrbios distantes) e o consumo (que se dá no centro da cidade).

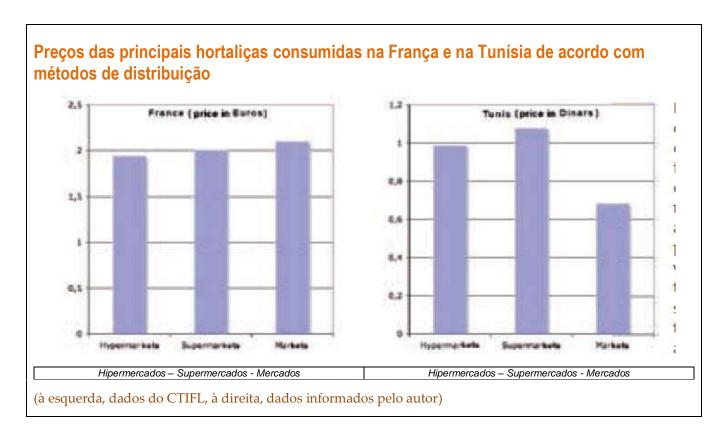
As distâncias percorridas, no trânsito urbano, por pequenos caminhões que retornam vazios, resultam em custos energéticos maiores do que aqueles consumidos por um produtor no vale do Loire abastecendo o mercado atacadista de Les Halles de Rungis ou os hipermercados, que compram grandes volumes de vários produtos e os transportam em grandes caminhões.

A diferença em custo energético torna-se ainda maior quando os próprios consumidores vão de carro até o local de produção para comprar a sua comida.

Na Tunísia, ocorre o contrário, pois a distribuição via cadeias curtas é uma prática tradicional ainda em uso e amplamente difundida. De acordo com os dados que colhemos na Grande Túnis, os preços das frutas e hortaliças são muito mais baratos nos mercados locais e bancas nas vizinhanças, em grande parte abastecidos pelos produtores periurbanos, do que nos supermercados. As pessoas mais pobres vivem nos subúrbios, por isso as pessoas mais interessadas em comprar alimentos baratos vivem perto de onde eles são produzidos. Isso resulta em uma proximidade natural e geográfica entre produtores e consumidores, e em equilíbrio ambiental mais positivo do que ocorre na França.

Foto: Roland Vidal

A produção de alimentos é fundamentalmente uma atividade educativa -



Conclusões

A demanda pela agricultura local nas regiões urbanas da Europa vem principalmente dos moradores que não estão familiarizados geralmente com as realidades econômicas da produção agrícola (Vidal e Fleury, 2009). As cadeias de valor mais curtas são defendidas do ponto de vista da gestão das áreas periurbanas, embora – na visão dos autores – elas não atendam nem os requisitos de uma política alimentar sustentável, nem as exigências para otimizar o impacto ambiental da agricultura. Ao mesmo tempo, as cadeias curtas em Túnis representam uma forma de distribuição que está ancorada na economia local e nos hábitos dos moradores urbanos em geral. Mesmo assim, Túnis está perdendo aos poucos a sua agricultura local conforme avança o processo descontrolado da urbanização.

Nos casos apresentados aqui, temos dois tipos completamente diferentes de cadeias de alimentos curtas. No caso da França, estamos falando da produção local de alimentos que a comunidade pretende apoiar, mas que na verdade só é apoiada por uma parcela mais rica e bem minoritária. Essa forma de produção e comercialização de

frutas e hortaliças cobre apenas pequena parcela da área agrícola e apenas abastece uma pequena fração da população (esse mercado representa apenas 3% das frutas e hortaliças consumidas na França). Por outro lado, na Tunísia, estamos falando de uma forma de distribuição existente, que é gerida para manter seu lugar no mercado e alcançar uma ampla parcela da população.

A viabilidade de cadeias curtas, em ambos os casos, depende das condições agroeconômicas e climáticas nas quais elas operam.



Plantio commercial perto de Soukra (Grande Túnis)- Foto: Roland Vidal

Referências

- Perez-Zapico, B. (2008) FRCIVAM Bretagne Programmes SALT/CREPE
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs) (2008) Comparative life-cycle assessment of food commodities procured for UK consumption through a diversity of supply chains, London, UK http://defra.gov.uk/
- Schlich, E., Biegler, L., Hardtert, B., Luz, M., Schröder, S., Schoeber, J., Winnebeck, S. (2006) "La consommation d'énergie finale des différents produits alimentaires, un essai de comparaison". Courrier de l'Environnement de l'INRA 53, 111-120.
- Torre, A. (2009) "Retour sur la notion de proximité géographique". *Géographie, Economie, Société,* vol. 11, n°1, 63-74
- Vidal, R. and Fleury, A. (2009) "La place de l'agriculture dans la métropole verte. Nostalgies, utopies et réalités dans l'aménagement des territoires aux franges urbaines". Revue *Projets de paysage*, ENSP http://projetsdepaysage.fr

Formas inovadoras de desenvolvimento de cadeias de valor para a agricultura (peri) urbana na Itália central

Giulia Giacchè ggiulia@hotmail.com André Fleury danfleury2@wanadoo.fr

Historicamente, a agricultura na região da Úmbria, situada no centro da Itália, baseava-se no compartilhamento das colheitas. Os latifúndios eram divididos em áreas menores para corresponder à capacidade de trabalho das famílias camponesas que os habitavam, e a produção era dividida entre essas famílias trabalhadoras e o proprietário das terras.

Os principais sistemas agrícolas incluíam cultivos arbóreos (vinhedos e olivais) e de cereais, bem como a criação de gado (vacum). Esse tipo de agricultura mudou dramaticamente a partir de 1950, afetando igualmente as famílias (os jovens migraram para as cidades) e a organização dos trabalhos agrícolas (em termos de produção e comercialização).

Além disso, a maior parte dos agricultores da Úmbria está envelhecendo, e cada vez menos deles têm capacidade para lidar com as mudanças necessárias para diversificar suas operações agrícolas. E aqueles que foram capazes de diversificar seus rendimentos, o fizeram quase sempre em atividades alheias à agricultura.

Porém recentemente vários agricultores começaram a agregar valor a seus produtos agrícolas, objetivando atender nichos específicos do mercado urbano – focando na demanda por "produtos locais" e estabelecendo uma relação direta com os consumidores.

Alguns produtores herdaram vinhedos e/ou olivais e desenvolveram um negócio de exportação principalmente para a América do Norte. Enfrentando intensa competição da parte de outros produtores, especialmente latinoamericanos, passaram a buscar a valorização de seus produtos enfatizando suas origens e o cenário agrário tradicional.

Eles compreenderam que uma área rural pode ter seus produtos valorizados através do estabelecimento de uma relação entre um grupo social (visitantes e compradores) e os produtos agrícolas típicos da região (no caso, uvas, azeitonas, vinhos e azeites). Por exemplo: a família Lungarotti, que possui uma fazenda em Torgiano, criou um Museu do Vinho e um Museu do Óleo de Oliva, com a específica finalidade de contribuir para uma imagem atraente para a região da Úmbria e para os seus produtos agrícolas. Muitos exemplos parecidos existem ao redor do mundo.

Outra forma de desenvolvimento de cadeias de valor refere-se ao financiamento interno que surge entre produtores e consumidores. Ainda existem redes que ligam a cidade e o campo, que incluem práticas tradicionais de troca (serviços e produtos urbanos por vinho ou azeite).

Outro exemplo dessa colaboração: um produtor que possui um olival localizado em uma colina vizinha à Basílica de São Francisco de Assis oferece aos seus consumidores a possibilidade de "adotar uma oliveira", pagando adiantadamente e recebendo, na época prevista, uma boa quantidade de azeite ou de azeitonas.

Além disso, os "padrinhos" têm o direito exclusivo de fazer piqueniques à sombra da "sua" oliveira centenária, em um processo que não só agrega valor ao produto, mas também incentiva o agroturismo.

Hoje, o rápido desenvolvimento do turismo e o reconhecimento da cidade e da paisagem agrária da Úmbria como uma "herança-patrimônio da humanidade", pela UNESCO, oferecem novas oportunidades para Assis. Os objetivos estratégicos da UNESCO incluem a agricultura como um elo vital em seus projetos de desenvolvimento cultural e turístico.

Essas novas abordagens, desenvolvidas pelos produtores, podem modelar um novo tipo de agricultura local, baseada em novas possibilidades e na economia real. As políticas públicas locais de apoio à agricultura também estão se movendo nessa direção, mas ainda falham por se basearem em uma compreensão ultrapassada sobre a identidade específica de Assis. As instituições envolvidas focam mais no papel da agricultura na preservação da paisagem do que no aspecto produtivo dela. Porém não faz mais sentido proteger meramente a paisagem rural sem considerar todas as relações envolvidas. Para preservar a paisagem, é fundamental pensar em como desenvolver os seus aspectos socioeconômicos.

Desenvolvimento da cadeia de valor do abacate no Vietnã

Sigrid Wertheim-Heck,
P. Quaedackers,
Nguyen Trung Anh,
Siebe van Wijk
sigrid.wertheim@freshstudio.biz

O rápido desenvolvimento econômico, a urbanização acelerada e a elevação dos níveis de renda no Vietnã representam um grande potencial para a superação da pobreza, ao abrir novas oportunidades de mercado e geração de renda para os pequenos agricultores, negociantes e varejistas. Este artigo descreve o processo de desenvolvimento da cadeia de valor do abacate, envolvendo todos os seus atores.

O projeto

Dak Lak, uma província no planalto central do Vietnã, é uma importante área produtora de café. Muitas minorias étnicas pobres estão envolvidas no cultivo dessa planta. Sua dependência ao cultivo do café numa época de preços decrescentes tornou a diversificação da renda uma necessidade urgente. A área de Dak Lak também é conhecida por produzir os melhores abacates do Vietnã.

Produtor de abacate participante do projeto em Dakado Foto: Fresh Studio Innovations Asia

Como os abacates são plantados em meio às lavouras de café (para lhes fornecer sombreamento e proteger do vento), e por que a demanda pela fruta vem crescendo, o abacate foi definido como um produto potencial para diversificar o setor agrícola de Dak Lak,



geralmente dominado pela cultura cafeeira. O abacate também foi considerado a melhor opção por causa de seu alto valor nutritivo e seu potencial para enriquecer a dieta dos pobres nas comunidades rurais locais, principalmente das crianças. Essa escolha do produto foi feita em cooperação com instituições de pesquisa e agricultores locais.

O plano da intervenção pretendeu criar uma cadeia de valor profissional para o abacate, no qual os diferentes atores cooperam para fornecer, de modo consistente, abacates de qualidade para os canais de venda urbanos por todo o Vietnã. Foram definidos seus objetivos: (1) criar uma cadeia profissional para o abacate; (2) aumentar o conhecimento do público e a demanda por abacate (o abacate é uma fruta relativamente desconhecida no país, e os consumidores não estão familiarizados com seus usos e valores nutricionais); e (3) desenvolver uma marca que refletisse a alta qualidade de seu abacate.

Análise participativa da cadeia de valores

O projeto começou com uma cuidadosa análise da cadeia, incorporando as ideias e opiniões de todos os atores sobre o comércio do abacate. Além de aumentar a compreensão sobre o setor do abacate em Dak Lak, essa análise objetivou identificar os principais atores na cadeia de abastecimento da fruta; criar uma visão em comum entre os atores sobre o seu desenvolvimento; construir relações com os canais de venda urbanos; e desenvolver um plano de intervenção. Para aprender e entender melhor toda a cadeia, uma amostra de abacates foi literalmente seguida desde o momento da colheita até a entrega ao consumidor final. Essa demonstração ao vivo do trajeto produziu uma compreensão mais clara, para todos os atores, quanto à sua interdependência. Todas as informações coletadas foram documentadas, compartilhadas e validadas pelos diferentes subgrupos.

Uma parte importante da análise foi a reunião dos atores, onde as conclusões foram discutidas com mais de 60 participantes da cadeia do abacate. A participação de muitos representantes do setor privado foi essencial, e o envolvimento dos agentes atacadistas e varejistas foi especialmente importante: significou que seu papel e necessidades foram reconhecidos, e tornou claro que o projeto tinha uma forte perspectiva comercial. Os resultados dessa reunião com os atores foram a concordância sobre a necessidade de se promover mais o consumo da fruta pela população e a encomenda de um grande carregamento de abacate pela maior rede de supermercados vietnamita, o Saigon CO.OP Mart, a um dos atacadistas participantes.

Os atores da cadeia do abacate

Tradicionalmente, os projetos de desenvolvimento rural focam nos produtores, já que eles são vistos como as peças-chave para a melhoria da qualidade dos produtos. Porém no setor abacateiro do Vietnã, os produtores têm um interesse inicial limitado no cultivo da fruta. O "produtor de abacate" típico é na verdade um cafeicultor, e tem apenas algumas poucos abacateiros (entre 5 e 100), usados principalmente como quebravento ao redor das lavouras. Embora a grande maioria dos produtores entrevistados espere que a demanda por abacate venha a crescer nos próximos anos, apenas poucos deles haviam feito investimentos e esforços sérios para criar pomares de abacates. Isso aconteceu em parte por que os agricultores não têm suficientes informações sobre o mercado e dependem de compradores-recolhedores, já que seu volume de produção é muito pequeno para permitir uma relação direta com um negociante atacadista.

Esses recolhedores compram abacates de vários produtores, mas também negociam outros produtos. Eles recolhem o abacate diante pagamento (por quilo ou por uma taxa valendo para toda a carga da árvore), ou por meio de um sistema de depósito antecipado (o pagamento antes da colheita, às vezes um ano antes). Esse último sistema é usado para árvores que produzem abacates de boa qualidade ou que produzem fora da temporada. Desse modo, os compradores vão criando uma espécie de cadastro dos melhores abacateiros da região.

Esses recolhedores da produção informaram que a falta de capital de giro para fazerem suas compras antecipadas era um problema. Também mencionaram sua falta de informações sobre o mercado, especialmente do mercado consumidor. Além disso, os pesquisadores verificaram o impacto negativo do manuseio inadequado da fruta durante a colheita e o transporte como um problema para a sua qualidade na hora de vender.

Os negociantes lidam diariamente com os recolhedores. Durante a estação principal, os grandes negociantes chegam a comprar abacates de 50 recolhedores diferentes em um único dia, comprando à vista sem contratos prefixados. Muitos desses negociantes mencionaram que dependem de suas boas relações com os recolhedores. Isso é importante, por exemplo, para garantir que eles estarão abastecidos mesmo nos períodos de escassez da fruta. Recolhedores bons e regulares nunca têm sua oferta da fruta recusada, mesmo quando os negociantes já compraram bastante para o dia. Reciprocamente, os recolhedores dependem dos negociantes para obter preços de mercado melhores e mais estáveis.

Esses negociantes veem a falta de consistência na qualidade e no volume das frutas fornecidas pelos recolhedores, a sensibilidade da demanda com relação ao clima, e a falta de relação direta com os canais de venda urbanos como os principais entraves para o futuro desenvolvimento do setor.



Abacates de qualidade premium à venda num supermercado de uma grande rede Foto: Fresh Studio Innovations Asia

Os negociantes que lidam com ambos os lados (o agrícola e o comercial) do setor abacateiro foram considerados como os mais bem orientados com relação ao mercado dessa fruta.

Portanto foi consenso que o desenvolvimento da cadeia de valor do abacate deveria começar por esses atores. O negociante cria acesso ao mercado, o que beneficia os produtores e os recolhedores, e representa um incentivo para a melhoria da qualidade do produto. Além disso, os produtores e os recolhedores ainda precisam desenvolver uma perspectiva própria com relação ao mercado se quiserem melhorar seu papel na cadeia do abacate.

Como o abacate é relativamente novo no Vietnã, e os consumidores ainda não estão muito familiarizados com o produto, os varejistas estavam a princípio hesitantes quanto a vender frutas de alta qualidade e mais caras. Para convencê-los, foi desenvolvida uma estratégia de diversificação da produção, que consistia em vender abacates mais baratos, em grande quantidade, e outros, melhores e em menor número, mais caros. Essa estratégia minimizou os riscos e forneceu uma oportunidade para os comerciantes também venderem seu estoque de abacates que não preenchia os requisitos de qualidade da marca DAKADO.

A empresa de consultoria agrícola Fresh Studio sugeriu uma proposta de preço que permitiu a todos os atores terem uma margem muito boa se atendessem as especificações de qualidade. Isso significou que o sucesso de vendas seria um incentivo para todos os atores da cadeia.

Desenvolvendo a cadeia

Uma empresa, capaz de organizar e desenvolver atividades na cadeia de valor, acabou tornando-se o ator-líder do processo. A estratégia de intensificação gradual assegurava que todos os atores interessados pudessem participar do processo, mas também assegurava que apenas os atores mais sérios participassem dos negócios – um cuidado vital para o sucesso sustentável do empreendimento. Apenas dois entre os quinze negociantes se interessaram bastante para participar ativamente no projeto, e no final apenas um negociante estava disposto a assumir os riscos de investir nele. Várias reuniões foram organizadas com os recolhedores ligados a esse negociante, e no final onze deles estavam dispostos a participar da cadeia e seguir as especificações do produto e os procedimentos do trabalho. Envolver os agricultores na cadeia de valor foi um desafio, já que a maior parte deles não tinha ainda investido tempo nem dinheiro na produção de abacate, ao mesmo tempo em que as relações reguladas por contratos constituíam uma maneira completamente nova de fazer negócios para produtores e negociantes.

Incorporando a perspectiva do consumidor

Após uma rápida pesquisa de estudos e diagnósticos, observações nos pontos de venda e entrevistas com consumidores e com supermercados, a campanha de divulgação "Descubra a Mágica" foi desenvolvida. Essa campanha objetivava informar os consumidores sobre as virtudes do abacate, e persuadi-los a experimentar a fruta e a comprá-la regularmente. Além disso, a campanha foi um instrumento de pesquisa, para aumentar a compreensão com relação ao que sabe o consumidor sobre a fruta e como a percebe, sobre o consumo da fruta e o impacto da comunicação nos pontos de venda. Os resultados foram compartilhados com todos os participantes para guiar o desenvolvimento do produto voltado para a demanda, e usados para criar uma marca diferenciada para o produto: DAKADO (La DAK avogADO).

No sítio www.dakado.vn os consumidores podem obter informações sobre o produto e a marca, e também são convidados a compartilhar suas experiências e ideias.

Abordagem passo-a-passo

O sucesso e a sustentabilidade desse projeto se devem ao fato de que o desenvolvimento da cadeia de valor incluiu todos os atores e foi desenhada por uma abordagem do tipo "projete-e-experimente". Iniciativas menores serviam de piloto e forneciam "casos demonstrativos" para criar confiança entre os produtores, recolhedores, negociantes e consumidores. Por exemplo, as etapas percorridas na fase de localizar produtores de abacate foram as seguintes:

1) A criação de um produto homogêneo (2007): O setor era dominado por abacateiros espalhados em lavouras de café, e havia muitas variedades da fruta em oferta no mercado.

O negociante selecionou e graduou os abacates de melhor qualidade para serem empacotados em lotes homogêneos.

2) Programa de inventário de árvores (2007-2008): A criação de lotes homogêneos provou-se um grande sucesso de mercado, e os canais de venda urbanos tornaram-se ansiosos para dispor de mais produtos. Inicialmente, os negociantes tinham dificuldade para atender as ordens por que não tinham muita informação sobre o dia-a-dia do fornecimento da fruta. Como resultado, ora havia abacate demais ofertado, ora havia de menos. A solução foi criada compilando-se um banco de dados que armazena informações de cada abacateiro, como a sua localização, o ano do plantio, a qualidade da fruta, a época da colheita e a produtividade.



Informações sobre mais de 5.000 abacateiros espalhados por sete distritos da província de Dak Lak estão reunidas, armazenadas e disponibilizadas para todos os parceiros do projeto. Agora é possível localizar abacate para comprar e vender durante todo o ano; os negociantes locais podem cooperar ativamente com os produtores e os compradores-recolhedores no desenvolvimento de planos de coleta que satisfaçam a demanda do mercado, e informar os mercados, com muita antecedência, sobre os volumes de abacate que estarão disponíveis.

Poster divulgando a marca Dakado Foto: Fresh Studio Innovations Asia

3) A integração dos produtores (2008): Os produtores nunca tinham investido tempo nem dinheiro na produção de abacate, e as relações baseadas em contratos precisavam ser desenvolvidas com base no acesso apropriado a informações do mercado, para evidenciar o potencial de sua produção e estimular a participação.

Treinamento, disseminação e troca de conhecimentos entre os vários atores também fizeram parte do processo de desenvolvimento da cadeia de valor. Os atores começaram a mostrar um interesse real em se tornar parte desse sistema depois que a cadeia se revelou bem sucedida em pequena escala.

Resultados

O projeto de dois anos terminou em 2008 e resultou na primeira cadeia de valor de fruta no Vietnã que prosseguiu além do período financiado por um doador. Os cinco ingredientes para o seu sucesso foram:

1. Análise participativa da cadeia de valor e seleção dos parceiros.

Um foco além dos produtores: os compradores locais e os negociantes provaram ser as principais influências para garantir maior qualidade para o produto, e o envolvimento dos varejistas também se revelou crucial.



Atores da cadeia do abacate visitando um produtor Foto: Fresh Studio Innovations Asia

- 2. **A identificação de um negociante tradicional** com mais visão e seu desejo de investir como "empresa líder" na organização da cadeia e no controle da qualidade.
- 3. A incorporação dos consumidores como parceiros na cadeia de valor.
- 4. **A abordagem passo-a-passo** do projeto, com objetivos realistas e alcançáveis, e pequenos pilotos para ganhar confiança entre os parceiros do projeto.
- 5. **Foco em toda a cadeia:** focar apenas nos produtores nem sempre é a melhor abordagem. É importante compreender melhor a dinâmica de toda a cadeia, já que o objetivo a longo prazo é criar um negócio que seja benéfico para todos os atores.

Os parceiros da cadeia tiveram sucesso em criar a primeira fruta *rastreável* no Vietnã, o abacate comercializado sob a marca DAKADO®, que permite obter preços *premium* de 40% acima do abacate "genérico" (de menor qualidade), para cobrir os custos de produção e permitir lucro maior para todos os atores (desde o produtor até o varejista). O fato de os consumidores estarem dispostos a pagar mais por frutas de alta qualidade despertou os varejistas modernos do Vietnã, pois até então achavam que os consumidores vietnamitas eram, antes de tudo, atentos aos preços mais baixos e mais nada.

As vendas de abacate DAKADO® aumentou de 17 toneladas em 2007 para 71 toneladas em 2009, mas a demanda pelo abacate de menor qualidade também aumentou, de 92 toneladas em 2007 para 171 toneladas em 2009, oferecendo outras oportunidades de comercialização para produtores e recolhedores além da cadeia DAKADO. Os produtores começaram a investir na produção de abacate e o negociante tradicional comprou um caminhão e construiu o primeiro armazém especializado para estocar abacate no Vietnã.

O projeto iniciou o desenvolvimento de um setor profissional dedicado ao abacate que se tornou um motor para o crescimento econômico rural. O foco na qualidade mais do que na quantidade resultou em um negócio que prospera rapidamente. O negociante local assinou contratos de cooperação com 100 produtores e juntos eles criaram a primeira Associação de Abacatecultores do Vietnã.

Sigrid Wertheim-Heck Wageningen University The Environmental Policy Group, Holanda

Notas

¹ Este artigo baseia-se no relatório da pesquisa "O Abacate no Vietnã: desenvolvimento de cadeia de valor além do apoio do doador", apresentada na Conferência Internacional sobre Gestão de Cadeias e Redes" realizada em Wageningen, Holanda, 2010. Descreve os resultados de projeto financiado pelo Ministério para a Cooperação e Desenvolvimento da Alemanha, e pela GTZ, e executado pelo Centre for Science and Technology Application (CSTA), Western Agriculture Science Institute (WASI), Department of Science and Technology of Dak Lak (DOSTE) e pela firma de consultoria agrícola Fresh Studio Innovations Asia Ltd.

A "Aliança para Aprender" no fortalecimento da cadeia de valor: o caso da Cooperativa de Burka Gudina na Etiópia

Wim Goris
wgoris@agri-profocus.nl
John Belt
j.belt@kit.nl

A Aliança para Aprender (Learning Alliance - LA) é um projeto do tipo "aprenda-fazendo" para o desenvolvimento de cadeias de valor iniciado pelos membros da rede Agri-ProFocus ("): ICCO, SNV, KIT, Cordaid e Agriterra. A LA está organizada em grupos locais, formados por organizações de produtores e ONGs que já têm relações de trabalho. Na Aliança para Aprender etíope, dezoito organizações de produtores aperfeiçoaram o seu negócio e melhoraram a sua posição na cadeia de valor do mercado por meio de um ciclo que incluiu oficinas, práticas no campo e visitas de especialistas coordenadas pela equipe da ICCO, SNV e pelos parceiros locais da IIRR e FFARM.

Desafios para os produtores etíopes

Os pequenos agricultores etíopes estão organizados em cooperativas e bancos de sementes com o apoio do governo do país, de provedores de serviços e agências doadoras. Muitas dessas organizações de produtores têm desenvolvido suas capacidades básicas em técnicas organizacionais e de negociação, mas enfrentam o desafio de melhorar a sua capacidade de comercialização e desenvolvimento de cadeias de valor. Algumas capacidades críticas que essas organizações precisam desenvolver são:

- Produção orientada para o mercado;
- Garantia de qualidade e logística;
- Construção de parcerias com outros atores da cadeia de valor;
- Habilidades de gerenciamento;
- Habilidades para criar planos de negócios que permitam financiamento bancário.

Produtores da União Cooperativa de Burka Gudina com técnico do CDI.

Aprender-fazendo

Cada um desses grupos da Aliança escolheu um produto para os propósitos de aprendizado com base em seu potencial no mercado.

A abordagem segue as quatro fases do desenvolvimento de cadeias de valor: mapear e levantar a cadeia de valor; construir um envolvimento entre os atores da cadeia; incrementar a cadeia; e monitorar e avaliar. Essas fases correspondem aos tópicos das oficinas, dos compromissos práticos e do acompanhamento dos resultados.

O projeto na Etiópia começou em novembro de 2007 com uma oficina inaugural. Durante os três primeiros anos, outras oficinas foram organizadas sobre: "mapeando a cadeia" (novembro de 2007); "fortalecendo os atores" (junho de 2008); "finanças e serviços" (fevereiro de 2009); e "planejamento de negócios" (setembro de 2009). Após cada uma delas, todos os dezoito grupos completaram tarefas de preparação para a oficina seguinte. Na última oficina (fevereiro de 2010), um concurso de planos de negócio foi realizado e as lições aprendidas foram documentadas.

O processo de aprendizado é baseado na prática por integrar o treinamento e as atividades produtivas em uma espiral contínua de evolução, aprendendo, aplicando e refletindo. O acompanhamento técnico das ações desenvolvidas entre as oficinas revelou-se uma intervenção poderosa.

Desenho esquemático da cadeia de valor da Aliança para Aprender da Etiópia



Resultados

Várias mudanças foram observadas na atitude empresarial; o nível de confiança das organizações de produtores aumentou e elas agora estão atentas para as novas oportunidades de negócios. O planejamento dos negócios continua melhorando, particularmente onde as parcerias já estão estabelecidas.

As relações de trabalho entre os produtores e as ONGs também mudaram: agora há mais foco para apoiar os produtores como atores da cadeia de valor. Os membros da Agri-ProFocus têm aplicado a abordagem da Aliança para Aprender em Ruanda (grupos de agronegociantes), na Etiópia (grupos de criadores para a comercialização de gado) e em Zâmbia (serviços financeiros). As lições aprendidas estão sendo documentadas e disponibilizadas por meio de um boletim publicado regularmente.

CASO

Desenvolvimento da produção cooperativada de feijão em Burka Gudina

A Burka Gudina é uma organização de produtores voltada para a comercialização localizada perto da cidade de Shashemene (93.000 habitantes), a 200 km ao sul de Nazareth, na Etiópia central. Ela e outras quatro organizações similares formam um agrupamento de associações de produtores voltadas para a comercialização de produtos que reune 899 membros, sendo 109 mulheres, que vendem e compram milho, feijão-branco e outros, cultivados por seus integrantes.

Essas organizações já estavam colaborando com o Centro de Iniciativas para o Desenvolvimento (Centre for Development Initiatives - CDI) em Shashamene quando ingressaram na Aliança para Aprender. Juntas, escolheram o feijão-branco como o seu produto-piloto por seu potencial para melhorar a renda. Para a Burka Gudina, esse era um produto novo, mas muitos produtores das outras associações já tinham experiências positivas com o cultivo do feijão-branco.

Análise

No primeiro encontro, os produtores analisaram a cadeia do feijão-branco desde o produtor até o consumidor. Entrevistaram outros produtores independentes da cooperativa, um comprador local de Shalla, um grande comerciante em Shashamene e um negociante exportador em Nazareth. Os produtores identificaram os preços de compra e venda praticados por cada ator da cadeia e aprenderam sobre os problemas dos comerciantes relacionados com a baixa qualidade do produto (causados por impurezas, alto grau de umidade e tamanho pequeno dos grãos). O exportador discutiu com os produtores e disse que estava interessado em comprar diretamente da Burka Gudina se a associação pudesse limpar melhor os grãos e garantir a qualidade para entrega em Nazareth.

Análise do preço de custo

Na segunda tarefa designada para os produtores, sobre o cálculo do preço de custo, o agrupamento usou informações fornecidas pelas organizações de produtores que já produziam feijão-branco. O principal problema foi o volume negociado; apenas 11% (150 sacas) da produção dos membros era escoada com a ajuda de alguma organização.

Produção para o mercado

Em maio de 2008, os membros das cinco cooperativas começaram a plantar feijão-branco. Eles levantaram um crédito junto ao Banco Cooperativo de Oromiya, e receberam 300 sacas de sementes melhoradas do exportador. As colheitas de feijão-branco em novembro foram boas (em média 26 sacas/ha). Os produtores trouxeram os feijões para Nazareth, onde o exportador comprou 2467 sacas e rejeitou outras 243 (por causa da alta umidade, resultado das chuvas na época do cultivo). Isso tornou as cooperativas de produtores relutantes em comprar mais feijão dos produtores e trazê-lo para ser rejeitado em Nazareth.

Além disso, o exportador cobrou 360 sacas de sementes como pagamento pelas sementes melhoradas que fornecera. Um grande número de produtores perdeu suas safras por causa de enchentes e precisou pagar pelas sementes para o próximo plantio. Mesmo assim, o resultado final foi positivo. O exportador ficou satisfeito por que 97% das sacas compradas atenderam ao padrão de qualidade para exportação. E as organizações de produtores provaram que podem manejar a logística e assegurar bons preços para os seus associados.

As cinco cooperativas produziram um lucro líquido de Birr 4.000.000 (resultante de todas as atividades incluindo as transações com feijão-branco, milho e transporte) e distribuíram cerca de 70% dos dividendos entre os seus membros.

Uma cadeia de parceiros

Em agosto de 2009, as cinco organizações de produtores, mais representantes do CDI e o exportador, se reuniram para planejar o plantio da próxima safra. Foram feitos os seguintes acordos:

Os produtores de Burka Gudina deverão:

- Manter seus paióis limpos
- Controlar e manter a qualidade de seu produto
- Ajustar seu preço de venda com base nos preços praticados no mercado
- Garantir que os membros paguem o empréstimo em sementes
- Garantir que os preços de compra e custos relacionados com as transações sejam adequadamente determinados e monitorados.
- A companhia exportadora deverá:
- Prover um aconselhamento técnico sobre armazenagem de grãos
- Verificar a produção antes que seja carregada nos caminhões
- Fornecer as sementes da safra seguinte
- Fornecer recursos financeiros para a compra de insumos (sementes melhoradas)
- Oferecer informações sobre o preço de venda do produto
- A instituição provedora de serviços CDI deverá:
- Oferecer um treinamento de reforço sobre qualidade da produção
- Oferecer aos produtores treinamento sobre colheita e práticas de pós-colheita
- Fazer esforços para fortalecer a relação entre os produtores e os exportadores
- Oferecer outros tipos de treinamento para os membros das associações de produtores.

Os resultados para a Burka Gudina

Esse agrupamento faturou o prêmio de € 6.000 no concurso promovido pela Aliança para Aprender pela melhor estratégia de financiamento. Seu objetivo foi investir o prêmio em equipamento para limpar os grãos e controlar a umidade, de modo a melhorar a qualidade do feijão e reduzir as perdas pós-colheita.

Além disso, os produtores e suas organizações estão agora mais confiantes quando negociam com os compradores, pois sabem que podem entregar produtos de boa qualidade e continuar atentos para novas oportunidades de negócios.

As atividades de aprendizado ajudaram os produtores a compreender melhor o ponto-de-vista do exportador e negociar com mais sucesso a sua parceria na cadeia.

Nota

1) A Agri-ProFocus é uma parceria de agências doadoras, instituições de crédito, companhias, e instituições de treinamento e ensino holandesas cujo objetivo é promover o empreendedorismo dos agricultores nos países em desenvolvimento.

Agricultura urbana na Holanda

Apesar do domínio da agricultura de grande escala para exportação, a agricultura urbana ganha popularidade na Holanda. As razões para isso ainda não foram estudadas sistematicamente, mas a crescente insatisfação com o sistema alimentar convencional tem um papel importante. Este artigo analisa diferentes estratégias adotadas por produtores urbanos e considera as implicações da agricultura urbana no planejamento público.

As preocupações incluem os problemas ambientais associados com as cadeias alimentares grandes e distantes (milhas alimentares), a falta de sabor e de diversidade dos alimentos produzidos no sistema convencional, e uma falta generalizada de confiança na comida que vem de cadeias impessoais e de origem anônima (Wiskerke, 2009). Enquanto muitas questões relacionadas com a alimentação tendem a ser definidas como problemas no nível do sistema (por exemplo, as emissões de gases do efeito-estufa), participar da agricultura urbana ou comprar seus produtos oferece às pessoas uma maneira de fazer alguma coisa real com relação às preocupações que têm (Van der Schans, 2010).

Iniciativas de cidadãos promovem a agricultura urbana

Em muitas cidades holandesas surgiram iniciativas de moradores que promovem a regionalização da produção e do consumo dos alimentos. A agricultura urbana é muitas

vezes parte desses programas. Gezonde Gronden (Solo Saudável), em Haia, é uma dessas primeiras iniciativas. Seu objetivo é levar os moradores de areas metropolitanas no oeste da Holanda (incluindo as cidades de Haia, Delft e Roterdã) possam desfrutar de alimentos produ0-zidos no solo fértil de sua própria cidade ou região.



"Árvore" de morango de Jan Robben Foto: Ian Willem van der Schans

Para isso, seus membros organizam atividades como cursos para os moradores urbanos e produtores periurbanos sobre sistemas de produção de alimentos mais sustentáveis (usando métodos de cultivos que fortalecem a capacidade produtiva dos agroecossistemas, sem usar insumos químicos, e fechando os ciclos da água e dos nutrientes.).

Gezonde Gronden tambem tem projetos demonstratives em hortas comunitárias e parques de Haia. Outras cidades holandesas têm iniciativas similares. É interessante notar que essas iniciativas da sociedade civil têm uma visão integrada da agricultura urbana, vendo-a como uma fonte de alimentos frescos e integrais, um mecanismo para reforçar a integração social e a regionalização econômica, e uma estratégia para melhorar a resiliência e a sustentabilidade dos sistemas alimentares metropolitanos.

Apoio político

Recentemente o Ministro da Agricultura da Holanda também passou a apoiar o conceito de agricultura urbana. Numa explicação que consta no documento sobre Alimentação

Sustentável (LNV, 2009), foi destacado o importante papel da produçao urbana ao religar os moradores das cidades com seus alimentos (DePers, 2009).

O Ministério nem considera tanto a produção urbana como um recurso para melhorar o acesso a alimentos frescos, pois, presumivelmente, o sistema alimentar convencional na Holanda é capaz disso.



Horta commercial em Hof van Twello Foto: Gert Jan Jansen

Em vez disso, o foco é sua função simbólica: a agricultura urbana tem o potencial de servir como uma ponte entre os moradores das cidades, crescentemente ignorantes sobre de

onde vêm os alimentos, e os agricultores profissionais das periferias, que se sentem incompreendidos, especialmente quando adotam soluções tecnológicas e de grande escala, na busca da sua sustentabilidade.

Diferentemente dos países desenvolvidos, como os Estados Unidos, não existem desertos alimentares na Holanda; pelo menos não são uma questão na agenda política. Diferentemente dos países em desenvolvimento, como a Tanzânia, cultivar seus próprios alimentos não é (ainda) uma necessidade básica para os pobres urbanos holandeses: o desemprego é relativamente baixo e a rede de proteção social é atualmente adequada. Isso não significa que não existam problemas de acesso a alimentos no país.

Um estudo recente verificou que produtos frescos são relativamente mais caros do que os processados, e para as pessoas de renda menor, o preço da comida é um fator importante em suas economias domésticas (Waterlander et al, 2010).

Uma questão de definição

O Ministério da Agricultura da Holanda parece restringir a noção da agricultura urbana ao cultivo de alimentos dentro dos limites das cidades. Internacionalmente, a definição da produção urbana de alimentos também inclui as areas periurbanas: 'toda a região onde a influência da cidade alcança a população diretamente, todos os dias' (UNDP, 1996). Sob esta definição, muitos produtores convencionais holandeses seriam classificados como praticando agricultura urbana. A maior parte da agricultura holandesa (especialmente o cultivo de hortaliças em estufas e a criação intensiva de gado) é orientada para exportação para a União Europeia e mercados mundiais, mais do que para a cidade mais próxima e mercados urbanos.

Em 2000 a Holanda era mais do que auto-suficiente em batata (128%), hortaliças (256%), porco (256%), ovos (256%) e queijo (246%) (Brouwer et al., 2004). A expressão "agricultura metropolitana" foi recentemente formulada para produtores e criadores localizados perto de grandes cidades, mas cuja produção seja orientada para o mercado mundial (Smeets, 2009).

Dada a configuração do setor agrícola na Holanda, uma pessoa pode imaginar como as atividades da agricultura urbana sobrevivem economicamente, no contexto de um setor predominantemente orientado para a exportação, que também é capaz de oferecer alimentos frescos eficiente e abundantemente para as cidades e vilas holandesas.

Desenvolvimento de cadeias de mercado

Vamos agora considerar alguns exemplos de agricultura urbana na Holanda, observando onde estão localizados com relação à cidade e como comercializam seus produtos. Os agricultores holandeses, tanto urbanos, periurbanos ou rurais, podem escolher se especializar, diferenciar ou diversificar, ao adotarem sua estratégia de marketing (Van der Schans, 2007).

Especializar-se em uma ou poucas atividades: os produtores podem aperfeiçoar suas operações e reduzir custos de produção, processamento e distribuição de modo a se tornarem competitivos no mercado mundial. Essa é uma estratégia adotada por muitos produtores e criadores na Holanda. Seu objetivo é aumentar a escala de sua operação, particularmente quando estão localizadas nas zonas destinadas especialmente para o desenvolvimento agrícola, e longe de populações urbanas. Para competir com essas cadeias de abastecimento mais convencionais , os produtores urbanos e periurbanos com operações menores desenvolveram outras estratégias, especialmente a diferenciação e a diversificação.

A diferenciação envolve oferecer produtos de qualidade que são claramente diferentes dos oferecidos pela agricultura convencional. Os exemplos incluem hortaliças tradicionais (mas esquecidas), ou variedades exóticas como as cultivadas por Gert Jan Jansen na fazenda periurbana *Hof van Twello*, perto da cidade de Deventer. Lá existem diversas hortas comerciais cultivando hortaliças há muito negligenciadas, variedades medievais e também alimentos tradicionais para diferentes grupos étnicos que vivem na Holanda, e nunca encontrados nos supermercados.

Outro exemplo é constituído por variedades especialmente desenvolvidas, como a variedade lambada de morango, criada pela Plant Research International (Wageningen University & Research Centre) e cultivada por Jan Robben, perto da cidade de Oirschot. Robben usa variedades de morango que têm sabor diferente ("melhor") do que o convencional El Santa, mas são mais vulneráveis e requerem mais cuidado no transporte. Ao tornar a cadeia de fornecimento mais curta, Robben é capaz de distribuir morangos aos consumidores no mesmo dia em que são colhidos. E ele até leva suas estratégias de diferenciação mais além, ao oferecer seus saborosos morangos individualmente, como bombons, em festas de casamento, eventos de moda e festivais gastronômicos. Ao criar uma experiência única com relação aos morangos, Robben diferencia seus produtos do morango "commodity" ou "genérico" oferecido na cadeia varejista convencional. Esta estratégia lhe permite cobrar preços bem mais altos por seus morangos lambada.

Outra abordagem para a diferenciação é a "integração vertical", onde se agrega mais valor ao produto ao incorporar os passos seguintes da cadeia de abastecimento: processamento, empacotamento e distribuição. *Hof van Twello* adotou esta estratégia. O agricultor Jansen processa frutos em sucos e geléias, e produz vinho de suas próprias uvas. Mas ele logo aprendeu que agregar valor a um produto também significa agregar custos, especialmente quando as tarefas desempenhadas são intensivas em mão-de-obra. Isso acontece muitas vezes, quando alguém tenta se diferenciar produzindo alimentos "artesanais", em oposição aos convencionais, processados industrialmente. Embora a mão-de-obra seja bastante cara na Holanda, os agricultores têm encontrado meios para contornar o desafio. Os agricultores urbanos e periurbanos estão em vantagem por que operam perto das cidades, onde há muitos voluntários ou pessoas em parte incapacitadas, mas ainda capazes de realizar algumas tarefas, que podem ajudar. Jansen leva vai um passo além, ao organizar oficinas de produção de geléias e sucos, e permitindo que os participantes levem parte de sua produção para casa, enquanto lhes vende mais produtos na loja que mantém em seu sítio.

A diversificação é a outra estratégia usada pelos agricultores holandeses para competir com a agricultura orientada para a exportação. Entre elas, incluem-se a gestão da natureza e serviços de paisagem, o serviço social (oferecer um local de trabalho natural e tranquilo para pessoas mentalmente estressadas ou parcialmente deficientes), atividades de educação e recreação (p.ex. festas infantis, oficinas de agricultura ou culinária), hospedagem ("cama e café-damanhã"). Um bom exemplo dessa estratégia é a fazenda urbana *Maarschalkerweerd*, localizada no sudeste da cidade de Utrecht, que treina jovens em situação de risco ou em desvantagem para o mercado de trabalho convencional, onde podem trabalhar na produção de alimentos vendidos para os consumidores em sua loja local e para os restaurantes nas vizinhanças.

A diversificação é uma estratégia particularmente bem sucedida se houver a sinergia entre as diversas atividades, ou seja, se a mesma instalação ou rede social for usada para os vários propósitos. Um exemplo é o 't Paradijs", uma fazenda perto da cidade de Barneveld, que abriga um grupo de jovens com problemas sócio-psicológicos durante os fins de semana e também vende os produtos para os pais dos jovens.

Durante a semana, a fazenda oferece o serviço de cuidar de idosos, e também vende seus produtos para as cantinas das instituições de saúde pública de onde esses idosos precedem. As fazendas dentro ou perto das cidades têm uma vantagem competitiva ao oferecer serviços sociais para as pessoas que precisam desfrutar de seu ambiente natural e produtivo, por que o problema do transporte é atenuado pela proximidade.

O cultivador de morango Robben diversificou de modo bem diferente, tornando-se um animador de festas, onde leva a sua "árvore-morango" – uma árvore decorativa prateada, na qual estão dispostos, individualmente, inúmeros de seus saborosos morangos. Os convidados podem então colhê-los e mergulhá-los em molhos desenvolvidos especialmente para *gourmets* apreciadores de comida saudável e saborosa. Agora, diversificou ainda mais, oferecendo champagne e chocolate juntamente com seus morangos nas festas, para aumentar o interesse.

As possibilidades e oportunidades para os produtores urbanos e periurbanos são, de certo modo, definidas conforme a sua localização com relação à cidade. Revisitar o modelo Von Thunen, por meio do mapeamento sistemático da relação entre a distância à cidade e os sistemas de produção agrícola mais prováveis, é um projeto além do escopo deste artigo, mas certamente é um objeto interessante para futuras pesquisas sobre a agricultura urbana na Holanda (Van der Schans, 2008).

Conclusões

A agricultura urbana tornou-se um termo popular na Holanda, referindo-se não apenas às áreas produtivas comerciais ou com outras finalidades (como as hortas comunitárias divididas em parcelas) existentes dentro dos limites da cidade, mas também às áreas produtivas periurbanas. Para essas últimas, o termo "agricultura urbana" significa uma reorientação fundamental, desde o ambiente rural para um outro, urbanizado. A urbanização não é mais uma ameaça para esses produtores (pressão altista nos preços das terras agrícolas, núcleos urbanizados se infiltrando na estrutura agrária de maior escala), mas lhes oferece uma oportunidade. Os agricultores próximos (ou dentro) das cidades costumam cultivar lotes menores, mas, por estarem mais perto dos consumidores, podem tirar vantagem das vendas diretas, do trabalho voluntário e de nichos especializados dentro do mercado, como as hortaliças esquecidas há muito e os alimentos étnicos (Van der Schans *et al.*, 2009).

Tradicionalmente, a agricultura holandesa é voltada para a exportação e os mercados globais. Isso foi facilitado pelo planejamento público que foca na relocalização dos agricultores e criadores em zonas especiais de desenvolvimento agrícola, distantes das cidades e ligadas a uma rede sofisticada de logística preparada para servir rápida e eficientemente os mercados mundiais (Neuvel e Van der Valk, 2009). Porém a agricultura urbana e periurbana na Holanda é orientada para os consumidores que vivem perto dos locais de produção. Isso requer uma filosofia diferente de planejamento público, que reconheça as áreas abertas de menor escala perto das cidades como viáveis para a agricultura e dignas de proteção, abandonando a tendência atual de transformar esses espaços em locais de recreação ou parques naturais.

O planejamento precisa focar na melhoria do acesso a esses locais produtivos para os cidadãos que transitem a pé ou de bicicleta, mais do que para os grandes veículos geralmente usados pela cadeia agrícola convencional.

Também é importante que o planejamento público considere o caráter multifuncional das áreas destinadas à agricultura urbana e periurbana, e promova portanto uma mudança nas designações quanto aos usos do solo previstos nas áreas periurbanas, passando de usos singulares e específicos para outros, mistos e mais flexíveis. Por exemplo, uma instalação agrícola também poderia ser usada como local para educação ou recreação, ou para o processamento de alimentos e ainda como loja para venda direta aos consumidores.

O reconhecimento da agricultura (peri)urbana como uma forma distinta e viável de agricultura também significa que redes logísticas devem ser desenvolvidas, com uma distribuição geográfica mais fina e descentralizada. É difícil imaginar que cada iniciativa individual desenvolva uma rede logística alternativa própria (isso talvez aumentasse, em vez de diminuir, as milhas alimentares).

Mas se muitas iniciativas compartilharem de uma mesma rede local, ou – ainda melhor – se a grande rede convencional também acomodasse cadeias alimentares locais e descentralizadas, então uma massa crítica seria alcançada, e superadas as desvantagens das soluções isoladas.

A crescente popularidade da expressão "agricultura urbana" significa uma reorientação na percepção pública do papel da agricultura na Holanda. Se antes a agricultura era vista especificamente como uma atividade funcional para o desenvolvimento rural, hoje a produção nas cidades e em sua periferia é vista como uma atividade que também pode ser benéfica para o desenvolvimento urbano. Uma mudança aconteceu, de "como a cidade pode ajudar a resolver os problemas dos agricultores?" para "como os agricultores podem ajudar a resolver os problemas das cidades?".

A agricultura urbana e periurbana é um meio para criar ambientes urbanos mais saudáveis e atraentes. A ideia de "comida regional" na Holanda não é mais lembrada como relacionada com alimentos provenientes de alguma região com origem conhecida (de qualquer lugar do mundo, desde que seja de uma região designada por um nome regional), mas como o alimento produzido em uma região perto ou dentro da cidade onde se vive e onde ele será consumido.

Somente se o alimento for *desta* região, da *minha* região, eu saberei que posso visitar o local de produção, verificar as suas condições e ainda desfrutar do "visual".

Referências

- Brouwer, F.M., De Bont, C.J.A.M., Leneman, H. En Van der Meulen, H.A.B. (2004) Duurzame landbouw in beeld
- LNV (2009) Sustainable Food, Public summary of Policy Document, 29 October 2009
- Neuvel, J. and Van der Valk, A. (2009) Voedsel en planning: een verkenning, Wageningen University

- Smeets, P. (2009) Expeditie Agroparken Ontwerpend onderzoek naar metropolitane landbouw en duurzame ontwikkeling (Expedition Agroparks, research by design applied to metropolitan agriculture and sustainable development), PhD thesis Wageningen University
- UNDP (1996) Urban Agriculture, Food, Jobs and Sustainable Cities, Jac Smit et al, UNDP
- Van der Schans, J.W. (2007) Strategie in Ondernemer ken uw kracht, Strategy in the project "An enterpreneur should know his strengths and weaknesses", Internal Document, LEI-WUR
- Van der Schans, J.W. (2008) Von Thunen re-visited, Urban Food Systems, presentation European Eemland Conference, Bunschoten, 22 October 2008
- Van der Schans, J.W. (2010) Interview Nederlands Dagblad, 20 March 2010
- Van der Schans, J.W., Dvortsin, L, Berg, van der I, Haubenhofer, D.K., Hassink, J., Vijn,
 M.P. Buck, de A.J. (2009) Quick scan ethnic food & services, Report LEI, Wageningen UR
- Waterlander, W.E., De Mul, A., Schuit, A.J., Seidell, J.C. and Steenhuis, I.H.M. (2010) Perceptions on the use of pricing strategies to stimulate healthy eating among residents of deprived neighbourhoods: a focus group study, *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 7:44.
- Wiskerke, J.S.C. (2009) 'On Places Lost and Places Regained: Reflections on the Alternative, Food Geography and Sustainable Regional Development', International Planning Studies, 14: 4, 369 — 387.

A agricultura urbana e a coesão comunitária em Manchester, Reino Unido

Les Levidow, Becky Price, Katerina Psarikidou, Bron Szerszynski Helen Wallace l.levidow@open.ac.uk

Manchester é a terceira maior cidade do Reino Unido. Aproximadamente 500 mil pessoas vivem na área central da cidade, em meio à região metropolitana da Grande Manchester, que soma cerca de 2,5 milhões de habitantes. As desigualdades socioeconômicas e a exclusão social estão contribuindo para o aumento de problemas de saúde, inclusive a obesidade. Algumas partes da cidade são conhecidas como "desertos alimentares", onde as pessoas têm

pouco acesso a alimentos saudáveis. O desenvolvimento urbano, favorecendo as cadeias de supermercados, tem sido apontado como responsável por esses problemas. Uma resposta ao problema são as iniciativas alimentares locais, que oferecem um acesso mais amplo a alimentos saudáveis e frescos.



A loja de Herbie Van Foto: Manchester Food Futures

Originando-se em vários grupos da sociedade civil, algumas iniciativas pioneiras – e logo depois propostas mais ambiciosas – levaram as autoridades urbanas a adotar dois instrumentos importantes de políticas públicas: a Manchester Community Strategy "Estratégia Comunitária de Manchester" e a Manchester Food Futures "Futuros alimentares de Manchester" (ver destaque 1).

A parceria estratégica da Manchester Food Futures enfatiza os benefícios para a saúde do acesso melhorado aos alimentos saudáveis e frescos, bem como os benefícios físicos e psicológicos obtidos com as práticas produtivas agrícolas. Por meio de uma série de eventos "Alimentando Manchester" (Feeding Manchester), os envolvidos estão desenvolvendo firmemente o seu objetivo, pelo qual a cidade contará com um setor alimentar autosustentável até o ano de 2020.

Sistema de apoio para as iniciativas alimentares em Manchester

Manchester Environmental Resource Centre – MERCi (Centro de Recursos Ambientais de Manchester), criado com fundos da Loteria Nacional, em 1996, tem por objetivo tornar Manchester mais sustentável e estimular projetos alimentares voltados para mitigar problemas sociais.

Manchester Food Futures – MFF (Futuros alimentares de Manchester), parceria criada em 2004 envolvendo a prefeitura de Manchester, o Serviço Nacional de Saúde, voluntários da comunidade e grupos do setor privado. O programa objetiva criar uma cultura de alimentação saudável na cidade, especialmente pela ampliação do acesso a alimentos saudáveis produzidos de modo sustentável.

Manchester Community Strategy – MCS (Estratégia Comunitária de Manchester), programa criado em 2006, pesquisa e sugere como os serviços públicos podem ser melhorados, especialmente no sentido de tornar "Manchester mais sustentável" até 2015.

A estratégia do programa "Alimentos Futuros" relaciona a saúde, a economia local e a revitalização das comunidades com a sua própria alimentação (vista como um bem cultural), e o impacto social, ambiental, na dieta das crianças, nos grupos vulneráveis, no transporte etc.

Os recursos para as iniciativas alimentares urbanas são distribuídos com base nessas ligações entre questões aparentemente disparatadas. As iniciativas são desenvolvidas por variados atores, incluindo entidades sem fins lucrativos, organizações voluntárias ou de caridade, associações de base, empreendimentos sociais e órgãos governamentais. Embora a maior parte das iniciativas alimentares em Manchester distribua alimentos cultivados ao redor da cidade, algumas delas promovem especificamente a agricultura intraurbana.

Objetivos e meios das iniciativas alimentares locais

As iniciativas agroalimentares em Manchester objetivam reconectar os produtores e os consumidores, bem como as comunidades urbanas e rurais. As redes agroalimentares locais estão sendo redesenhadas para incorporar benefícios para o desenvolvimento comunitário e promover maior coesão e inclusão de seus moradores.

Constituindo-se em cadeias de valor atuantes no mercado, essas redes também elevam a renda dos produtores e distribuidores de alimentos, enquanto mantêm o dinheiro circulando mais e melhor dentro da própria região.

Os praticantes veem suas iniciativas como "inovadoras", antecipando o futuro ou pretendendo exercer esse papel. Isso implica em fortalecer e expandir as suas iniciativas na esfera das políticas públicas e sociais mais amplas – e não se resumir a criar um nicho no mercado voltado para os consumidores mais ricos. As motivações dos praticantes se enquadram em duas categorias gerais:

- Preocupações com a desigualdade social e econômica em Manchester, que justificam o
 esforço pela ampliação do acesso a alimentos saudáveis, pela melhoria do ambiente
 próximo e pelo cultivo local de alimentos como um meio para fortalecer a saúde e a
 coesão comunitária.
- Preocupações mais diversificadas, relacionadas com o meio ambiente e as mudanças climáticas, a biodiversidade, o pico do petróleo e a segurança alimentar.

Essas iniciativas assumem muitas formas, incluindo hortas comunitárias e sistemas de entrega de alimentos. Embora algumas delas distribuam alimentos convencionais, provindos em sua maior parte de fora da região, outras promovem especificamente os produtos da permacultura e da agricultura orgânica. Manchester foi o centro do movimento cooperativista no século XIX, por isso muitos praticantes se valem dessa herança para promover as relações cooperativadas nas redes agroalimentares locais.

Um bom exemplo dessa ética cooperativista, a Unicorn Co-Op é uma cooperativa de propriedade de quem nela trabalha, gerida por seus membros. Vendendo alimentos integrais, ela fornece diariamente produtos orgânicos frescos aos seus clientes

Outro objetivo é oferecer emprego para seus membros e para pessoas com dificuldades de

aprendizado. A Unicorn atua com base no comércio justo e no apoio a "um ambiente e uma economia mundialmente sustentáveis". Ela também encoraja a cooperação com outros atores, negócios e cooperativas que operam na região (Unicorn, 2009).





De acordo com um membro fundador:

"A Unicorn se baseia no princípio de comprar produtos o mais diretamente possível, estabelecendo uma cadeia curta entre o produtor e o consumidor – comprando em volume para obter preços mais baixos e agindo para reduzir o tempo entre a colheita e o consumo".

Vários problemas sociais já estão sendo mitigados por meio de esquemas alternativos de distribuição de alimentos, como os sistemas de entrega de cestas *Herbie Van* e *Dig Box*. Essas iniciativas facilitam o acesso a alimentos mais frescos e baratos, enquanto promovem o contato social com as pessoas mais excluídas.

O projeto *Herbie Van* pretende alcançar tantas pessoas quanto possível em sua comunidade local, e oferecer aos consumidores uma ampla variedade de produtos frescos e acessíveis (MERCi, 2009):

"Alguns de nossos consumidores não veem outra pessoa durante toda a semana. Quando elas chegam até a nossa "van", e conversam com o motorista, é mais um benefício mental que elas têm, alguém com quem falar. A face humana do projeto. Não é qualquer pessoa carente que está sendo ajudada comprando barato, parecendo miserável e sem querer estar ali; trata-se antes de uma interação natural entre adultos que se conhecem e se respeitam".

Desde 2004, o "Projeto Alimentar Local de Bentley Bulk" (Bentley Bulk Local Food Project) descobriu maneiras para produzir mais alimentos sazonais e promover a integração social. De acordo com um representante do MFF:

"A idéia é criar conexões benéficas entre os produtores locais, os varejistas e a comunidade. É considerar as pessoas além de apenas consumidores, mas também como produtores, ao envolvê-los ativamente na cadeia de produção e distribuição dos alimentos".

Com base nos princípios da permacultura e nos resultados bem sucedidos do projeto de Bentley Bulk, a parceria pelo "Consumo Saudável de Alimentos Locais" (Health Eating Local Food - HELF) foi estabelecida em 2006 dentro da estratégia "Food Futures". De acordo com sua "Receita para o Sucesso", o projeto objetivou 'desenvolver um amplo empreendimento social na cidade para engajar moradores – especialmente jovens e pessoas com problemas de saúde mental – em atividades ligadas à produção local de alimentos saudáveis, de modo a desenvolver habilidades, confiança e melhorar a saúde em geral. O HELF foi depois relançado com o nome de *Bite (mordida)*, que usa os alimentos cultivados em áreas livres disponíveis na cidade para oferecer alimentação saudável e acessível e promover maior consciência sobre como o alimento pode fazer uma diferença positiva para os portadores de distúrbios mentais'.

Ambos os projetos – *Bentley Bulk* e *Bite* – têm um caráter inovador relacionado com o programa "Sistema Local de Trocas Comerciais" (Local Exchange Trading System - LETS). Este programa oferece um sistema de trocas indiretas (espécie de "dinheiro local") como base para uma economia alternativa. De acordo com o fundador do *Bite*:

"Essas são basicamente redes de trocas sociais... Elas são um meio para as pessoas desenvolverem redes para trocar produtos e serviços sem usar dinheiro... Há um grande sistema LETS operando em Manchester, com cerca de 600 pessoas negociando nele".

Ultimamente cresce mo Reino Unido a demanda por "parcelas" para cultivo familiar nas hortas comunitárias encontradas nas áreas centrais urbanas, em terrenos de propriedade da municipalidade divididos em pequenas áreas arrendadas ao público para horticultura. Vistos como "um meio para desfrutar da vida ao ar livre e da satisfação de cultivar seu próprio alimento" (AMAS, 2009), esses lotes se tornam locais de encontro comunitário, com o potencial de unir diversos grupos sociais que, de outro modo, viveriam sem qualquer contato.

Um sistema informal de trocas também foi promovido entre as hortas em parcelas e outros esquemas de hortas comunitárias.

Envolvimento comunitário e mobilização de recursos

As atividades agroalimentares em Manchester não são completamente mensuráveis apenas em termos de "cadeia de valor" convencional ou mesmo monetários. Um apoio financeiro mínimo, principalmente das autoridades locais e das fundações privadas, gerou projetos alimentares que dependem de poucos postos assalariados, mas se apoiam em numerosos voluntários e numa mobilização social maior ainda. Certamente os principais líderes desses projetos enfrentam o desafio contínuo de investir mais tempo e dinheiro para implementar e ampliar com sucesso os seus planos. Alguns esquemas de abastecimento de alimentos operam doando ou trocando os produtos.

O envolvimento comunitário é um conceito fundamental nas iniciativas, e se refere à participação ativa e à inclusão social por meio de atividades agroalimentares. De acordo com um membro de várias redes alimentares de Manchester, o envolvimento comunitário desempenha vários papéis:

"Não apenas nos falta uma cultura alimentar, mas também nos falta uma cultura comunitária em geral. Por isso, promover a produção local de alimentos é uma ótima maneira de reunir as pessoas para atividades ao ar livre e se relacionarem. É a integração social. E todos começam a plantar e a comer alimentos saudáveis. É uma maneira agradável para as pessoas que não têm muito dinheiro poderem ter acesso a comida orgânica boa e barata".

Recursos públicos apoiam os projetos colaborativos implantados por grupos para desenvolver mais hortas comunitárias em parcelas, algumas delas usadas para treinamentos em métodos em agricultura orgânica. Ao propor um modelo de "comunidade sustentável" com base na comida local, alguns praticantes advogam uma expansão ambiciosa:

"As pessoas estão compreendendo a necessidade de se "relocalizar" não apenas no nível comunitário, mas também no nível regional. Isso tem benefícios ambientais e econômicos, ao mesmo tempo em que se reconstrói a economia local".

Qual é o futuro dos sistemas alimentares locais em ambientes urbanos?

Dentro do projeto FAAN (ver os Agradecimentos, abaixo), uma Oficina de Análise de Cenários foi realizada em Manchester, onde os resultados das entrevistas com os atores envolvidos foram analisados com maior profundidade. Foram então definidos quatro cenários diferentes para os sistemas alimentares locais: 1) a agricultura industrial desloca as iniciativas locais; 2) os supermercados vendem mais alimentos rotulados como "locais", sustentáveis e orgânicos – portanto deteriorando as iniciativas alimentares locais que vendem produtos semelhantes; 3) as iniciativas alimentares locais expandem seus mercados por meio de intermediários (como as 'centrais alimentares'); e 4) as iniciativas alimentares locais se expandem por meio da promoção de relações mais próximas entre consumidores e produtores, inclusive de consumidores que são também produtores.

Os participantes discutiram as possíveis causas e conseqüências de cada cenário. O quarto cenário foi considerado como sendo o mais benéfico de todos, por fortalecer as economias locais e trazer vários benefícios sociais e ambientais.

Os praticantes dos sistemas agroalimentares de Manchester expressaram muitas visões sobre o futuro e a necessidade de revalorizar a agricultura urbana. Ela é vista como capaz de oferecer "espaços comunitários" únicos e contribuir significativamente para a sustentabilidade ambiental e econômica da região, especialmente ao reciclar dinheiro e recursos humanos para o desenvolvimento comunitário.

As necessidades dos pequenos negócios e iniciativas locais, e os benefícios sociais que eles oferecem, merecem maior reconhecimento. Mais treinamento para a sua profissionalização ajudaria muito os pequenos produtores. Uma central de distribuição para toda a cidade também seria útil para estocar os produtos agrícolas das áreas produtivas próximas e distribuí-los aos varejistas e fornecedores de alimentos urbanos. A educação pública precisa ajudar os consumidores a apreciar o trabalho dos produtores, especialmente o embutido na produção de alimentos de alta qualidade. As iniciativas locais irão se expandir muito se o público em geral estiver preparado para pagar mais por alimentos melhores.

Os sistemas alimentares locais (Local Food Systems – LFS) envolvem uma visão muito mais rica das cadeias alimentares do que simplesmente vender alimentos produzidos localmente em pontos de venda próximos. Juntos, eles constituem um setor específico que merece medidas de apoio específicas nos níveis local, regional, nacional e europeu. Políticas relevantes deveriam mirar além dos lucros individuais e da competição no mercado, e visar uma visão ética da economia, como, por exemplo, os benefícios mútuos, as trocas e a cooperação local justas, especialmente por meio de conhecimentos e experiências compartilhados por todos.

Maiores aplicações de recursos "de baixo para cima" são necessárias para os projetos iniciados pelas comunidades locais em parceria, e adotando abordagens inovadoras. Também são necessárias medidas que facilitem as compras de alimentos locais pelas instituições públicas (um problema importante no estudo de caso de Manchester); utilizando melhor, por exemplo, as recomendações da União Europeia sobre a política do "Comprando Verde".

No nível da União Europeia, o projeto recomendou o estabelecimento de uma força-tarefa voltada para os LFSs; infraestrutura para troca de informações; e uma iniciativa política para ajudar a encurtar as cadeias alimentares.

Os governos nacionais deveriam interpretar as regras da Comunidade Europeia de modo mais flexível, para remover interpretações formais e obstaculizantes das regulamentações de higiene (que restringem as vendas diretas dos produtores aos consumidores em muitos países) e rever o impacto da burocracia e das taxas que agravam o comércio de alimentos (impostos, seguros nacionais etc.) nas pequenas empresas que atuam nos sistemas alimentares locais (Karner, 2010).

Agradecimentos

A pesquisa que levou a esses resultados recebeu financiamento da Comunidade Europeia (Seventh Framework Programme 2007-2013) sob o acordo nº 217280. Intitulado 'Facilitando as Redes Agroalimentares Alternativas" (Facilitating Alternative Agro-Food Networks' - FAAN), o projeto teve cinco equipes nacionais, cada uma ligando um parceiro acadêmico a uma organização da sociedade civil. A equipe do Reino Unido foi formada pela Universidade Aberta e pela GeneWatch UK. As citações acima vieram de entrevistas com praticantes durante o período 2008-09. Maiores informações, especialmente o relatório com abrangência europeia, podem ser encontradas no sítio do projeto FAAN: www.faanweb.eu

Referências

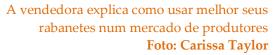
- AMAS (2009) About AMAS, Association of Manchester Allotment Societies, http://www.amas.org.uk/
- HELF (2007) Recipe for Success, Report by Rob Squires, http://www.harp-project.org/news.php
- Karner, S., (ed.) (2010) Local Food Systems in Europe: Case studies from five countries and what they imply for policy and practice, http://www.faanweb.eu/sites/faanweb.eu/files/FAAN_Booklet_PRINT.pdf
- MERCi (2009) About Us, Manchester Environmental Resource Centre initiative, http://www.bridge5.org
- Unicorn Co-Op (2009) Who we are, http://www.unicorn-grocery.co.uk/

Motivações e barreiras para a participação dos atores nas cadeias de valor locais em Phoenix, Arizona

Carissa Taylor
Carissa.Taylor@asu.edu
Rimjhim Aggarwal
Rimjhim.Aggarwal@asu.edu
School of Sustainability,
Arizona State University,
Tempe, Arizona, USA

O interesse por alimentos locais está crescendo por todos os Estados Unidos, motivado por preocupações sobre os custos ambientais associados com o transporte e com a segurança alimentar da população, e pela percepção de que os alimentos produzidos localmente são mais frescos, saudáveis e nutritivos. Embora a definição de "local" varie bastante – com alguns definindo-o em termos de distância do local de produção até o de consumo, e outros pelo critério de serem os alimentos produzidos dentro do mesmo estado ou região metropolitana onde serão consumidos – a demanda crescente por produtos locais apresenta oportunidades significativas para revitalizar a agricultura urbana e reestruturar as cadeias de valor desses alimentos. Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa sobre as percepções dos atores sobre as motivações e as barreiras para o desenvolvimento de um sistema alimentar local em Phoenix, Arizona.

O condado (município) de Maricopa, no estado do Arizona, que inclui a cidade de Phoenix e as áreas suburbanas ao redor, é atualmente o quarto mais populoso dos EUA, e está entre os que crescem mais velozmente (1).





A urbanização rápida implicou em uma pressão crescente sobre a agricultura, que historicamente sempre foi muito importante no condado. De acordo com o censo agrícola de 2007, a área agrícola total declinou em 35% entre 1997 e 2007, quando então representava apenas 11% da área total do condado.

A Lei de Gestão das Águas Subterrâneas (Groundwater Management Act) foi aprovada em 1980, como resultado das preocupações sobre o esgotamento dos lençóis subterrâneos naquela região árida do país. Ela proíbe o estabelecimento de novas áreas de plantio irrigado em todo o condado. Isso significou que uma área de plantio dentro da cidade tornou-se mais valorizada, pois já não se podem criar novas áreas nas regiões desérticas ao redor da cidade. O resultado foi uma distribuição espacial muito diferente das áreas agrícolas no condado, comparado com outras regiões metropolitanas, onde a urbanização crescente expulsa a agricultura para a periferia.

Embora a urbanização acelerada tenha levado a um declínio agudo das áreas de cultivo, ela também está associada ao aumento da demanda por alimentos produzidos localmente. Uma pesquisa com os consumidores do Arizona em 1997 verificou que, embora a maioria dos consumidores prefira produtos cultivados no estado aos produzidos em outras regiões, os moradores de Phoenix tinham essa preferência ainda mais marcantemente elevada: 25% a mais do que a média dos moradores em outras áreas do estado (Patterson et al., 1999).

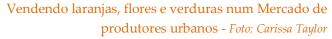
Apesar desse interesse crescente por alimentos locais, há um descompasso entre o que as pesquisas apontam e a participação real desses moradores no sistema alimentar local. As áreas de horticultura e de fruticultura estão bem preparadas para as cadeias alimentares locais, mas ocupavam apenas 12% da terra agrícola do condado em 2002. Uma pesquisa conduzida em 2000 verificou que os mercados de produtores que vendem produtos locais na região das Montanhas Rochosas (que inclui o Arizona) enfrentavam dificuldades maiores do que no resto do país, com suas vendas anuais (por mercado) ocupando a penúltima colocação (US\$ 145 mil por ano), apesar do crescimento de 74% no número de clientes entre 1996 e 2000 (AMS, 2002). Os restaurantes, cantinas escolares e mercearias que trabalham com alimentos locais aumentaram em número, mas ainda são poucos e muito espalhados.

Manter a viabilidade dos sistemas alimentares locais exigirá uma compreensão dos atores envolvidos, das forças que os motivam e dos obstáculos que eles enfrentam. Este estudo, realizado por pesquisadores da Arizona State University (ASU), busca esclarecer o que está faltando na estrutura atual do sistema alimentar local de modo a identificar as questões fundamentais para pesquisas e projetos futuros.

Envolvendo os atores

O estudo está baseado em entrevistas com 30 atores do sistema alimentar que operam no condado de Maricopa, sobre seus valores, motivações e barreiras encontradas, e recomendações para melhorar as cadeias de valor dos alimentos locais. As entrevistas foram realizadas entre abril e junho de 2009, e incluíram os seguintes grupos de atores: seis representantes das organizações de consumidores e comunitárias; nove produtores; dez representantes ligados à prestação de serviços alimentares (mercados, restaurantes, provedores institucionais de alimentos etc.); e cinco distribuidores (atacadistas, mercados de produtores e bancos de alimentos). Todos os produtores entrevistados eram agricultores comerciais. Eles operam várias hortas e vacarias comerciais nas áreas centrais de Phoenix,

outros produzem hortaliças e criam animais em áreas mais amplas na periferia da cidade, e ainda havia duas fazendas de pecuária mais distantes, porém voltadas diretamente para o mercado urbano de Phoenix. O protocolo da entrevista foi desenvolvido com base em critérios compilados de uma revisão bibliográfica.





Por meio das leituras das transcrições das entrevistas, temas que ocorriam frequentemente foram identificados como percepções importantes com relação aos alimentos locais.

As definições de "alimento local" dadas pelos entrevistados variaram desde um raio limitado a partir do local de consumo até alcançar todo o condado, ou mesmo o estado inteiro. A resposta mais citada (cerca de 50%) foi no sentido de considerar 'local' os produtos oriundos de qualquer ponto do estado do Arizona. Os atores enfatizaram a importância de considerar uma área geográfica maior por causa dos escaldantes verões típicos no condado de Maricopa.

A campanha "Cultivado no Arizona", lançada em 1993, com o objetivo de apelar aos interesses paroquiais dos cidadãos do estado e apoiar a economia estadual, pode ter contribuído para o desenvolvimento dessa percepção dos alimentos locais. Na ausência de qualquer outra definição amplamente adotada, para diferenciar o que é 'local', adotamos, neste estudo, a definição consagrada pela maioria dos atores: "Cultivado no Arizona".

Barreiras às cadeias alimentares locais

Os respondentes destacaram vários obstáculos para a participação no sistema alimentar local. As seis barreiras mais frequentemente citadas foram: 1) o clima desértico; 2) a falta de informação; 3) a inconveniência; 4) questões de segurança alimentar; 5) custos; e 6) a pressão exercida pelo desenvolvimento urbano. Porém cada grupo de atores tem opiniões muito diferentes sobre quais eram as "principais barreiras" (ver Tabela 1).

Tabela 1 Barreiras mas frequentemente citadas (% de atores que citou cada barreira)								
Consumidores	Produtores	Provedores de serviços alimentares	Distribuidores					
Falta de informação (67%) Clima (50%) Uso da água (50%) Inconveniência (50%) Inconsistência (50%) Custo (50%)	Segurança alimentar (89%) Inconveniência (78%) Falta de informação (67%) Falta de lucro (67%) Regulamentações (56%) Comercialização (56%)	Clima (100%) Inconveniência (70%) Inconsistência (70%) Custo (70%) Calor (60%) Volume (60%) Qualidade (50%)	Volume (80%) Inconveniência (80%) Pressão urbana (60%) Conflito entre os usos do solo (60%) Falta de informação (60%) Inconsistência (60%) Segurança alimentar (60%) Variedade (60%)					

O clima desértico de Phoenix limita a variedade e o volume de alimentos disponíveis, levando a problemas de escala na viabilização de sistemas alimentares locais. O ambiente árido gera preocupações com o impacto da agricultura nos limitados recursos hídricos da região. Os consumidores se dividiram quanto à questão de qual atitude (comprar ou não comprar alimentos produzidos localmente) seria mais conveniente e responsável ambientalmente. Porém, os produtores enfatizaram que eles usam a água criteriosamente – indicando perspectivas divergentes quanto aos impactos da agricultura no meio ambiente.

Para os consumidores, a falta de conhecimento sobre onde comprar alimentos locais foi considerada um obstáculo. Um distribuidor descreveu este problema como causado, em parte, pela falta de rotulagem: "existem muitos alimentos locais no Arizona, mas as pessoas não sabem, pois eles vêm empacotados com muitas marcas diferentes". Muitos consumidores notaram que poucos alimentos locais estão à venda nos mercados próximos, e os provedores de serviços alimentares descreveram sua frustração com a impossibilidade de fazer compras maiores de alimentos locais "com um clique do mouse", como é possível com outras cadeias, mais profissionais. Esta incapacidade de sistematizar a estocagem e a disponibilidade dos produtos é considerada, pelos agricultores, como um resultado da falta de instalações adequadas para o processamento de frutas e hortaliças no condado.

As regulamentações acerca da segurança alimentar foram frequentemente mencionadas como obstáculos para os distribuidores, provedores de serviços alimentares e produtores. Em parte por causa do medo com "contaminações", a legislação exige que os produtores de pequena escala obtenham um certificado se quiserem comercializar nos mercados convencionais. Os pequenos horticultores relataram que o processo de fiscalização e certificação é muito caro e trabalhoso. Os comerciantes e distribuidores, porém, enfatizaram que eles são responsáveis diante dos fregueses, e por isso devem exigir que os produtores providenciem sua certificação.

Embora as regulamentações criem barreiras para a entrada nas cadeias de valor predominantes, a *falta* de regulamentação pode se revelar igualmente problemática. Alguns produtores expressaram sua frustração com os mercados de produtores que permitem a presença de "cultivadores de caixote" (*box-farmers* – um termo usado para designar vendedores que não cultivam o que vendem, mas sim adquirem os produtos de algum produtor ou em algum mercado atacadista). Alguns produtores reportaram ficar tão frustrados com a competição desleal trazida pelo "cultivo de caixote" que preferiram se retirar em conjunto do mercado de produtor onde comercializavam os seus produtos.

Os atores têm opiniões muito variadas com relação ao valor econômico de participar nas cadeias de valor de produtos locais. Os pequenos produtores explicaram que as cadeias de valor locais, como os mercados de produtores e as vendas para restaurantes, ofereciam uma alternativa viável diante dos mercados maiores, onde os "big boys" podem chegar e reduzir seus preços até o ponto de tirar os pequenos produtores da competição.

Porém, quase a metade dos produtores mostrou-se preocupada com o baixo lucro obtido, particularmente diante da pressão urbana e dos preços cada vez mais altos para as áreas com direitos vinculados para o uso da água no condado.

Do mesmo modo, os consumidores indicaram que havia pouco incentivo econômico para comprar alimentos locais, e que os preços afastavam os consumidores de renda menor – tornando o consumo de alimentos locais uma tendência restrita aos "yuppies". Descobrir estratégias para aumentar a lucratividade dos produtores locais e ampliar a acessibilidade aos produtos pelos consumidores continua sendo um desafio importante para muitos sistemas alimentares locais em todos os Estados Unidos.

Motivações para a participação

A despeito das barreiras, houve um apoio esmagador à ideia de comercializar alimentos produzidos localmente. Os atores descreveram várias razões sociais, econômicas e éticas para participar de cadeias alimentares locais. As cinco razões principais incluiram: 1) melhor qualidade dos produtos; 2) benefícios econômicos; 3) apoio à comunidade local; 4) frescor dos produtos; e 5) saber de onde o alimento vem (ver Tabela 2).

Várias diferenças importantes surgiram entre os diversos grupos de atores. Os consumidores estavam motivados pelo desejo de apoiar a comunidade local e saber de onde a comida vem. Eles associavam os alimentos locais com melhor sabor e menor consumo de combustível fóssil. Muitos perceberam que as cadeias de valor alternativas, como os mercados de produtores, atendiam melhor esse desejo do que os mercados convencionais. Os distribuidores também apontaram os custos associados com o transporte por distâncias menores. Os produtores e provedores de serviços alimentares eram mais motivados pelos benefícios econômicos associados com alimentos identificados como "locais".

Tabela 2 – Motivações mais frequentemente citadas pelo grupo de atores (% dos atores que citou cada motivação)								
Consumidores	Produtores	Provedores de serviços alimentares	Distribuidores					
Apoiar a comunidade local (83%) Qualidade (83%) Apoiar a economia local (67%) Conhecer a origem do alimento (50%) Sabor (50%)	Benefícios econômicos (78%) Lucro maior (56%) Qualidade (44%) Benefícios para a saúde (44%)	Benefícios econômicos (60%) Lucro maior (60%) Qualidade (60%) Frescor (50%) Apoiar a economia local (40%) Comercialização (40%) Conveniência (40%)	Apoiar a comunidade local (80%) Apoiar a economia local (60%) Qualidade (60%) Benefícios econômicos (60%) Conveniência (40%) Conhecer a origem do alimento (40%) Benefícios ambientais (40%) Nutrição (40%) Sabor (40%) Preservação da atividade rural (40%)					

Recomendações e trabalho em andamento

A diversidade das percepções dos atores com relação às barreiras e motivações para a participação na cadeia do mercado dos alimentos locais realça a necessidade de, antes de tudo, incrementar o diálogo e a construção da confiança para facilitar a colaboração entre os participantes, de modo que eles possam, em conjunto, explorar as oportunidades de comercialização que estão surgindo.

Para tanto, um Grupo de Trabalho para o Alimento Local foi criado na Arizona State University, em 2009, para construir parcerias entre os pesquisadores da Universidade, os vários atores e as organizações comunitárias. Esse grupo iniciou seu trabalho com vários projetos para aumentar a consciência sobre os alimentos locais. Em especial, o grupo está usando abordagens participativas para desenvolver um mapa e um banco de dados dos pontos de venda que oferecem alimentos locais.

Para resolver o problema de assegurar uma escala viável para as operações do sistema alimentar local, vários atores sugeriram a criação de cooperativas para a consolidação, processamento, atendimento das exigências da alimentação saudável, empacotamento, identificação e distribuição de produtos locais.

Os consumidores poderiam comprar diretamente nesses pontos-de-venda, que por sua vez ajudariam os pequenos produtores atender às necessidades de mercados de maior escala e

restaurantes. Essas cooperativas também ajudariam a cobrir alguns dos custos relacionados com treinamento, técnicas de comercialização, atendimento das exigências sanitárias, seguro e certificação orgânica para os produtores.



Capuchinha e alface cultivados em sítio urbano Foto: Carissa Taylor

A necessidade de rótulo identificando os produtos como "locais" e a promoção de uma marca também foram muito mencionadas. Para ser efetiva, a promoção da marca precisa ser bem dirigida e focada, e enfatizar as características do produto que sejam exclusivas de alimentos produzidos localmente, de modo a lhes agregar valor.

Parcerias público-privadas poderiam ser exploradas para alavancar maiores recursos e se aproveitar das complementaridades estratégicas entre as diversas entidades públicas e privadas na cadeia de valor.

Outro desafio é assegurar que os alimentos locais sejam acessíveis aos grupos marginalizados e de baixa renda. Os mercados de produtores no condado estão participando crescentemente no Programa Nutricional dos Mercados de Produtores (Farmers' Market Nutrition Program), que permite às mulheres de baixa renda, crianças e idosos que já participam de programas de suplementação nutricional, receber cupons adicionais para usarem em compras nos mercados de produtores.

Agradecimento

Este artigo baseia-se em trabalho realizado com apoio da Fundação Nacional de Ciências (National Science Foundation), contrato n#. DEB-0423704, Central Arizona - Phoenix Long-Term Ecological Research. Agradecemos a Hallie Eakin e Katherine Spielmann, da ASU, bem como a todos os entrevistados por sua participação e apoio na realização desta pesquisa.

Referências

- Agriculture Marketing Service (AMS) (2002) U.S. farmers markets 2000: A study of emerging trends. U.S. Department of Agriculture: Agriculture Marketing Service.
- Patterson, P.M., Olofsson, H., Richards, T.J. & Sass, S. (1999) An empirical analysis of state agricultural product promotions: a case study on Arizona Grown. *Agribusiness*, 15(2), 179-196.

Nota

Com base no US Census:

http://www.census.gov/newsroom/releases/archives/population/cb06-39.html (acessado em 23 de junho de junho de 2010).

Visão geral da produção de batata no estado de Cartum, Sudão

Elmoiez M. Fadul fadulen@hotmail.com

O Sudão vem enfrentando, desde os anos 1980, um processo de industrialização acelerada, acompanhado pela migração de grandes contingentes populacionais que abandonam as áreas afetadas pela seca e as regiões castigadas pela guerra. Os assentamentos favelados continuam a crescer, especialmente na cidade de Cartum, que hoje cobre 20.700 km² e reúne uma população superior a sete milhões de habitantes.



Cartum se beneficia de amplos recursos hídricos, inclusive o Nilo e seus tributários, e as terras férteis cultiváveis ao longo de suas margens são outro valioso recurso natural. As terras viáveis para cultivo somam cerca de 750.000 ha, dos quais 11% estão dedicados à agricultura urbana e periurbana (Abdelgadir, 2003). As áreas que produzem hortaliças folhosas estão concentradas no coração da cidade, cultivando safras como mostarda, beldroega, feijão-fradinho e *jews-mallow* (*Corchorus*).

Nas áreas periféricas predominam sistemas produtivos mistos dedicados à produção de leite e ao cultivo de batata, cebola, tomate, milho e alfafa.

São principalmente os homens, de diferentes grupos étnicos, que se envolvem no cultivo urbano de alimentos, embora as mulheres ajudem no plantio, na capina do mato e na colheita. Muitas delas têm origem em zonas rurais e já tinham alguma experiência agrícola antes de virem para Cartum.

A produção de batata

A produção de batata em Cartum abastece mais de 70% do consumo nacional. (Elsir M. Elamin, 2005). A maior parte da produção se dá em pequenos sítios medindo entre 2.500 e 50.000 m2, voltados principalmente para a subsistência e para venda na capital. A batata é um componente importante da dieta sudanesa, principalmente na área urbana, e é consumida na forma de sopa, ou misturada com carne moída, ou cozida. A batata constitui também um importante cultivo comercial para os agricultores de pequena escala, e tem potencial para aumentar a renda nas áreas periurbanas, melhorar o padrão de vida dos produtores e criar oportunidades de emprego.

A produção de batata está crescendo rapidamente em Cartum; a área dedicada a esse cultivo mais do que triplicou nos últimos dez anos. Em Cartum, a área total do cultivo da batata chega a cerca de 6.500 hectares, com colheitas de 17 a 25 ton/ha. Porém, os seus custos de produção são altos em comparação com os de outros cultivos: as batatas-semente precisam ser importadas e correspondem a mais da metade dos custos da produção. Essa é uma limitação importante para a futura expansão da produção de batata (Elrasheed e Ballal, 2009) no Sudão. Logo no início da temporada da colheita (meados de janeiro), os preços estão bem altos. Muitos produtores portanto colhem os tubérculos antes que eles estejam plenamente maduros, pois logo os preços começam a mergulhar, durante a temporada da colheita e logo após, com agricultores obrigados a vender tudo antes que o produto comece a estragar. Os produtores que têm acesso a instalações mais adequadas à conservação da batata aproveitam para aguardar a recuperação do preço, que ocorre após a temporada da colheita.

Dois tipos de mercados são encontrados em Cartum: os mercados atacadistas centrais e os mercados varejistas, mais distribuídos pela cidade. Os negociantes que atuam junto aos produtores urbanos lhes compram as batatas diretamente ou as adquirem de outros negociantes que compram dos produtores periurbanos, e vendem tudo para os dois tipos de mercados presentes em Cartum. Os varejistas incluem bancas, quitandas e supermercados; eles compram as batatas do mercado atacadista por meio de pequenos corretores. Às vezes os varejistas compram a safra no local do plantio. Os hotéis e grandes restaurantes compram batata diretamente nos mercados atacadistas.

Embora os compradores controlem os mercados, e os produtores não consigam exercer maior influência sobre eles, a margem de lucro da batata é maior do que a oferecida por outras hortaliças, como o tomate. As batatas processadas (batatas fritas, *chips* etc.) têm um mercado potencial promissor no Sudão, e as importações vêm crescendo a cada ano.

O número de lanchonetes de *fast-food* está aumentando especialmente. E vários melhoramentos podem ser gerados por meio do desenvolvimento da cadeia da batata para abastecer esse mercado crescente. A longo prazo, melhoramentos no aspecto da eficiência do custo podem ser alcançados aumentando-se a produtividade do cultivo da batata (p.ex. colheitas maiores e menor custo de produção são possíveis para os pequenos produtores quando eles empregam novas tecnologias, como a introdução de novos cultivares mais apropriados para a produção de batata frita e de *chips*, ou a adoção de melhores equipamentos (EVD, 2009).

Referências

- Abdelgadir, K. E. (2003) Survey of city experiences with credit and investment for urban agriculture intervention, Sudan Case: Wadramli Cooperative Society (WACS)
- El rasheed, M. M. and Ballal, F. H. (2009) Economics of Potato Production and Marketing in Khartoum State, Department of Agricultural economics, Faculty of Agricultural Studies, Sudan University for Science and Technology, P.O. Box 71, Shambat, Sudan.
- Elsir M. Elamin, A. (2005) Profitability analysis of potato production in the Sudan, ARC Journal, Volume 5, pp.97-114.
- EVD (2009) Sudan: Feasibility of an integrated french fries production chain in Sudan http://www.evd.nl/zoeken/showbouwsteen.asp?bstnum=157645&location=

O papel das organizações de agricultores na comercialização de hortaliças seguras produzidas nas periferias urbanas do Vietnã

Paule Moustier (CIRAD, UMR Moisa) moustier@cirad.fr) Nguyen Thi Tan Loc (FAVRI) nguyen.thi.tan.loc@gmail.com)

No Vietnã, a agricultura urbana contribui com uma parcela substancial na produção de alimentos consumidos nas cidades e na geração de empregos para os seus habitantes. Sua contribuição para atender as necessidades alimentares da população de Hanói foi calculada em 44%, em 2002 (Mai et al., 2004). Naquele mesmo ano, mais de 70% das hortaliças folhosas eram produzidas dentro de um raio de 30 km a partir da cidade (Moustier et al., 2004). O distrito de Cu Chi, um subúrbio de Ho Chi Minh, é o maior fornecedor de hortaliças folhosas para aquela cidade. Cerca de 30% da população ao redor de Hanói e nos distritos periféricos de Ho Chi Minh está engajada em atividades agrícolas (Departamento de Agricultura e Desenvolvimento Rural de Hanói, 2009; Dang, 2008).

Mesmo assim, mais de 100.000 horticultores em Hanói enfrentam uma variedade de obstáculos para manter suas atividades. Surpreendentemente, a despeito da curta distância até os mercados urbanos, a comercialização é o primeiro obstáculo expressado em uma pesquisa com os produtores. A análise dos dados sobre preços mostra uma forte flutuação na cotação dos produtos. Por exemplo, os preços máximos do tomate e do repolho são dez vezes maiores do que os preços mínimos no período entre 1996 e 2001 (Moustier *et al.*, 2004). Outro

problema é a desconfiança dos consumidores quanto à segurança sanitária dos produtos. Uma pesquisa recente, realizada em 2005 e envolvendo 800 consumidores em Hanói e Haiphong (a terceira maior cidade do Vietnã), revelou que 75% dos consumidores estão muito preocupados com a segurança dos alimentos em geral (Luu *et al.*, 2005).



Controle interno em uma cooperativa de produção de "hortaliças seguras" em Huai Duc, Hanói - Foto: Nguyen Quy Binh

A segurança sanitária dos alimentos é vista como fundamental com relação a hortaliças, frutas e carnes, juntamente com o seu frescor. Em Hanói, análises de amostras mostram que os produtores usam frequentemente pesticidas proibidos e aplicam mais nitratos e pesticidas do que estão autorizados (Ministério de Agricultura do Vietnã, 2009). Reduzir o uso de insumos químicos não é fácil por causa das pestes e doenças favorecidas pelas condições particularmente úmidas da região. Além disso, pesticidas chineses baratos são facilmente encontrados.

As preocupações quanto à segurança dos alimentos entre os consumidores representam uma oportunidade de mercado para os produtores, se eles responderem adequadamente à demanda. Elas também podem ajudar os produtores a proteger sua terra do desenvolvimento urbano. As autoridades das cidades estão preparadas para reservar algumas áreas para a agricultura desde que ela seja "ecológica e inovadora". De outro modo, é muito provável que o processo de conversão das áreas agrícolas continue a avançar. Como em outras cidades do mundo, o processo de urbanização avança rapidamente à custa das áreas de cultivo. Por exemplo, no distrito de Hoai Duc, a área agrícola decresceu de 8.355 ha para 4.373 ha entre 2000 e 2008, enquanto as vias e construções se espraiavam. Donadieu e Fleury (1997) argumentam que, para ser sustentável nas cidades, a agricultura precisará desenvolver uma aliança com as preocupações dos consumidores.

Fatores de Sucesso

Alguns produtores provaram ser possível responder devidamente a este desafio. Eles exploraram as novas oportunidades do mercado e aumentaram a lucratividade de seus negócios. Três fatores são estratégicos nessas histórias de sucesso: o treinamento técnico através de programas públicos; a capacidade de reunir organizações de produtores que sejam

focadas no desenvolvimento da qualidade; e a integração dos estágios na cadeia de valor e comercialização. Esses fatores serão mais bem explicados a seguir.



Ponto de venda de uma cooperativa de "hortaliças seguras" em Gia Lam district, Hanói - Foto: Paule Moustier

Em 1995, o interesse público pela segurança das hortaliças levou o Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural do Vietnã a implementar um programa ambicioso chamado "hortaliças seguras". Com base nos princípios do manejo integrado de pragas (MIP), esse programa educou os produtores no uso moderado de fertilizantes e pesticidas químicos, bem como no uso da água de poços e rios não poluídos. O programa também promoveu a comercialização dessas "hortaliças seguras" com ajuda de estratégias de comunicação.

Entre elas, destacaram-se a organização de "feiras de hortaliças seguras" e o apoio aos agricultores e negociantes que queriam abrir mercados, lojas ou bancas de "hortaliças seguras". A ONG dinamarquesa ADDA também organizou programas de treinamento para os grupos de produtores nas práticas de MIP específicas para a horticultura em Hanói.

Em Ho Chi Minh, o programa foi implementado pela Secretaria Municipal de Agricultura em 1997. A primeira área-alvo do programa foi Ap Dinh, no distrito de Cu Chi, onde famílias que participavam de uma cooperativa no início dos anos 1980 estavam ultimamente cultivando de modo individual. Em 1997, cinco delas formaram uma associação de modo que pudessem desfrutar de um programa de treinamento. De 1997 até 2000, o número de famílias envolvidas cresceu de cinco para quarenta.

Após a feira comercial anual de hortaliças seguras na cidade realizada em setembro de 2000, a Associação Ap Dinh recebeu numerosos pedidos de empresas que comercializam hortaliças, bem como de restaurantes e fornecedores de refeições prontas.

Para atender o aumento da demanda, a associação expandiu gradualmente seu quadro de associados, que agora soma 200 famílias, divididas em quatro grupos menores nas quatro vilas que compõem o distrito. Elas produzem uma grande variedade de hortaliças folhosas e legumes (Phan e Loan, 2006).

Em 2008, 27 cooperativas em Hanói já dispunham do "certificado de produção de hortaliças seguras", do Departamento de Proteção Vegetal. Mas nem todas tiveram sucesso na comercialização de seus produtos.

De fato, as hortaliças seguras muitas vezes são misturadas com outras, convencionais. Isso acontece em parte por que as cooperativas produzem apenas uma variedade limitada de hortaliças seguras, fazendo com que os negociantes que as compram precisem comprar (e vender) também as produzidas de modo convencional por outras cooperativas na região. Além disso, o uso do selo de "hortaliça segura" não é controlado por nenhuma organização pública ou privada. Mesmo assim, nove (das 27) cooperativas desenvolveram estratégias eficientes de comercialização. Entre elas, seis são fornecedoras regulares de supermercados, e seis (inclusive três das que vendem para supermercados) têm bancas de venda ou lojas onde vendem diretamente aos consumidores. Aproximadamente 500 produtores estão envolvidos nessas cooperativas.

Todas as nove cooperativas fornecem alimentos regularmente para cantinas e restaurantes. Diferentemente da cadeia de mercado tradicional – que é caracterizada por uma cadeia de compradores (recolhedores), atacadistas e varejistas – a distribuição de 'hortaliças seguras' envolve geralmente um ou nenhum intermediário. Essa é a estratégia deliberada dos próprios produtores, de modo que eles podem ver seus esforços por qualidade devidamente recompensados. A estratégia dos agricultores, de integrar as etapas da comercialização (removendo os intermediários), é um meio efetivo para reduzir as incertezas com relação à segurança dos alimentos e obter melhores preços.

A relação produtor-consumidor ou produtor-varejista é uma oportunidade para trocar conhecimento e avaliar métodos de produção. Isso preenche a necessidade do consumidor por segurança, já que os produtores são percebidos como as pessoas mais competentes para prover essa informação. Ao mesmo tempo, os contatos diretos entre produtor e consumidor capacitam os primeiros a atenderem melhor as demandas dos segundos.

A organização é importante

Tradicionalmente, as cooperativas no Vietnã concentram-se na oferta de serviços a seus associados, principalmente irrigação. As nove cooperativas de hortaliças seguras no estudo de Moustier *et al.* caracterizam-se por sua ação coletiva na promoção da qualidade e da comercialização (2010).

Esse papel ativo é o resultado do apoio governamental para a melhoria da qualidade (especialmente treinamento em MIP), que focou nos grupos de produtores como uma estratégia para superar os problemas da agricultura vietnamita, em particular aqueles enfrentados pelos pequenos produtores. Mas também é o resultado da iniciativa tomada pelos produtores mais dinâmicos, que souberam aproveitar esse apoio e a demanda crescente por qualidades específicas nos alimentos.

A primeira vantagem da ação coletiva dos produtores é a centralização das operações de comercialização. Ela oferece economia de escala em termos de quantidades colhidas, contatos e negociações com os compradores, e permite investir em um operador em comum com talento e tempo suficientes para as tarefas de comercialização e elaboração de contratos flexíveis com os supermercados, lojas, escolas etc.

A segunda vantagem de pertencer a uma organização de produtores é que ela capacita os seus membros a terem acesso a treinamento em melhoria da qualidade.

A terceira vantagem está ligada aos investimentos em conjunto pelos membros das organizações de produtores nas áreas de desenvolvimento da qualidade, rotulagem e certificação. Esses investimentos são necessários para satisfazer os padrões de qualidade dos supermercados.

O seguro pode ser lucrativo

Um estudo de 2002 fornece dados sobre a lucratividade da produção periurbana de 'hortaliças seguras' comparada com a produção convencional. A pesquisa analisou os custos e benefícios de 30 produtores convencionais e 32 produtores "seguros" em Hanói.

Os resultados obtidos para o repolho e o *choy sum* (hortaliça local) indicam que as hortaliças seguras têm custo de produção maior, principalmente por usar mais mão-de-obra. As colheitas são menores por causa da maior incidência de problemas não controláveis, porém os preços de venda mais elevados resultam em lucros maiores no final (ver tabela).

Comparação dos custos e benefícios da produção convencional (na comuna de Van Duc, distrito de Gia Lam) e de hortaliças seguras (comuna de Van Noi, distrito de Dong Anh), na província de Hanói

	Unidade	Repolho Convencional	Seguro	Diferença seg./conv.	Choy sum Convencional	Seguro	Diferença seg./conv.
Custos totais:	Vnd/ kg	850	1090	28,2%	464	639	37,7%
Insumos	Vnd/kg	552	599	8,5%	204	261	27,9%
- Sementes	Vnd/kg	170	229	34,7%	40	74	85,0%
- Fertilizantes	Vnd/kg	187	250	33,7%	54	72	33,3%
- Inseticidas	Vnd/kg	153	87	-43,1%	94	95	1,1%
- Outros	Vnd/kg	42	33	-21,4%	16	20	25,0%
Custo total com insumos	Vnd/kg	552	599	8,5%	204	261	27,9%
Mão-de-obra*	Vnd/kg	298	491	64,8%	260	378	45,4%
Custos totais:	Vnd/kg	850	1090	28,2%	464	639	37,7%
Preço de venda	Vnd/kg	900	1200	33,3%	1025	1500	46,3%
Lucro / kg	Vnd / kg	50	110	120,0%	561	861	53,5%
Colheita	Ton/ ha.	32	28	-12,5%	21	19	-9,5%
Rendimento/10m²	Vnd	28800	33600	16,7%	21525	28500	32,4%
Lucro / 10m²	Vnd	1600	3080	92,5%	11781	16359	38,9%

^{*} O custo da mão-de-obra familiar foi calculado com base no custo do trabalho assalariado equivalente;

Nota: US\$ 1,00 = 15.000 vnd na época da pesquisa.

Fonte: (Son *et al.*, 2003)

Apesar disso, a lucratividade na produção das hortaliças é frágil. A reputação dos grupos de produtores é vulnerável por que lhes faltam um controle externo rigoroso e um sistema de certificação. A variedade limitada de hortaliças oferecidas por cada grupo intensifica esse problema.

Como resultado, muitos produtores compram hortaliças de outra procedência e as vendem com seu próprio selo, sem qualquer controle (e portanto minando a validade de sua própria etiqueta). Em última análise, a proteção das áreas agrícolas (mesmo as mais ecológicas) diante do desenvolvimento urbano é ainda bastante incerta.

Mesmo assim, ainda existe bastante espaço para manobra por parte dos produtores de hortaliças seguras para aumentar sua lucratividade e sustentabilidade.

Primeiramente, usar mais insumos orgânicos, em vez de químicos, poderia reduzir os custos de produção. As hortaliças seguras ainda compram adubos e pesticidas orgânicos caros, em vez de usar adubação verde e pesticidas mais naturais (ver RAU no. 23).

Em segundo lugar, ajudar os produtores a serem mais organizados, por exemplo, formando associações de agricultores, e criar uma liga de horticultores seguros na região facilitaria a comunicação com as autoridades locais e incorporadores imobiliários para garantir a preservação de áreas para uso agrícola.

Formar tal aliança também ajudaria a superar o problema da falta de variedade de hortaliças vendidas, por que iria encorajar os grupos de produtores de hortaliças seguras a trabalhar em rede e fazer entregas consorciadas aos compradores. A construção de tais alianças já começou no Vietnã, com o projeto "Supercadeia", mas é um esforço que ainda precisa ser consolidado (Moustier *et al.*, 2009).

Referências

- Cadilhon, J.J., 2005. Business-to-business relationships in the vegetable marketing system of Ho Chi Minh City (Vietnam). University of London, Wye Campus, London.
- Dang, N.A., 2008. The mega-urban transformations of Ho Chi Minh City in the era of doi moi renovation Colloque international: Les tendances de l'urbanisation et de la périurbanisation en Asie du Sud-Est. IRD, Ho Chi Minh Ville.
- Donadieu, P., Fleury, A., 1997. L'agriculture, une nature pour la ville. In: Annales de la recherche urbaine, 74, pp. 31-39.
- Luu, H.M., Nguyen, T.M.H., Nguyen, T.T.M., Pham, H.T., Tran, H.N., Ngo, N.H., 2005. The demand for organic agricultural products in Hanoi and Haiphong, VNFU/ADDA organic agriculture Project, (Ed.), Hanoi.
- Mai, T.P.A., Ali, M., Hoang, L.A., To, T.T.H., 2004. Urban and peri-urban agriculture in Hanoi: opportunities and constraints for safe and sustainable food production, AVRDC Technical Bulletin nr 32.
- Moustier, P., Dao, T.A., Sacklokham, S., 2009. Linking small-scale farmers to supermarkets and other quality chains. Final Superchain report. CIRAD, CASRAD, Hanoi, http://www.malica-asia.org.
- Moustier, P., Phan, T.G.T., Dao, T.A., Vu, T.B., Nguyen, T.T.L., 2010. The role of Farmer Organisations Supplying Supermarkets with Quality Food in Vietnam. In: Food Policy, 35, pp. 69-78.
- Moustier, P., Vagneron, I., Bui, T., 2004. Organisation et efficience des marchés de légumes approvisionnant Hanoi (Vietnam). In: Agricultures, Cahiers d'études et de recherches francophones, 3, pp. 142-148.
- Phan, T.G.T., Loan, L.T., 2006. The participation of the poor in vegetable chains to Ho Chi Minh City, in: Moustier, P., Dao, T.A., Hoang, B.A., Vu, T.B., Figuié, M., Phan, T.G.T. (Eds.), Supermarkets and the poor in Vietnam. The Gioi, Hanoi, pp. 292-324.
- Son, H.T., Nguyen, H.A., Moustier, P., 2003. Coûts et résultats économiques de certains cahiers des charges de production des légumes CIRAD, internal document, Montpellier.
- Vietnam Ministry of Agriculture, M.O.H., Cida, 2009. Report on Supplementary Food Safety Survey Results. CIDA, Hanoi.

Influência das políticas públicas na agricultura urbana em Piracicaba, Brasil

Cristiano G. Vitorino, Gabriel M. C. de Freitas, Caio Hamamura, Mayra F. Tavares, Amabille C. Silva, Maria C. N. Bernardes, Evelise M. Moda, Flávio B. Gandara Universidade de São Paulo cristiano.vitorino@usp.br

Piracicaba, cidade com cerca de 365.000 habitantes no sudeste do Brasil, tem uma forte tradição agrícola. Embora uma grande área ao redor da cidade seja cultivada, apenas uma pequena fração é dedicada à produção de alimentos. Como resultado, Piracicaba precisa importar a maior parte dos alimentos que consome, o que aumenta o preço dos produtos.

Em 1982, os vereadores locais criaram um sistema de "varejões", distribuídos em 24 locais diferentes da cidade, para melhorar o abastecimento de hortaliças e frutas – alimentos não priorizados pelo comércio privado. Esses varejões são mercados varejistas geridos pela prefeitura, onde um preço máximo é fixado para cada produto.



Varejão in Piracicaba Foto: Cristiano Gustavo Vitorino

Eles funcionam como mercados públicos especializados na comercialização de alimentos (Crocomo, 1992).

Um objetivo importante da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento Alimentar (SEMA) é aumentar a produção de alimentos dentro e ao redor das áreas urbanas. Para tanto, o governo local fornece incentivos, inclusive o abatimento em taxas municipais, e oferece treinamentos para ajudar os produtores a aumentar e diversificar suas atividades e encorajar a produção de alimentos.

Este artigo sumariza o contexto da distribuição de alimentos no Brasil, focando o papel dos "varejões" na preservação da agricultura urbana em Piracicaba.

O abastecimento de alimentos no Brasil

O abastecimento de alimentos no Brasil vem sendo controlado pelas grandes redes de super e hipermercados (Mainville *et al.*, 2008). Como em muitos países, as grandes cadeias de

supermercados tendem a dominar o mercado varejista de alimentos. Elas formam uma barreira, já que os pequenos estabelecimentos e outros tipos de varejistas são muito pequenos para poder competir. De acordo com Silva *et al.* (1998), os supermercados correspondem a cerca de 85% do volume total de vendas no Brasil, embora representem apenas 15% do número total de empresas comerciais vendedoras de alimentos. Porém, contrariamente à tendência internacional, o número de mercados varejistas de alimentos, como as feiras-livres, quitandas, e *varejões*, tem permanecido estável e em certos casos até aumentado (Mainville *et al.*, 2008). As razões para isso é sua proximidade com relação aos consumidores (os supermercados são em menor número e muito menos próximos), seus preços mais baixos, maior variedade de produtos frescos e o contato direto com os produtores, que significa, para muitos compradores, maior garantia de qualidade.

O fator decisivo nesse florescente mercado de pequena escala para os produtos agrícolas é constituído pelas políticas locais voltadas para a alimentação, que focam no fornecimento de alimentos seguros e saudáveis para a população. Políticas inicialmente nacionais, elas foram gradativamente se tornando de responsabilidade dos governos municipais, seguindo uma tendência nas políticas públicas brasileiras, de fortalecer o poder político dos municípios.

Os varejões de Piracicaba

A criação dos varejões em Piracicaba, em 1982, resolveu vários problemas do comércio local de hortaliças, entre eles o fato de a área destinada à sua venda no mercado local ter-se

tornado muito pequena para a demanda atual, as feiras-livres que já mostram sinais de decadência, os preços dos produtos nos supermercados locais terem se tornado abusivos, e – principalmente – a distribuição de alimentos produzidos localmente, que merecia mais oportunidades de comercialização.



Varejão in Piracicaba - Foto: Cristiano Gustavo Vitorino

Nos varejões, os produtos são vendidos pelos produtores (que também podem vender produtos de outros agricultores) e por negociantes que compram produtos dos grandes atacadistas regionais (CEAGESP em Piracicaba e CEASA em Campinas) para vender no varejo. Estima-se que apenas 25% de todos os alimentos vendidos em Piracicaba são produzidos no próprio município.

A SEMA monitora os varejões para assegurar que eles ofereçam frutas e hortaliças frescas e cereais de boa qualidade a preços baixos. Os preços dos alimentos são estabelecidos pelo Departamento de Abastecimento da SEMA, que verifica os preços praticados na CEAGESP duas vezes por semana. O preço final para o consumidor é calculado tirando-se a média do preço no atacado e acrescentando 20%.

Os preços são justos tanto para os produtores quanto para os consumidores: são mais baixos do que nos supermercados, mas ainda suficientes para cobrir os custos de produção e gerar lucro para os produtores.

Como o número de consumidores aumentou muito desde o seu início, os varejões passaram a oferecer uma variedade mais ampla de produtos, como carne, frango, peixe, temperos, geleias e flores. Em média, 863 toneladas de alimentos são vendidas mensalmente.

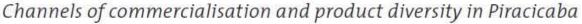
Estudo sobre agricultura urbana

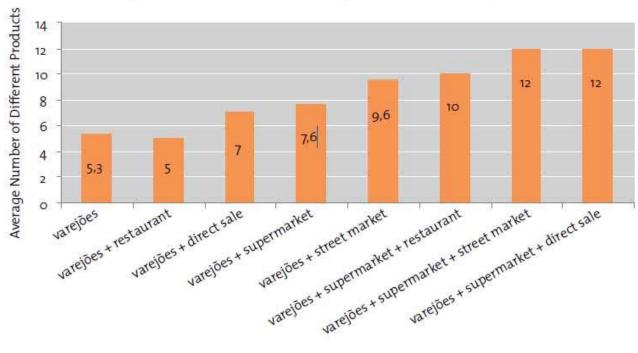
Em 2009 foi realizado um estudo sobre os produtores urbanos dentro e ao redor de Piracicaba. Um total de 19 produtores que fornecem hortaliças para os varejões da SEMA foram pesquisados, usando-se entrevistas semi-estruturadas. As áreas de cultivo são pequenas: o tamanho médio foi 2,1 ha, variando entre 0,3 e 6,0 ha. Eles dependem em grande parte da mão-de-obra familiar e os principais produtos são as hortaliças folhosas para vender.

Além desses produtores urbanos, existem seis produtores rurais que abastecem o sistema de varejões, mas esses não foram considerados neste estudo.

Dos produtores entrevistados, três vendiam seus produtos por um só canal (o varejão); doze usavam dois canais, e quatro usavam três canais de venda. Além dos varejões, os outros dois principais canais de venda são as feiras-livres e os supermercados.

Canais de comercialização e diversidade de produtos em Piracicaba





Número médio de produtos diferentes

Varejões; Varejões+restaurantes; Varejões+vendas diretas; Varejões+supermercados; Varejões+vendas na rua; Varejões+supermercados+restaurantes; Varejões+supermercados+vendas na rua; Varejões+supermercados+vendas diretas

Os mercados de rua demandam uma grande variedade de produtos. Por isso os produtores que vendem diretamente nas ruas precisam diversificar a sua produção. Os produtores que vendem para mercados atacadistas não precisam diversificar, mas precisam corresponder a exigências de pontualidade e quantidades maiores. Isso motiva alguns produtores a se especializarem na produção em grande escala de apenas um ou poucos produtos.

Considerações finais

Os varejões desempenham um papel importante na segurança alimentar dos grupos de menor renda de Piracicaba, tanto consumidores quanto produtores, graças aos preços máximos fixados. Os pequenos produtores também são ajudados, já que não precisam produzir nem vender grandes quantidades de seus produtos. Alguns produtores mencionaram que jamais cultivariam alimentos para vender se não fossem os varejões.

Outros benefícios para esses produtores de pequena escala incluem uma clientela estável (os consumidores que preferem esse tipo de mercado), a isenção de taxas e a disponibilidade de bancas no interior dos varejões. Essas duas últimas facilidades reduzem as despesas do produtor e aumentam, portanto, a sua renda. O papel das autoridades locais também é importante, já que elas regulam a qualidade e os preços, bem como contribuem para que os produtores aumentem a sua produção e melhorem a qualidade de seu produto.

Referências

- Crocomo, F. (1992) A administração pública municipal e o abastecimento de hortigranjeiros: o caso dos Varejões Municipais de Piracicaba, Estado de São Paulo. 1992.
 159p. Dissertação (Mestrado em Economia Agrária)-Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba.
- Mainville, D.Y., Reardon, T., Farina, E.M.M.Q. (2008) Scale, scope, and specialization effects on retailers procurement strategies: evidence from the fresh produce markets of São Paulo, Rev. Econ. Sociol. Rural, Brasília, v.46, n.1.
- Silva, R.O.P, Souza, R.A.M., Mandelli, C.S., Tasco, A.M.P (1998) Comercialização Hortícola: análise de alguns setores do mercado varejista de São Paulo. Informações Econômicas. Instituto de Economia Agrícola, São Paulo, v.28, n.10, p.7-23.

Uma análise dos mercados de Rosário, Argentina

Mariana Ponce e Raúl Terrile

Programa de Agricultura Urbana Secretaria de Ação Social – Prefeitura de Rosário lasnornas@gmail.com e raul.terrile@gmail.com

A comercialização da agricultura urbana também pode levar à exclusão. Portanto, o desafio para os governos é implementar políticas públicas que gerem e encorajem uma economia mais acessível às pessoas, inclusive que evitem a (demasiada) dependência de subsídios – embora reconhecendo a importância do papel do estado no apoio aos grupos mais vulneráveis. Para quem participa de tais iniciativas governamentais, especialmente as ligadas à agricultura urbana, o desafio é desenvolver meios criativos para integrar todos os atores no processo.

O Programa de Agricultura Urbana de Rosário foi iniciado em 2002 (ver edições anteriores

desta Revista). Ele é implementado pela Secretaria de Ação Social da prefeitura de Rosário, em cooperação com a ONG CEPAR e o Programa Nacional de Segurança Alimentar Pro-Huerta INTA. Convertido em política pública, ele está atualmente em fase de consolidação.



Feira na Praça San Martin, em Rosário - Foto: Raul Terrile

O programa funciona junto aos agricultores para criar um tipo diferente de economia, que integre as pessoas e gere espaços inclusivos de produção, comercialização, organização, participação e desenvolvimento político.

O programa apoia os produtores urbanos ao lhes fornecer assistência técnica e treinamento, além de insumos e da infraestrutura básica para as operações de produção, processamento e comercialização. O governo local subsidia a agricultura urbana com o apoio de agências de cooperação internacional (ICLEI, IPES, IDRC, RUAF entre outras). A esta altura de sua história, vale a pena refletir sobre o papel da comercialização da agricultura urbana como uma ferramenta nesse processo de criar uma economia social, baseada na solidariedade.

Tal economia é entendida como um sistema que promove o fluxo de recursos no nível local, conectando, portanto os atores locais. É um espaço para a ação onde os indivíduos, famílias e organizações sociais trocam bens, mas também valores, conhecimento e cultura com base nos princípios da solidariedade. Trata-se de construir mercados onde os preços e as relações são mais orientados para a integração e a equidade do que apenas para o lucro financeiro.

Esse sistema promove a capacitação dos cidadãos que estavam excluídos do mercado de trabalho e objetiva restaurar seus direitos e encorajar o desenvolvimento de laços sociais. Os produtores urbanos (que vivem em condições socialmente vulneráveis) são vistos como atores importantes nessa economia local.

A experiência de Rosário

O Programa de Agricultura Urbana começou no meio de uma grande crise socioeconômica na Argentina (ver também a R-AU nº. 22), e um de seus principais objetivos era tornar-se uma opção produtiva para a geração de renda, não só ajudando as famílias a economizar dinheiro, pelo cultivo de seus alimentos, mas também lhes permitindo auferir rendimentos pela venda dos excedentes. Integrados a esse processo de comercialização, vários pontos de venda foram identificados em Rosário e apoiados pelo Programa. Esses canais de venda crescentemente complexos refletem a crescente valorização da agricultura urbana na cidade e resultaram na necessidade de novos meios para organizar os produtores, como através, por exemplo, da formação da Rede de Hortelãos e Hortelãs (*Red de Huerteros y Huerteras*).



Preparando sacolas de hortaliças orgânicas para venda no Parque Molino Blanco Foto: Raul Terrile

Foram estabelecidos os seguintes canais de comercialização:

• As hortas propriamente ditas, onde os consumidores vão em busca de produtos frescos.

- As vendas na vizinhança, onde os produtores oferecem os seus vizinhos. Em alguns casos, eles percorrem as ruas com um carrinho adaptado para a venda de hortaliças.
- Os mercados de produtores semanais, dos quais hoje existem seis em operação, de segunda a quinta-feira, em diferentes espaços públicos da cidade, como praças e centros municipais. Entre os produtos vendidos nesse sistema incluem-se também as plantas ornamentais e aromáticas, produtos cosméticos naturais e bandejas com hortaliças processadas (lavadas e cortadas).
- Os esquemas de entrega domiciliar de cestas com 6 kg de hortaliças orgânicas.
- As vendas nos supermercados locais, onde os produtos são expostos em uma seção exclusiva (desde 2009).
- As vendas para companhias agroindustriais e de cosméticos naturais apoiadas pelo Programa.
- As lojas que vendem principalmente bandejas com salada semipronta e outras formas de hortaliças e frutas processadas.

Esses canais de comercialização têm algumas características em comum:

Os produtos são vendidos destacando-se suas dimensões social e ambiental.

O relacionamento entre produtor e consumidor é fortalecido por meio de cadeias curtas.

A origem dos produtos é facilmente rastreada graças a essas cadeias curtas; o consumidor pode até visitar os lotes e conhecer os produtores.

Para alguns produtos, como as bandejas com hortaliças orgânicas, foram realizados progressos na rotulagem (incluindo o nome e localização do produtor).

Outro ator recente e importante é a Rede de Consumidores Vida Verde, um grupo de pessoas conscientes quanto à qualidade de sua alimentação.

Além de comprar os produtos dos agricultores locais, os consumidores visitam as hortas, divulgam o consumo dos produtos locais, participam de almoços solidários promovidos pela Rede de Hortelãos e Hortelãs, e colaboram nas atividades de avaliação da qualidade dos produtos.

Estratégias de comercialização

O perfil dos produtores urbanos precisa ser considerado quando se analisam as várias estratégias comerciais. Todos esses produtores pertencem a grupos sociais vulneráveis, mas eles têm variados níveis de educação escolar, de conhecimento agrícola, de experiência organizacional, de acesso seguro a rendimentos etc.

Os vários grupos produtivos estão portanto posicionados desigualmente para tirar vantagem de cada canal de comercialização que foi identificado.

Canal de venda:	Pré-requisitos	Pontos fortes	Pontos fracos
Venda no local de produção	Um espaço preparado	Baixa exigência de infraestrutura	Renda instável
	Organização para otimizar o uso do tempo e do espaço e garantir acesso equilibrado aos benefícios para todos os produtores	Fortalece a relação direta entre produtor e consumidor	Em comunidades muito pobres e vulneráveis, a renda gerada é limitada
	Alfabetização básica	Não requer o transporte dos produtos	Fragilidade dos preços (risco de precisar barganhar)
Vendas em mercados de produtores ao ar livre	Vontade política das autoridades locais Equipamentos, infraestrutura	Maior visibilidade para as atividades de agricultura urbana A produção nas vizinhanças é valorizada	Renda instável devido às eventuais condições climáticas adversas Dependência com relação ao governo local (transporte e instalação das feiras itinerantes)
	Alfabetização básica	Diálogo intercultural (periferia- centro) Desenvolvimento da cidadania Validação social	Não exige uma produção planejada (variedade do suprimento limitada)
		Espaço para diálogo entre os produtores Mulheres: maior mobilidade territorial e habilidade para controlar o dinheiro	
Vendas de porta em porta e entrega de cestas	Organização, planejamento e logística ajustados à demanda	Promove renda mais estável; Atrai os consumidores com consciência social e ambiental; Encoraja a lealdade	Fraqueza na organização, planejamento e logística
	Produção planejada ajustada à demanda	Encoraja o planejamento da produção	Custos para os produtores (atualmente subsidiados para o transporte)
	Infraestrutura e condições ao longo da cadeia para conservar a qualidade do produto; ou seja, embalagens adequadas	Promove a associação entre os produtores	Exige um nível sustentado de entrega, ao longo do tempo, em termos de volume
Vendas para supermercados	Organização, planejamento e logística ajustados à demanda	Vendas garantidas, acordos com o grande comprador Demanda estável, renda constante	Preços comparados com os produtos convencionais Os pagamentos não são imediatos
	Acordos prévios	Pagamentos regulares	É preciso promover os produtos
Vendas para agroindústrias (de hortaliças e plantas aromáticas e medicinais)	Organização para assegurar a produção e o fornecimento	Pagamentos garantidos	Compras sazonais
	Qualidade do produto	Os preços são definidos por acordo, bem como o volume fornecido (no caso de processadores de hortaliças etc.)	Preços diferenciados por que os produtos servem como matéria prima para um processo mais complexo
Mercados orgânicos e agroecológicos	Organização consolidada dos produtores	Formalização	Fraqueza na organização, planejamento e logística
	Investimento inicial e manutenção do local de vendas	Possibilidade de terceirizar o serviço de vendas	Os riscos ficam mais difusos com a terceirização
	Vontade política, implementação	Disponibilidade de um local de vendas permanente	Exige atenção constante

Os produtores urbanos de Rosário têm a oportunidade para escolher o canal de comercialização que seja mais apropriado para a sua situação, dependendo de suas capacidades em termos de conhecimento e produção, e de sua estratégia de geração renda.



Vendendo direto do canteiro para a consumidora Foto: Antonio Lattuca PAU

É importante que essas cadeias de comercialização sejam sustentadas por todos os atores envolvidos. Em geral, os mercados de produtores parecem ser o espaço mais apropriado para os pequenos e médios agricultores urbanos, pelo fato de que esse canal não exige

planejamento, e cada um vende o que trouxe.

As estratégias envolvendo as vendas no local de plantio ou nas ruas do bairro também são viáveis para esses tipos de produtores.



Ponto de venda com hortaliças produzidas na cidade de Rosário -Foto: Raul Terrile

Por outro lado, as cadeias de produção ligadas à entrega de cestas, à venda para supermercados e para o mercado orgânico são alternativas muito promissoras para os agricultores urbanos que cultivam lotes médios e grandes, e que escolheram a agricultura urbana como sua principal fonte de renda.

Essas cadeias exigem mais organização dos produtores, que devem ser capazes de planejar e manter sua produção em termos de quantidade e qualidade.

Considerações finais

Por esses vários canais de venda, os produtores organizados são capazes de desenvolver as suas capacidades, de modo a alcançar níveis ainda mais altos de organização e autonomia.

Ainda não está claro até que ponto o governo local pode facilitar as condições apropriadas para que a agricultura urbana se torne uma fonte primária de renda para os pobres urbanos, especialmente em um contexto onde a agricultura é desvalorizada ou superexplorada, e a produção de alimentos entra em conflito com a lógica da agricultura industrializada.

Agricultura urbana apoiada pela comunidade: O projeto Hortas Solidárias (Orti Solidali) em Roma, Itália

Brunella Pinto
pinto@fondazionedirittigenetici.org
Les Levidow
l.levidow@open.ac.uk
Andrea Pasqualotto

As redes alimentares locais na Itália são, em sua maioria, iniciativas promovidas pelos agricultores, com pouco envolvimento dos consumidores. Uma exceção a esta tendência é o *Progetto Orti Solidali* – POS – um exemplo ambicioso de "agricultura apoiada pela comunidade" (*Community Supported Agriculture* - CSA) em Roma. Desde seu início em 2009, as *Orti* pretendem criar um modo mais sustentável de produzir e consumir alimentos. Seu *slogan* é: "nós não vendemos hortaliças; nós cultivamos a *sua* horta".

Entre os vários tipos de agricultura urbana, a CSA encontrou um meio para criar relações mais próximas entre os produtores e os consumidores. De acordo com Henderson e Van En (1999), cada iniciativa de CSA é única. A CSA pode ser considerada como uma ferramenta para a mudança, aproveitando a atual preocupação com relação aos alimentos, predominante na Europa, para encorajar sistemas de produção mais sustentáveis, com maior responsabilidade da parte dos consumidores, e com retornos mais justos para os produtores.

O acesso ao solo urbano

Na Itália, o acesso às terras urbanas é garantido para as associações e empresas comunitárias (p.ex.: nos parques urbanos e suburbanos) ou para grupos especiais da população (como projetos de horticultura para idosos e iniciativas educativas para crianças). O acesso à terra não é garantido para usos comunitários mais gerais.



Consumidores voluntários apoiando a agricultura Foto: Michele Vitiello

Para expandir o acesso à terra nos espaços urbanos disponíveis, alguns ativistas propõem reviver e adaptar antigos costumes com relação aos "bens comuns". Assim eram consideradas as terras, florestas e cursos d'água que podiam ser usados gratuitamente pelos camponeses na Europa medieval. Por exemplo, a terra arável pode ser vista como um "bem comum" que precisa ser preservado; do mesmo modo, os bens comuns urbanos poderiam ter usos alternativos coletivos.

O projeto Hortas Solidárias é uma parceria

O projeto iniciou-se em uma entidade beneficente semi-autônoma (*Il Tetto Casal Fattoria*), que abriga refugiados e jovens em situação de risco, com o objetivo de ajudá-los a desenvolver plenamente o seu potencial.

Uma colaboradora dessa iniciativa, especialista em agricultura orgânica e participante da Escola Livre de Agricultura Sinergística 'Emilia Hazelip', idealizou a implantação de um sistema alimentar local urbano – que se tornou o projeto Orti Solidali.

Mais do que uma forma de relação entre produtores e consumidores, o POS pretende ser uma iniciativa econômica e ambientalmente sustentável. Ele também pretende promover a inclusão social, tanto para os consumidores assinantes do esquema quanto para os agricultores que os alimentam – no caso, quatro jovens refugiados que vivem no abrigo. Uma parceria direta permite a eles aprenderem habilidades que poderão aplicar de modo independente onde quer que eles venham a viver no futuro.

Após um treinamento em agricultura sinergística, os produtores (juntamente com um tutor) prepararam, em um terreno de 10.000 m2 na periferia de Roma, 60 pequenas hortas do tamanho adequado ao consumo de uma família.

A área foi arrendada de uma cooperativa social que produz alimentos orgânicos no cinturão verde da cidade.

Cada uma das parcelas foi reservada para uma família consumidora, que paga uma taxa anual e recebe semanalmente uma quantidade fixa de hortaliças produzidas em sua parcela específica e de acordo com suas preferências (escolhidas entre uma variedade de cultivos adequados para as várias épocas do ano). Nesse modelo de CSA, todo o trabalho necessário é fornecido pelos quatro jovens.

A assinatura anual é calculada para cobrir os custos diretos da iniciativa (sementes, mudas, insumos e ferramentas) e o salário anual dos quatro trabalhadores, de modo que a atividade é plenamente auto-sustentável.

Muitos itens essenciais – p.ex. implementos agrícolas, equipamento para irrigação e sementes – foram doados em resposta a apelos através da internet, de modo que o projeto pôde minimizar os custos iniciais e evitar dívidas financeiras em sua implantação.

Essa iniciativa combina três condições de sustentabilidade:

- A condição ambiental é promover uma prática agrícola com baixo impacto ecológico;
- A condição econômica é criar uma renda estável para os jovens refugiados através da agricultura em pequena escala; e
- A condição social é a reconstrução da relação de cooperação entre produtores e consumidores para incluir socialmente os agricultores através de oportunidades de trabalho no sistema alimentar da comunidade.

A agricultura sinergística

As parcelas são cultivadas de acordo com os métodos da "Agricultura Sinergística", desenvolvida pela espanhola Emilia Hazelip, baseada em parte nas ideias e experiência do japonês Masanobu Fukuoka (1985; ver também "O Jardim de *Emilia Hazelip*).

Esse método consiste em uma abordagem ecológica que oferece soluções para os problemas da agricultura industrial e para os danos ambientais que ela provoca). A agricultura sinergística melhora a qualidade do solo ao usar canteiros permanentes cobertos sempre com bastante "mulch" (cobertura morta), e ao cultivar diversas plantas misturadas, de acordo com os princípios da fitosociologia.

A agricultura sinergística não permite o uso de fertilizantes sintéticos nem o revolvimento do solo. Por este método, a maior parte do trabalho exigido pela agricultura convencional é dispensada, tornando-o a melhor opção para iniciativas envolvendo pouca mão-de-obra e com os maiores benefícios ambientais e econômicos.

As hortaliças cultivadas por esse método sinergístico são de alta qualidade, completamente orgânicas e geralmente mais baratas do que as hortaliças orgânicas vendidas nos mercados de produtores e supermercados, já que não há custos com fertilizantes e seus custos com mão-de-obra são bem menores.

Embora métodos similares sejam usados também na permacultura, e outras linhas de agricultura natural, existem diferenças entre a agricultura sinergística e os demais sistemas.

Firmando o compromisso com os consumidores assinantes

Como é verificável em iniciativas similares ao redor do mundo, a CSA é mais do que um modelo de cadeia curta de valor. Ela também é um instrumento para criar e fortalecer relações sociais em um contexto urbano, ao construir comunidades alimentares ligadas a necessidades em comum, como a qualidade dos alimentos e a segurança alimentar.

A coesão comunitária aumenta com a maior integração entre os produtores e os demais participantes, especialmente por meio de responsabilidades e resultados compartilhados. E isso traz muitos benefícios que vão além do próprio abastecimento alimentar melhorado.

Como um dos primeiros passos para implantar uma iniciativa no modelo das *Orti*, o tutor deve organizar apresentações públicas para identificar os potenciais assinantes comprometidos. Inicialmente, foram recebidas 200 inscrições para as 60 parcelas disponíveis. O tutor selecionou cuidadosamente aquelas pessoas que mostraram um forte interesse nos objetivos sociais da iniciativa. Nenhuma exigência com relação à faixa etária, ao nível social ou econômico foi colocada.

No início da campanha de subscrição, o tutor promoveu oficinas grátis sobre Agricultura Sinergistica para os interessados em se tornar assinantes.

A campanha de educação dos assinantes buscava transformar *consumidores* em *consumo-atores*, um termo que tem sido popularizado na Itália (http://consumattore.wordpress.com, http://www.altromercato.it).

Em retorno pela oficina, os assinantes devem prestar algum auxílio voluntário no cultivo da horta. Os assinantes foram solicitados a ajudar na implantação inicial das parcelas, e por meio desse trabalho voluntário foram dispensados de pagar parte de sua cota.

A iniciativa das *Orti Solidali* está estruturada como uma parceria onde os assinantes e os horticultores compartilham responsabilidades e recompensas, diferentemente de outros métodos de CSA. Os assinantes pagam o mesmo preço fixo desde o começo: cerca de 300 Euros por 52 cestas de hortaliças por ano. Isso tem sido suficiente para os 60 assinantes manterem os salários dos quatro horticultores, apesar de várias dificuldades na produção. Os agricultores recebem menos dinheiro do que nas cadeias alimentares convencionais, mas têm maior segurança financeira. Com os pagamentos no início da estação de plantio, eles podem comprar sementes, equipamentos e outros insumos. Os assinantes recebem mais produtos e de melhor qualidade por preços menores do que nos mercados de produtores; e cada um deles ainda "tem" uma horta produzindo só o que lhe interessa – uma vantagem sem comparação com o que é oferecido em outras cadeias curtas de fornecimento.

Como em toda CSA, sua principal força são os consumidores e sua participação e compromisso de longo prazo – mais do que os preços mais baixos ou outros benefícios comerciais. Esse compromisso permitiu que o projeto superasse muitos obstáculos que poderiam tê-lo inviabilizado.

O rumo adiante: uma nova ética

A iniciativa enfrentou muita incompreensão e conflitos com a fazenda cooperativada que ofereceu a terra e a infraestrutura, aparentemente por causa de objetivos organizacionais bem diferentes. Além disso, a *Orti* enfrentou seca e ventos fortes, e, uma vez, ovelhas invadiram a área, comendo e destruindo tudo. No outono de 2009, os responsáveis pela iniciativa decidiram mudá-la para outro local, e reconstruir completamente a infraestrutura da horta.

Essas dificuldades causaram um grande atraso na produção e distribuição das cestas, limitando o envolvimento de mais assinantes na rede da CSA. A participação dos assinantes foi prejudicada pela sua pouca disponibilidade de tempo (consumido nas tarefas urbanas cotidianas), combinada com a localização periurbana dos dois terrenos (que consumia um tempo significativo no deslocamento). Mesmo assim, os assinantes da *Orti* mantiveram seu compromisso, em parte graças à cuidadosa seleção inicial. Apesar dos atrasos na distribuição das cestas, apenas um dos 60 assinantes decidiu pela suspensão de seu contrato.

Para pesquisar as atitudes dos assinantes, especialmente seu compromisso com o projeto, foram distribuídos questionários perguntando sobre as suas motivações e satisfação, e seu envolvimento na iniciativa de CSA. Em ordem de importância, suas motivações eram éticas, ambientais e sociais.

A maior parte das respostas enfatizou o compromisso ético envolvido nessa iniciativa, embora as respostas também incluíssem opções "econômicas" e de "segurança alimentar". Essas respostas ilustram a surgimento de uma nova ética que afeta os fatores econômicos, sociais e ambientais, oferecendo novas relações alternativas na produção e distribuição dos alimentos (Dalla Costa, 2007).

No projeto *Orti*, a comunicação entre os produtores e os consumidores se dá principalmente por meio da internet – usando-se uma lista de endereços e um blog. Nas respostas dos assinantes ao questionário, a comunicação foi vista como suficiente para eles se sentirem envolvidos na iniciativa, apesar dos atrasos na distribuição das cestas.

Quando perguntados sobre como superar essas dificuldades, surgiram sugestões como 'esperar que os obstáculos sejam superados' e "usar a força e os recursos do grupo" para prosseguir com o projeto. Quando perguntados sobre como enriquecê-lo, os assinantes sugeriram as seguintes atividades: construir uma rede; combinar os vários tipos de conhecimentos disponíveis; fortalecer o grupo e suas interrelações.

A tabela abaixo resume as principais forças e fraquezas do projeto *Orti Solidali* após um ano de atividade.

Pontos fortes	Pontos fracos
O método agronômico usado reduz a pressão ambiental e a dependência de recursos fósseis. Benefícios econômicos – a renda líquida para os horticultores por área cultivada é maior e mais estável do que na agricultura convencional. O solo se valoriza pela introdução da função social da agricultura. A zona periurbana torna-se uma referência diária para os moradores urbanos. Os assinantes pagam diretamente pela atividade agrícola, sem intermediários.	O potencial de gerar emprego e, portanto, sustentabilidade econômica para muitas pessoas, não é significativo. A distância geográfica prejudica maior envolvimento dos assinantes urbanos. Os assinantes têm pouco envolvimento, especialmente nas atividades agrícolas.

Com base nesse levantamento e em nossa experiência, podemos sugerir que uma iniciativa de SCA deve começar com as seguintes medidas: (1) uma seleção inicial cuidadosa dos participantes quanto à sua motivação para assegurar um compromisso firme; (2) maior proximidade possível entre o campo de cultivo e a comunidade de assinantes; e (3) variadas atividades comunitárias ao redor das hortas para fortalecer a coesão social entre os assinantes.

O projeto *Orti Solidali* demonstra que iniciativas de SCA podem desenvolver alternativas para o crescimento econômico, o consumo crescente e as cadeias de grande escala, orientadas para a maximização dos lucros.

Algumas estratégias alternativas foram conceituadas como "decrescimento" – tentando satisfazer as necessidades humanas com o uso mínimo de recursos naturais, operando portanto fora de uma economia "racionalmente calculável" (ver Fotopoulos, 2007; Fournier, 2008; Latouche, 2006, 2009).

Um exemplo de decrescimento, as *Orti* de Roma obtêm recursos e oferecem benefícios que não são mensuráveis pelas cadeias de valor convencionais. Ao mesmo tempo, seus métodos têm uma relevância maior, para além dos objetivos do decrescimento.

Agradecimentos

A pesquisa que levou a esses resultados recebeu recursos da Comunidade Europeia (Seventh Framework Programme) pelo contrato n° 217647, intitulado "Co-operative Research on Environmental Problems in Europe" - CREPE) durante os anos de 2008-10. O projeto geral empodera e financia a participação de organizações da sociedade civil em pesquisa cooperativada sobre várias questões agroambientais. Conduzida pela Fondazione dei Diritti Genetici (FDG), esse estudo foca no envolvimento das organizações da sociedade civil em atividades específicas de SCA. Em novembro de 2009, a FDG realizou uma oficina nacional com o nome de "A Agricultura Apoiada pela Comunidade e as redes alimentares alternativas em áreas urbanas" (Pinto e Pasqualotto, 2009).

Referências e sítios de interesse

- Consum-attore, http://consumattore.wordpress.com, http://www.altromercato.it
- Dalla Costa, Maria (2007) 'Food as common and community', The Commoner no.12, www.thecommoner.org
- El Jardin de Emilia Hazelip, a video on Synergistic Agriculture, http://nueva-era.es/el-jardin-de-emilia-hazelip/
- Fotopoulos, T. (2007) 'Is degrowth compatible with a market economy?' International Journal of Inclusive Democracy 3(1), http://www.inclusivedemocracy.org/journal/vol3/vol3_no1_Takis_degrowth.htm
- Fournier, Valerie (2008) Escaping from the economy: the politics of degrowth, International Journal of Sociology and Social Policy 28 (11/12): 528-45.
- Fukuoka, Masanobu (1985) The Natural Way of Farming. Japan Publications (JP/US).
- Hazelip Emilia, Agricoltura Ecologica Ecologia Profonda,
 http://www.agricolturasinergica.it/articoli/eh_agricolturaecologica.pdf
- Henderson, Elizabeth and Van En, Robyn (1999) Sharing the Harvest: A Guide to Community Supported Agriculture, White River Junction, Vt: Chelsea Green Publishing Co.
- Latouche, Serge (2006) 'The globe downshifted', Le Monde Diplomatique, http://mondediplo.com/2006/01/13degrowth
- Latouche, Serge (2009) La città lacerata, http://www.altragricolturanordest.it/dettaglio.asp?Id=836
- Pinto, B. and Pasqualotto, A. (2009) Community-Supported Agriculture as a Model of Local Food System, report of a workshop held on 7 November 2009, Rome, http://crepeweb.net/?page_id=204
- Progetto Orti Solidali, http://ortisolidali.wordpress.com

Promovendo cadeias de valor na agricultura urbana para o desenvolvimento local em Quito, Peru

Alexandra Rodriguez Dueñas, AGRUPAR arodriguez@conquito.org.ec

O apoio do governo municipal à agricultura local em Quito nasceu como resposta à insegurança alimentar nas áreas mais pobres da cidade, e foi mais tarde expandido para toda a região metropolitana. A tecnologia produtiva usada foi adaptada às diversas zonas climáticas (entre 500 e 4.800 metros acima do nível do mar – ver também o artigo na Revista de Agricultura Urbana nº. 22).

O Projeto Participativo de Agricultura Urbana – AGRUPAR vem sendo implementado na área desde 2002, focando na segurança alimentar e promovendo o processamento da produção, o acesso ao microcrédito, a gestão de microempresas, a promoção de vendas e a comercialização dos produtos.

Inicialmente os vários produtos cultivados pelas unidades produtivas apoiadas pelo AGRUPAR forneciam alimentação fresca e saudável para as famílias produtoras e os excedentes eram trocados em um processo solidário encorajado pelo projeto, ou vendidos nas hortas e vizinhanças. Com o passar do tempo, alguns produtores urbanos começaram a vender em eventos especializados denominados Bio-Feiras (organizadas pelo projeto), ou formaram redes para distribuir cestas de hortaliças orgânicas a consumidores cadastrados.

Dessa maneira foi iniciado um processo de adicionar valor para os produtos da agricultura urbana. Além de viabilizar as Bio-Feiras, esse processo inclui também os seguintes aspectos:

- Atividades de colheita e pós-colheita melhoradas, para atender os padrões de qualidade exigidos pelos consumidores, envolvendo mais os produtores no processamento e comercialização dos produtos. Essas atividades incluem a limpeza, lavação, seleção, secagem, processamento ou moagem dos alimentos, considerando ainda que uma porcentagem da produção não poderá ser comercializada por questão de qualidade, devido a sua forma, cor, madureza ou tamanho inadequado.
- O uso de contêineres, embalagens e rótulos identificando a empresa, e cartões de visita, listas de preços e impressos com receitas.
- O uso de técnicas apropriadas para abater os animais, com ênfase no processamento adequado das carnes e nos controles da cadeia e comercialização de produtos animais em condições refrigeradas.
- Obter certificação orgânica para as unidades de produção que visam esse mercado, e melhorar o acesso a nichos específicos (vendas para embaixadas, instituições privadas e

- públicas etc.). O custo desse processo é dividido igualmente entre o AGRUPAR e os produtores.
- Fornecer refeições prontas usando produtos orgânicos (vegetais e animais) provenientes das áreas produtivas, e contribuir para a recuperação cultural de certos alimentos tradicionais, hoje negligenciados.

A experiência até agora mostrou que é preciso focar mais na capacitação e no apoio aos processos de desenvolvimento das cadeias de valor: não se pode exigir dos produtores que "façam bem" algo que "não conhecem", com recursos que eles "não têm".



Hortaliças embaladas na Bio-Feira - Foto: Jatum Ayllu, AGRUPAR 2010

Por esta razão, é importante considerar a adoção de tecnologias alternativas que reduzam ou eliminem a dependência a recursos externos.

O AGRUPAR encoraja as unidades produtivas a racionalizarem o uso da mão-de-obra ao longo do ano, diversificando horizontalmente a produção e integrando verticalmente o processo agrícola.

Isso envolve todos os atores, sejam os membros da família, da associação ou do grupo solidário, em todas as atividades que antecedem o processo produtivo e também nas que o sucedem, como o processamento e a comercialização.

Microcrédito

Um fator crítico que foi incorporado na cadeia de valor é o acesso a crédito para os produtores urbanos que não têm como obter financiamento no mercado financeiro para investir em suas necessidades específicas. Começando em 2009, o AGRUPAR montou um esquema de microcrédito autogerido, na forma de *Sociedades Populares de Investimento* - SPI).

O esquema é adaptado às necessidades e características dos produtores urbanos e lhes dá um impulso adicional para seus negócios. Para aderir a uma das 35 SPIs atualmente operando em Quito, cada agricultor urbano contribui com um valor equivalente a \$10 ou \$20, dependendo de sua situação financeira. Porém, graças à alta lucratividade da venda de hortaliças orgânicas (especialmente tomate cultivado em estufas), os SPIs foram capazes de levantar bastante capital. Um estudo realizado em 8 SPIs, somando 120 produtores urbanos, mostra que seu capital acumulado em 2009 somava o equivalente a \$50.800.

Olhando para o futuro

O uso de tecnologias alternativas e apropriadas tornou possível processar os produtos excedentes, conservá-los por mais tempo, reduzir as perdas e estender o período de venda. A organização de eventos promocionais, como as feiras comerciais e as reuniões de negócios, permitiu aos produtores envolvidos na cadeia de valor aprender sobre administração de negócios, estabelecer contatos com outros atores-chave, e tomar suas próprias decisões.

A produção de uma variedade de tomate (*Solanum lycopersicum*), capaz de produzir a maior agregação de valor, foi escolhida como a "opção mais promissora" pelos agricultores. As empresas produtivas apoiadas pelo AGRUPAR incluem várias hortaliças certificadas, como cenoura, rabanete, beterraba, alface e brócolis. Esses produtos são vendidos em cestas de hortaliças orgânicas e nas Bio-Feiras. Além disso, também existe atualmente uma ampla variedade de produtos processados, como pickles, geleias e compotas, molhos, doces e bolos nutritivos, lanchinhos (como "chips" de batata ou banana), frutas secas, milho torrado, granola, derivados de mel, condimentos naturais, biscoitos, pão, queijo, iogurte, porquinhos-da-índia abatidos ou assados, galinhas abatidas, e um serviço de entrega de refeições saudáveis prontas. Em 2009, as Bio-Feiras venderam 28.675 kg de produtos avaliados em \$69.500 e distribuíram 722 cestas orgânicas valendo mais de \$5.000.

Até hoje, 56 empresas produtivas foram criadas, envolvendo 228 produtores urbanos (165 mulheres), que ganharam o reconhecimento e a lealdade dos consumidores ao diversificar a linha de produtos disponíveis nas Bio-Feiras. Ao buscar formas de agregar valor à sua produção, eles inovaram e fortaleceram a sua organização, e superaram muitos problemas, como a aquisição de certificados de registro sanitário (que são bastante caros) e a permissão para ocupar espaços onde podem estabelecer pontos de venda em áreas seguras.

Porém esses tipos de problemas requerem o apoio continuado do projeto AGRUPAR e de outras autoridades, de modo a garantir a continuidade de uma atividade que representa uma importante fonte de renda para os produtores urbanos pobres, que, de modo tradicional e em pequena escala, processam e vendem os excedentes que produzem.