



**UnB – UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FUP – FACULDADE UnB DE PLANALTINA**

GRADUAÇÃO: GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

**CADEIA LOGÍSTICA DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO DISTRITO
FEDERAL – PRINCIPAIS DIFICULDADES PARA IMPLEMENTAÇÃO
DAS FEIRAS LIVRES**

ANDERSON AVELINO DA ROCHA

Brasília – DF
2011



**UnB – UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FUP – FACULDADE UnB DE PLANALTINA**

ANDERSON AVELINO DA ROCHA

**CADEIA LOGÍSTICA DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO DISTRITO
FEDERAL – PRINCIPAIS DIFICULDADES PARA IMPLEMENTAÇÃO
DAS FEIRAS LIVRES**

**Relatório de estágio supervisionado
apresentado como requisito parcial para
conclusão do Curso de Gestão do Agronegócio
da Faculdade UnB de Planaltina – FUP UnB**

Orientador (a): Professora Doutora Janaína
Deane de Abreu Sá Diniz.

Brasília-DF
2011

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1. UM POUCO SOBRE A AGRICULTURA ORGÂNICA	4
2.1.1. A LOGÍSTICA.....	6
2.2. O CANAL DE DISTRIBUIÇÃO	7
3. JUSTIFICATIVA	10
4. OBJETIVOS	12
4.1. GERAL	12
4.2. ESPECÍFICOS	12
5. METODOLOGIA DA PESQUISA	13
6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	14
6.1. PERFIL DO PRODUTOR.....	14
6.2. PERFIL DA PRODUÇÃO/ DISTRIBUIÇÃO.....	16
6.3. PRINCIPAIS PROBLEMAS ENFRENTADOS.....	18
7. CONCLUSÃO.....	20
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
ANEXO – QUESTIONÁRIO APLICADO	23

1. INTRODUÇÃO

As mudanças nos hábitos alimentares das pessoas, acentuadas na última década, buscando alimentos mais saudáveis, sem a adição de agrotóxicos, ou de quaisquer substâncias que possam vir a causar algum mal a saúde de quem os consome, bem como a procura por produtos obtidos de forma a manter a sustentabilidade dos sistemas produtivos e meio ambiente, faz crescer a procura por produtos “orgânicos” de uma forma geral.

Este trabalho busca mapear a cadeia produtiva destes produtos orgânicos, mostrando seus problemas e dificuldades.

Foi realizado em parceria com o Núcleo de Estudo, Pesquisa e Extensão em Agroecologia e Sustentabilidade – NEPEAS/FUP que tem como objetivo específico:

1- Implantar o NEPEAS/FUP e propiciar aos membros – docentes, discentes e demais colaboradores - e beneficiários referenciais teórico-metodológicos em Agroecologia e nas dimensões da sustentabilidade nos campos da pesquisa, ensino e extensão;

2- Desenvolver ações educativas, de pesquisa e extensão voltadas para o fortalecimento da transição agroecológica nas comunidades do Entorno do Distrito Federal e Nordeste Goiano;

3- Construir estratégias que possibilitem a consolidação institucional do NEPEAS/FUP enquanto espaço acadêmico estratégico no desenvolvimento de pesquisas e atividades de ensino e extensão especialmente para capacitação de assentados e agricultores familiares.

4- Articular sinergias entre os trabalhos de pesquisa, ensino e extensão agroecológica e desenvolvimento sustentável em andamento na FUP.

A partir destes objetivos este trabalho procura mapear a cadeia de logística dos produtores de orgânicos do Distrito Federal, identificando os principais problemas enfrentados na implementação de feiras livres para distribuição de sua produção. Busca-se dessa forma conhecer melhor estes produtores e suas respectivas comunidades, formando assim um banco de dados que possa dar subsídios aos estudos do NEPEAS/FUP.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. UM POUCO SOBRE A AGRICULTURA ORGÂNICA

Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.(Art. 1º da LEI Nº 10.831, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003¹)

A mesma lei em seu parágrafo 1º cita as finalidades do sistema de produção orgânico. Entre estas tem-se:

- I. A oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais;
- II. A preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção;
- III. Incrementar a atividade biológica do solo;
- IV. Promover um uso saudável do solo, da água e do ar, e reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação desses elementos que possam resultar das práticas agrícolas.
- V. Manter ou incrementar a fertilidade do solo a longo prazo;

A lei é muito abrangente e trata, entre outros aspectos, da certificação dos produtos cultivados (através deste sistema) por organismos oficialmente reconhecidos, para que os mesmos possam ser comercializados como orgânicos.

Art. 3º Para sua comercialização, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente, segundo critérios estabelecidos em regulamento.

§ 1º No caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao

¹ Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.

órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento.

§ 2º A certificação da produção orgânica de que trata o **caput** deste artigo, enfocando sistemas, critérios e circunstâncias de sua aplicação, será matéria de regulamentação desta Lei, considerando os diferentes sistemas de certificação existentes no País. (Art. 1º da LEI Nº 10.831/2003).

Cabe aqui fazermos uma diferenciação entre a agricultura orgânica e a agroecologia, conforme observado na lei 10.831/2003, a agricultura orgânica compreende um sistema de produção em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais. Enquanto que agroecologia é uma abordagem teórica que contribui para o entendimento dos possíveis modos de otimização dos agroecossistemas, considerando os seus ciclos minerais, seus fluxos energéticos, seus processos biológicos e suas relações socioeconômicas, ou seja, que analisa as “interações complexas entre pessoas, culturas, solos e animais” (ALTIERI, 1989) *apud* Schultz (2007).

A preocupação com a forma de cultivo de alimentos pelo sistema convencional tem como marco inicial a publicação do livro Primavera Silenciosa de Rachel Carson em 1962. A autora questiona a crescente necessidade de produtos químicos na produção de alimentos e sua dependência de petróleo como matriz energética.

Na década de 1970 a chamada Revolução Verde dá um impulso impressionante nos sistemas de produção através da implementação de pacotes de insumos químicos e utilização de máquinas e implementos agrícolas de grande porte, tornando o processo altamente industrial, o que veio a causar grande impacto também na sustentabilidade deste modelo produtivo, que é responsável igualmente pela grande agressão ao meio ambiente e por ser responsável pelo aumento da produção de *commodities* em detrimento dos demais alimentos como os hortifrutigranjeiros, que ficaram a cargo dos pequenos produtores ou em sua maioria da agricultura familiar.

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família. (Lei 11.326/2006²).

De acordo com Schimaichel e Resende (2006), a partir da década de 1980, aos poucos, a população foi se atentando quanto aos riscos que o modo de produção irracional e não sustentado apresentava e, finalmente, essa preocupação na década de 90 amadureceu e a sociedade civil passou a exigir mais do setor produtivo que se inseriu parcialmente nesse contexto de reflexão dos problemas ambientais. É dessa pequena parcela do setor produtivo que os produtores orgânicos fazem parte.

Segundo Fonseca *et al* (2010), no setor agrícola, de maneira geral, são poucos os estudos realizados sobre cadeias produtivas, assim como sobre as maneiras de escoamento da produção entre a propriedade e os pontos de venda. Ainda, segundo estes mesmos autores, é possível encontrar material técnico elaborado por empresas governamentais como Emater e Embrapa, e nas entidades certificadoras de produtos orgânicos como o Instituto Biodinâmico (IBD), mas apesar da grande importância da cadeia hortifrutigranjeira para a economia do país, poucos são os trabalhos desenvolvidos nesta área.

Desta maneira, é de suma importância a produção de trabalhos que possam mapear e buscar soluções para os problemas enfrentados pelos produtores de orgânicos, como barreiras que possam dificultar o escoamento e a colocação destes produtos no mercado, como também a necessidade de criar condições para que estes produtores continuem no campo tirando dele seu sustento e alimentando a população brasileira.

2.1. A LOGÍSTICA

Do verbo francês *loger* (alojar) – a palavra *logistique* começou a ser usada pelos militares franceses no século XIX. Expressava uma função de organização, que originalmente era exclusivamente militar. Em meados dos 1960 o termo logística

² Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.

passou a ser utilizado para designar uma seqüência de ações de otimização, a partir de reflexões de responsáveis por empresas.

Atualmente, a logística é vista não apenas como uma ferramenta, mas como um conjunto de atividades direcionadas capazes de agregar valor e otimizar o fluxo de materiais, desde a fonte produtora até o consumidor final, garantindo o suprimento na quantidade certa, da maneira certa, assegurando sua integridade, a um custo razoável, no menor tempo possível e atendendo à todas as necessidades do cliente BALLOU (2006).

A logística passou então a ser vista como um instrumento de planejamento e gestão do futuro, sendo hoje de fundamental importância para a definição de estratégias pelas empresas e pelos produtores rurais. O estudo e definição dessas estratégias será de grande importância para o produtor de orgânicos se manter competitivo conseguindo manter a produção e distribuição de seus produtos. No caso deste estudo, serão abordadas as estratégias para resolução de problemas logísticos de produção, distribuição e implementação das feiras livres de produtos orgânicos na região do Distrito Federal.

2.2. O CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O conhecimento do canal de distribuição surge como maneira de minimizar os gastos com produção e transporte, que antes apenas eram repassados ao consumidor, mas a partir da década de 1990 com a abertura econômica e a relativa estabilidade monetária, as empresas foram obrigadas a rever suas estratégias devido ao crescimento da concorrência para, desta forma, se manterem competitivas no mercado brasileiro.

De acordo com Coughlan *et al* (2002) *apud* Machado e Silva (2002) canal de distribuição é um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo. Nota-se que essa definição indica que várias empresas com diferentes funções e serviços estão inseridas no processo de distribuição de determinado produto ou serviço. Estes canais podem ter diversas funções como; distribuição física de produtos, geração de demanda, gerenciamento de estoques, entre outras.

Ainda segundo Coughlan *et al* (2002) *apud* Machado e Silva (2002) os canais de distribuição são compostos por fabricantes, intermediários e usuários finais. Por fabricante pode-se entender o produtor, que é o elo inicial da cadeia e que detém a demanda. Intermediários são elos que auxiliam na distribuição do produto ou serviço e podem ser atacadistas, varejistas, entre outros, enquanto que os usuários finais, no caso dos produtos orgânicos, são os consumidores destes produtos.

De acordo com Kotler (1996) *apud* Almeida (1999), os objetivos do canal variam de acordo com as especificidades do produto e com as habilidades e fraquezas dos vários tipos possíveis de intermediários.

Os canais de distribuição podem possuir um ou mais níveis, e esta maior ou menor quantidade de níveis pode influenciar na formação de preços e distribuição dos produtos. A feira livre de orgânicos representa o modelo mais simples de canal de distribuição, o chamado canal de nível zero, onde o usuário final (ou consumidor final) adquire o produto ou serviço diretamente do fabricante ou produtor, o que possibilita geralmente a aquisição de produtos a preços mais baixos por estes consumidores.

A figura abaixo ilustra os tipos e níveis de canais de distribuição.

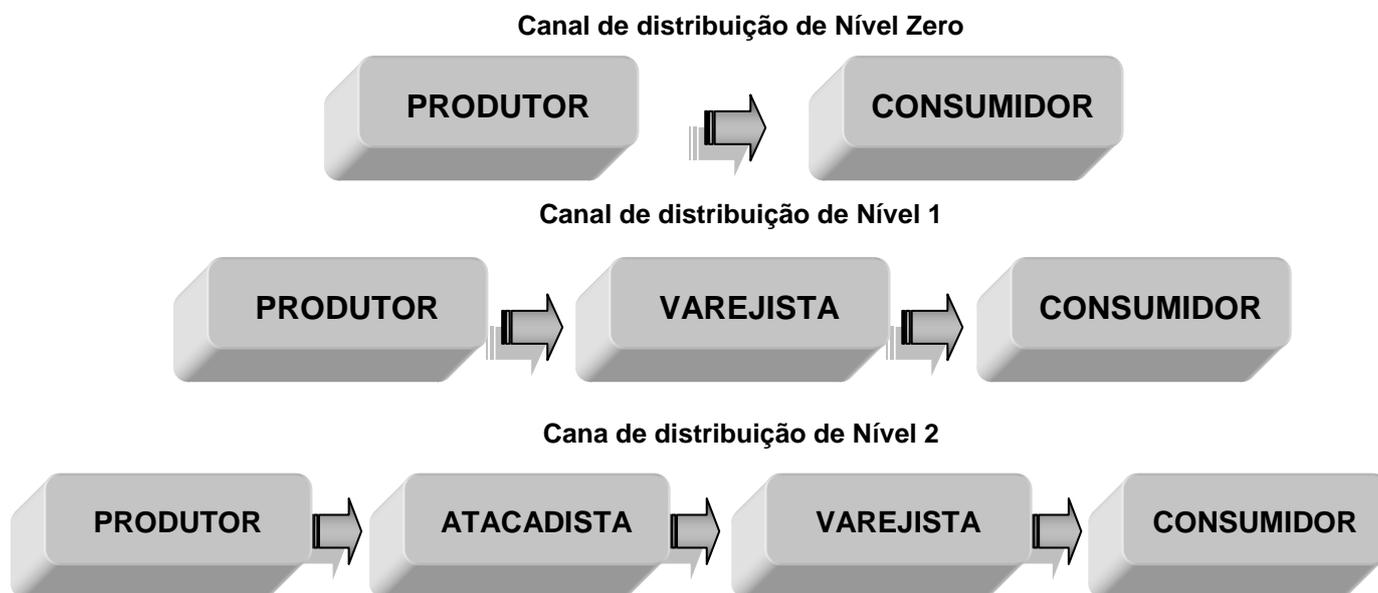


Figura 1 – Diferentes tipos de canais em função dos níveis de intermediação. Fonte: Elaboração própria a partir de Diniz (2010)³.

³ Slides de aulas ministradas na disciplina Transporte e Logística Agroindustrial, 1º semestre de 2010. Profa. Janaina D. A. S. Diniz

Na comercialização dos produtos agrícolas podemos encontrar canais de distribuição de vários níveis, e a cada nível adicionado ao canal o produto tende a se tornar cada vez mais caro. Desta forma como os produtos da agricultura orgânica que já possuem, pela natureza e métodos de cultivo, um preço mais elevado que os produtos da dita “agricultura convencional”, são as feiras uma opção de preços mais acessíveis ao consumidor.

É importante ressaltar que as feiras de orgânicos, por se tratarem da forma mais simples de canal de distribuição (canal de nível zero), surgem como uma opção mais próxima do consumidor e com preços mais justos do que os praticados por frutarias, verdurões ou supermercados, que por sua vez utilizam canais de nível 1 ou de nível 2.

As feiras também se mostram mais capazes de proporcionar a obtenção de alimentos, frutas, verduras e legumes entre outros, mais frescos, além de aproximar o cliente (consumidor) do produtor, criando uma relação de confiança na sanidade e qualidade dos alimentos. Esta confiança fará com que o consumidor aceite pagar um preço mais elevado por este produto, por se tratar de produtos indispensáveis à boa alimentação, e é este cliente que irá projetar a demanda por este tipo de alimentos. Esta projeção da demanda surge pela procura cada vez mais crescente nos dias de hoje de produtos mais saudáveis e que respeitem, em seu modelo de cultivo, a natureza.

O cliente pode ser, segundo Figueiredo *et al* (2003), o feirante, o supermercadista, o atacadista e até mesmo o pirangueiro, mas o cliente mais importante é o consumidor final, pois é ele quem vai garantir a procura pelo produto.

3. JUSTIFICATIVA

As propriedades produtoras de orgânicos do Distrito Federal e Entorno são compostas em sua grande maioria de pequenas propriedades de base econômica familiar. Segundo Carvalho Neto (2009, p.8), “dois dos principais problemas de gestão nas organizações que agregam estes atores são a precária logística e a má coordenação de ações presentes”.

As dificuldades enfrentadas pelos pequenos produtores de orgânicos, vão desde o planejamento da produção pelo não conhecimento da demanda, ou da própria capacidade produtiva de suas terras, ao transporte por falta de veículos apropriados, ou mesmo a possibilidade de conseguir locais para escoar sua produção, seja por meio de barreiras impostas pelos grandes do setor varejista, seja pela falta de locais adequados à implementação e implantação de feiras livres, falta de incentivo governamental, ou ainda, a falta de informação ou formação de consumidores dispostos a tornar esta procura um hábito.

Desta forma, se faz necessária a identificação dos problemas enfrentados por estes produtores, como planejamento da produção, transporte adequado de sua produção, locais apropriados para a venda ao consumidor final, de forma a fornecer soluções que possam ampliar as possibilidades de escoamento de sua produção, bem como aproximar o consumidor final destes produtos. Neste caso os problemas enfrentados pelos produtores que disponibilizam sua produção através das feiras de produtos orgânicos em diversas localidades do Distrito Federal, de forma a apresentar soluções adequadas à suas demandas.

O reconhecimento das demandas desses produtores e sua análise vêm possibilitar a obtenção de melhores resultados no planejamento da produção e sua disposição ao consumidor final.

Segundo Figueiredo *et al* (2003) demanda ou procura significa que para se produzir tem de existir a necessidade do produto no mercado, ou seja, precisa-se ter uma boa noção de quanto as pessoas querem comprar do produto, e é este conhecimento da demanda que irá nortear o planejamento da produção podendo desta forma evitar perdas por falta de vendas, ou até mesmo a dificuldade de se ofertar produtos que teriam saída certa para o mercado consumidor.

A demanda por produtos orgânicos vem crescendo à medida que cresce também a preocupação da população mundial com as questões ambiental e de sanidade dos alimentos. Esta preocupação é refletida nos produtores que cada vez mais precisam se adequar à essa nova exigência do mercado consumidor.

E por que a feira de orgânicos? Segundo Fonseca *et al* (2010), 80% da produção de orgânicos do Distrito Federal é comercializada na própria região, sendo que 65% dos alimentos produzidos, são comercializados em feiras populares, e apenas uma pequena parcela de 15% é vendida no atacado, em supermercados, ou na venda direta na unidade de produção. Isso torna este modelo de comercialização um grande canal de distribuição ao consumidor final.

Isso se deve também ao fato da dificuldade dos pequenos produtores de orgânicos atenderem às exigências dos grandes supermercados e lojas especializadas, o que torna inviável na maioria das vezes o fornecimento a estes setores. E para o produtor é de suma importância conhecer os canais de distribuição, para que possa então escolher a melhor maneira de disponibilizar seus produtos para distribuição, garantindo assim com sua venda a cobertura dos custos e um percentual para novos investimentos, além de maior receita para seu sustento.

4. OBJETIVOS

4.1. GERAL

O objetivo geral deste trabalho é identificar os problemas enfrentados pelos produtores da agricultura orgânica do Distrito Federal, a fim de tentar conhecer suas dificuldades e propor soluções para suas demandas.

4.2. ESPECÍFICOS

- ✓ Traçar um perfil do produtor orgânico do Distrito Federal e de sua produção;
- ✓ Tentar mapear sua cadeia de distribuição para poder dessa forma:
 - Identificar os problemas enfrentados pelos produtores de orgânicos da região do Distrito Federal e Entorno;
 - Identificar os problemas logísticos, como o transporte do local de produção ao ponto de venda, locais adequados para implementação de feiras de orgânicos e necessidades de incentivos por parte do governo.

5. METODOLOGIA DA PESQUISA

Para DEMO (1985), metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos. A finalidade da ciência é tratar a realidade teórica e praticamente. Para atingirmos tal finalidade, colocam-se vários caminhos. Disto trata a metodologia.

Desta forma, é tratada a metodologia como instrumento, ou ferramenta de pesquisa, é ferramenta necessária, mas vem para auxiliar na resolução do problema, deve-se primeiro pensar o problema e, a partir dele definir a melhor metodologia para execução do trabalho.

Para o desenvolvimento deste trabalho foi utilizado um questionário estruturado, com 35 perguntas abertas e fechadas, com questões que pudessem trazer reflexões a respeito dos problemas enfrentados pelos produtores de orgânicos, além de traçar o perfil destes profissionais. As questões foram formuladas de acordo com a revisão da literatura existente sobre o tema.

Os questionários foram aplicados em entrevistas a 8 (oito) produtores rurais de orgânicos, sendo 2 (duas) propriedades da área rural de São Sebastião/DF, 2 (duas) da área rural de Planaltina/DF, 2 (duas) do núcleo rural do Paranoá, 01 (um) produtor de Água Fria/GO e 1 (um) produtor de Brazlândia/DF, abrangendo, dessa forma, diferentes regiões administrativas do Distrito Federal.

O questionário foi desenvolvido no software Sphinx⁴ e aplicado em visitas aos locais (feiras) onde estes produtores comercializam sua produção, para que fosse possível observar também *in loco*, os procedimentos adotados por todos os participantes das feiras, além da interação entre os produtores.

Após a aplicação dos questionários durante as entrevistas, os dados foram tabulados e interpretados com o auxílio do software Sphinx.

Com a interpretação dos dados pode-se observar alguns problemas enfrentados pelos produtores de orgânicos. A seguir apresentaremos estes resultados mostrando primeiramente o perfil destes produtores.

⁴ Sphinx®: é um software para coleta e análise de dados acadêmicos e gerenciais. Desenvolvido pela Empresa Sphinx do Brasil. Para maiores informações acessar o site: www.sphinxbrasil.com

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

6.1. PERFIL DO PRODUTOR

Dos oito produtores entrevistados, quatro possuem nível superior completo, dois nível superior incompleto, um possui o segundo grau completo e um o primeiro grau incompleto. O gráfico da figura 2 apresenta estes números em porcentagem.

Pelo nível de escolaridade dos entrevistados é possível afirmar que são produtores com grande capacidade de argumentação e discernimento para tomada de decisão sobre todo o processo produtivo, o que pode facilitar a interação entre os mesmos, e dessa forma, provê-los de enorme capacidade de mobilização, o que pode facilitar o desenvolvimento de todos os envolvidos e a argumentação com autoridades e entidades de desenvolvimento do setor na busca de melhorias para este setor.

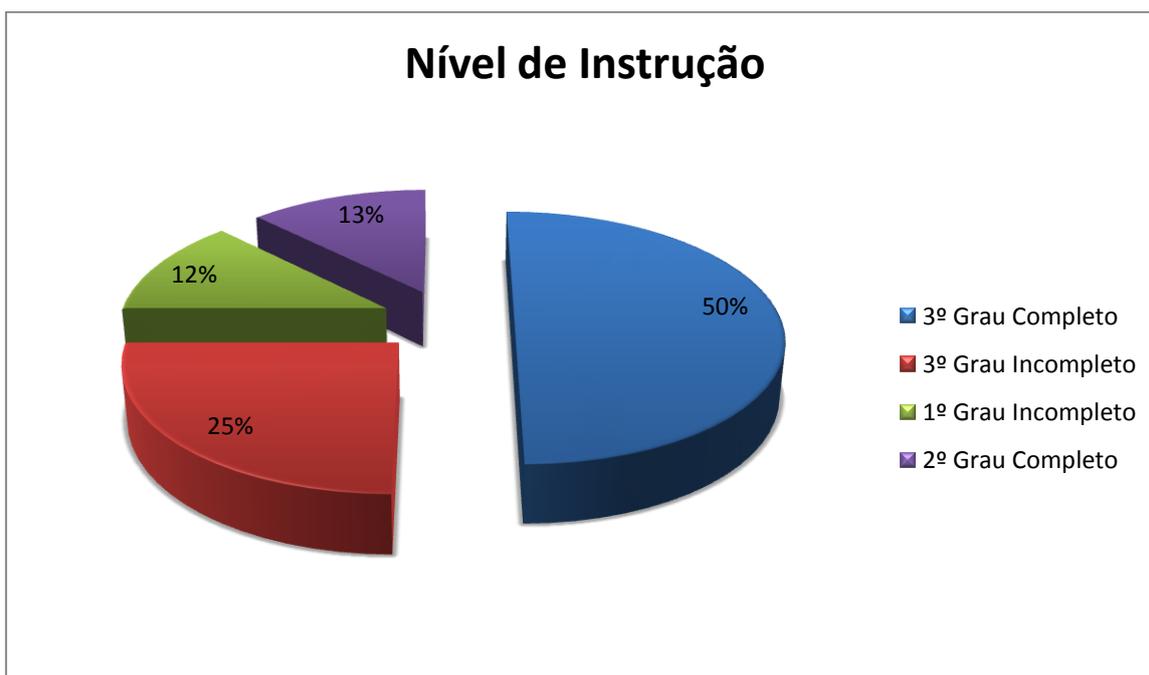


Figura 2 - Nível de Instrução dos agricultores entrevistados. Fonte: Pesquisa de campo

Estes produtores têm idades entre 36 e 75 anos e uma média de 15 anos de atividade agropecuária, ressaltando-se que, em alguns casos, este tempo foi ocupado pelo sistema convencional de cultivo, com o uso de técnicas que utilizavam produtos químicos e a pouca preocupação com a sustentabilidade da produção, migrando somente depois de certo tempo ao modelo orgânico de produção. Como

exemplo tem-se um produtor com 30 anos de agricultura, mas apenas 10 anos no sistema orgânico de cultivo.

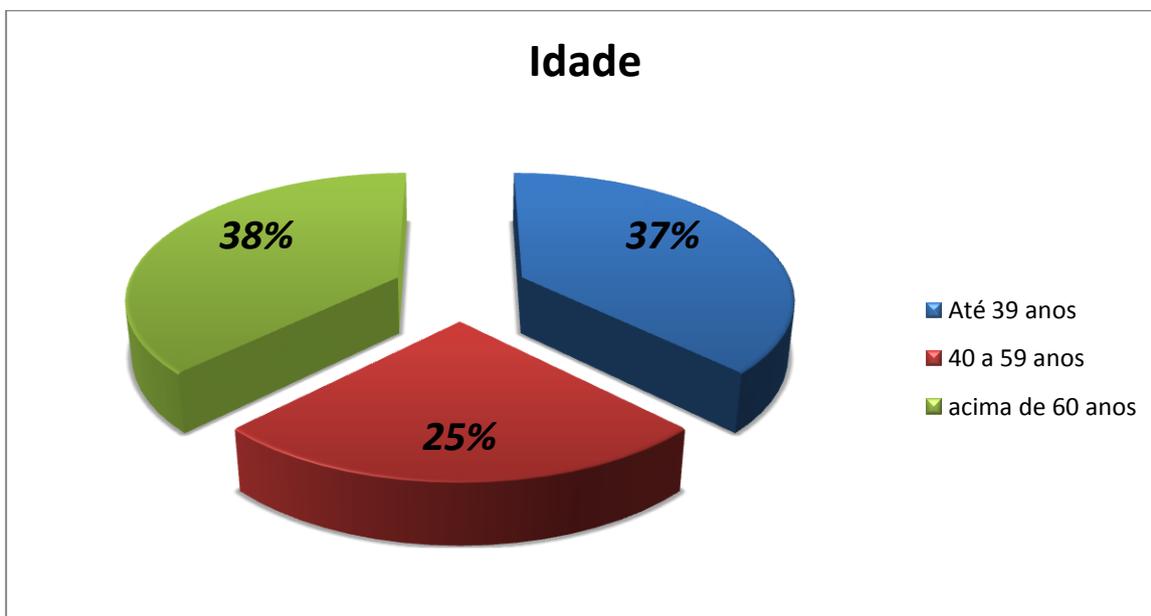


Figura 3 - Distribuição da idade dos entrevistados. Fonte: Pesquisa de campo.

A figura 4 mostra a formação da mão-de-obra nas propriedades analisadas. Das oito propriedades analisadas apenas duas não utilizavam mão de obra familiar na produção, e apenas uma das demais tem o perfil de agricultura patronal, quando se utiliza a mão de obra de empregados contratados, mas mesmo esta contava com a participação da família nas atividades de produção.

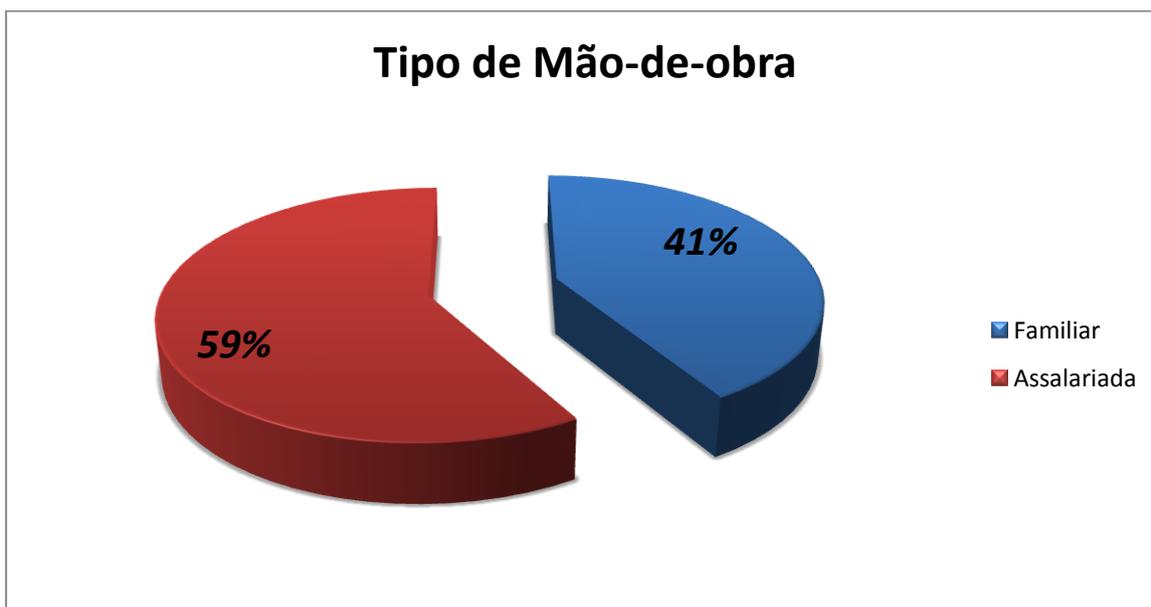


Figura 4 - Distribuição da mão-de-obra nas propriedades entrevistadas. Fonte: pesquisa de campo.

6.2. PERFIL DA PRODUÇÃO/DISTRIBUIÇÃO

Sobre os pontos de venda, locais e quantidades, observou-se que os produtores não possuem o perfil, ou mesmo interesse em fornecer para grandes varejistas, tendo em vista a dificuldade de se atender às exigências destes, como quantidades mínimas exigidas e mesmo o preço que estes grandes varejistas se dispõem a pagar pela produção, ficando suas escolhas restritas às feiras livres. Somente um produtor dessa amostra fornece a um restaurante e a dois mercados de pequeno porte, e um segundo fornece a um restaurante de alimentação orgânica.

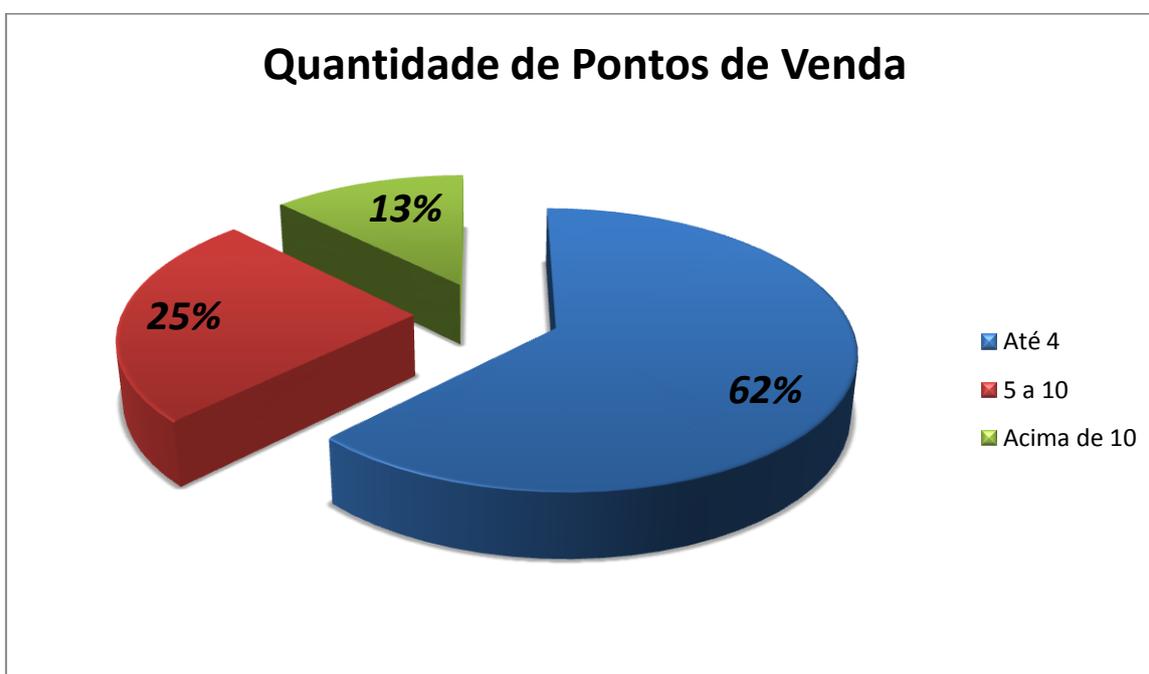


Figura 5 - Quantidade de pontos de venda por produtor. Fonte: Pesquisa de campo.

A produção destas propriedades analisadas é planejada de acordo com a demanda pelos produtos, e calculada de acordo com os pontos de venda disponíveis ou atendidos pelos produtores. A maioria destes observou que seria possível aumentar a produção para o atendimento a possíveis novos pontos de venda e, somente um produtor, devido à reduzida área de cultivo disponível, afirmou que não consegue aumentar sua produção, sendo necessário para isso o aumento de sua propriedade

Todos os produtores da amostra possuem veículo próprio para distribuição de sua produção e destes, três têm a intenção de adquirir outro tipo de veículo para transporte por não considerar adequado os que possuem atualmente pelo fato de

serem veículos abertos, como, por exemplo, reboques abertos sem possibilidade de proteção adequada aos alimentos. Apenas três produtores consideram o custo com o transporte bastante significativo na distribuição e formação de preços dos alimentos, afirmando ser a porcentagem dos gastos com o transporte entre 5% e 20% do total de gastos com a produção. A perda por transporte não é considerada pelos produtores que em sua maioria afirmam não existir.

Quanto à perda por falta de vendas, quatro produtores afirmam ocorrer, e apenas um afirma ser esta bastante significativa, com um percentual estimado de 25% dos produtos transportados, enquanto os demais não consideram ser esta perda significativa e estimam sua porcentagem em 10%, sendo facilmente absorvidas pelos mesmos.

As produções são compostas em sua grande maioria de frutas, verduras e legumes, sendo também possível encontrar a fabricação de doces, como por exemplo, goiabada, produzida através do processamento de produção orgânica da fruta em uma das propriedades, além de animais para abate, plantas medicinais, ornamentais e temperos, todos os produtos de acordo com a forma de manejo da agricultura orgânica.

Apenas uma das oito produções não é certificada, sendo justificado pela produtora pelo preço e burocracia encontrados quando da procura pela certificação.

As demais produções são certificadas através da ECOCERT Brasil que em 14 de julho de 2011, através de processo licitatório, firmou parceria com o SEBRAE/DF para certificação de produções orgânicas no Distrito Federal. Segundo os produtores a parceria possibilita enorme ganho aos produtores, pois ficou acordado que por cada visita técnica cobrada pela ECOCERT Brasil (uma média de três por ano), o produtor entraria com 30% do valor e o SEBRAE com os outros 70%, ficando dessa forma o gasto com a certificação muito mais acessível aos pequenos produtores de orgânicos, abrindo assim a possibilidade para que muitos outros produtores certifiquem seus produtos, fazendo inclusive com que produtores certificados por outras empresas migrem para o selo da ECOCERT Brasil.

Para implementação das feiras livres de orgânicos, os produtores se organizam em forma de associações para buscar, através desta união, o auxílio de órgãos técnicos ou de governo, o apoio necessário e locais adequados para a

alocação destas feiras. Levam em consideração, além do acesso fácil, tanto do produtor como do consumidor, ao local escolhido o poder aquisitivo local, levando em consideração, como foi levantado no início desse trabalho, ter o produto orgânico um valor final de venda ao consumidor mais elevado que os produtos de cultivos tradicionais com o uso de fertilizantes e outros produtos químicos.

6.3. PRINCIPAIS PROBLEMAS ENFRENTADOS

Essas feiras, segundo a maioria dos produtores podem ser ampliadas, tendo em vista a grande maioria dispor, segundo seus relatos, de meios para aumento de sua produção. Uma das reclamações dos produtores está relacionada ao reduzido número de feiras livres de orgânicos existentes na região, o que, segundo os mesmos esbarra na burocracia e na falta de políticas voltadas à implementação deste canal de distribuição, destacando também a instabilidade que existe com os governos, administrações e prefeituras locais, quando da mudança destes mandatários, gerando incertezas quanto aos locais onde as feiras são instaladas e, quando existem parcerias, se estas serão continuadas pelos novos governantes.

O que também fica claro, de acordo com a análise dos resultados, é a falta de uma linha de crédito voltada para a agricultura orgânica, pois muitos produtores não conseguem os créditos existentes hoje devido às exigências e garantias impostas pelos bancos. Segundo estes produtores estas linhas de crédito existem para o grande proprietário, com grandes extensões de terras e possibilidades de garantirem uma grande produção, diferente da agricultura orgânica que em sua maioria é praticada por pequenos produtores em propriedades rurais de pequeno porte, com poucas garantias sobre sua produção por não utilizarem produtos químicos ou equivalentes.

Com relação ao apoio recebido pelos produtores por parte de órgãos técnicos, podemos notar que estas entidades, embora alguns produtores afirmem não existir este apoio, mantém uma boa fonte de auxílio a esses produtores rurais. São órgãos como Sebrae/DF e Emater/DF, que disponibilizam técnicos para acompanhar as propriedades além de cursos de capacitação. Além de parcerias e convênios como no caso da certificação pela ECOCERT Brasil, onde existe uma

forma de subsídio por parte do Sebrae/DF a estes produtores, dividindo o custo desta certificação entre o órgão, Sebrae/DF, e os produtores de orgânicos.

7. CONCLUSÃO

A partir da análise dos resultados foi possível observar que o pequeno produtor de orgânicos do Distrito Federal já consegue se articular com outros produtores no sentido de disponibilizar seu produto ao consumidor final através das feiras livres. Esta articulação promove uma melhor estruturação dos locais destinados à implementação destas feiras, reduzindo inclusive os custos para estes produtores. Embora, muitas das vezes, a vontade em implementar estas feiras esbarre na falta de vontade de alguns dos responsáveis por disponibilizar áreas adequadas e estrutura para estas feiras.

É importante frisar que a grande maioria das propriedades que praticam o modelo orgânico tem sua produção certificada, condição fundamental para que o consumidor tenha confiança em adquirir produtos diretamente dos produtores nas feiras livres.

Quanto ao trabalho do gestor do agronegócio, é importante que este não se resume a prestar serviços ou assessoria a grandes empresas. O trabalho deste profissional, que agora se lança num mercado com crescente demanda por mão-de-obra qualificada, é imprescindível para a formulação de estratégias e soluções para os pequenos e médios produtores. São estes pequenos e médios produtores, ao contrário do grande produtor, que através de extensos campos de monoculturas, degrada cada vez mais o meio ambiente esgotando os recursos naturais, os responsáveis por abastecer, ou suprir, utilizando um sistema altamente sustentável, a mesa da população brasileira com alimentos saudáveis e essenciais à boa alimentação.

O papel deste profissional se torna fundamental, por meio, inclusive, de pesquisas e publicações que venham mostrar as demandas, problemas e importância destes produtores, dando ênfase aos que praticam o modelo orgânico de produção, para a manutenção das populações na área rural, no cultivo de alimentos mais saudáveis, assim é possível se apresentar sugestões e buscar soluções para a manutenção da atratividade desta atividade produtiva.

O papel Núcleo de Estudo, Pesquisa e Extensão em Agroecologia e Sustentabilidade – NEPEAS/FUP é uma forma de fomentar as pesquisas nessa área, de modo a atrair os estudantes, através de publicações, trabalhos, estágios, ou

pesquisas e profissionais da área, buscando a interação da universidade com os pequenos produtores e suas comunidades. O NEPEAS pode propiciar assim um maior conhecimento sobre o setor, seus problemas e dificuldades, sugerindo parcerias e acompanhando de perto a produção orgânica do Distrito Federal e cidades vizinhas, atuando dessa forma para garantir a produção de alimentos saudáveis e produções sustentáveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Ana Márcia de Pádua. **Sistemas de Canais de Distribuição: Um Estudo de Caso na Indústria Alimentícia Mineira.** In: Caderno de pesquisa em Administração, São Paulo, v.1, nº 8, 1º Trim./1999.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial.** Quinta Edição. Porto Alegre. Bookman, 2006.

BILICH, Feruccio Branco. **Análise da Distribuição de Olerícolas Orgânicas no Distrito Federal.** Brasília: Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Março/2010. 62p.

CARVALHO NETO, Ruy Alcides de. **Modelo de Análise de Redes Sociais Aplicado à Cadeia Logística do Agronegócio de Base Econômica Familiar.** Dissertação. Mestrado em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação. Brasília: UCB, 2009.

CORPORAL, Francisco Roberto, COSTABEBER, José Antônio. **Segurança alimentar e agricultura sustentável: uma perspectiva agroecológica.** In: Ciência e Meio Ambiente 27. Julho/Dezembro de 2003.

DEMO, Pedro. **INTRODUÇÃO À METODOLOGIA DA CIÊNCIA.** São Paulo. Editora Atlas S.A, 1985.

FIGUEIREDO, Adelaide dos Santos, PANTOJA, Maria Júlia, DE MELO, Mário Felipe, LIMA DIAS, Renato de. **Conhecendo seu Canal de Comercialização de Hortaliças.** Brasília. Editora Universa – UCB, 2003.

FONSECA, Adelaida Pallavicini; GUERRA NETO, Paulo Pessoa; SOTA SILVA, Edwin Pinto de la. **Planejamento de rede logística de produtos agrícolas orgânicos: agrupamento de unidades em arranjos produtivos locais como estratégia para redução do custo logístico.** In: Revista TRANSPORTES, v. XVIII, n. 3, p. 51-59, setembro 2010.

MACHADO, Melise Dantas. LAGO DA SILVA, Andrea Lago da. **Canais de Distribuição Para Produtos Provenientes da Agricultura Familiar: Um Estudo Multicaso na Região de São Carlos e Araraquara.** São Paulo, 2002.

SCHIMAICHEL, Giselle Leal, RESENDE, Juliano T. Vilela de. **A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NOMERCADO INTERNACIONAL.** In Revista Eletrônica Lato Sensu – Ano 2, nº1, julho de 2007.

SCHULTZ, Glauco. **Agroecologia, agricultura orgânica e institucionalização das relações com o mercado nas organizações de produtores do sul do Brasil.** In Revista AGRÁRIA, Nº 7, pp. 61-93. São Paulo, 2007.

ANEXO – QUESTIONÁRIO APLICADO

CADEIA LOGÍSTICA DOS PRODUTOS ORGÂNICOS NO DISTRITO FEDERAL

27/08/2011 a 10/12/2011 - NEPEAS - FUP - UnB

1. Nome

2. Sexo

1. Masculino 2. Feminino

3. Idade

4. Grau de Instrução

1. 1º Grau Incompleto 2. 1º Grau Completo
 3. 2º Grau Incompleto 4. 2º Grau Completo
 5. 3º Grau Incompleto 6. 3º Grau Completo
 7. Outros/Especificar

5. Há quantos anos se dedica à atividade agropecuária?

6. Quantidade de pessoas envolvidas na produção/distribuição/vendas:

7. Quantos são da família?

8. Quantidades de pontos de venda? Cite os locais:

9. Além da(s) feira(s), fornece a algum outro estabelecimento comercial?

1. Sim 2. Não

10. Se sim, relacione os estabelecimentos:

11. Como é o planejamento da produção?

12. Qual a variedade de produtos oferecida?

13. É possível um aumento da produção para atendimento de outros pontos de vendas, como feiras ou supermercados?

1. Sim 2. Não

14. Os Produtos são certificados?

1. Sim 2. Não

15. Se sim, qual a certificação?

16. Se não, Por que não são certificados?

17. A qualidade dos produtos atende às expectativas dos consumidores?

1. Sim 2. Não

18. Existem perdas por falta de vendas de produtos?

1. Sim 2. Não

19. Se sim, essa perda é muito significativa?

1. Sim 2. Não

20. Qual o percentual desta perda?

21. Utiliza veículo próprio no transporte dos produtos?

1. Sim 2. Não

22. Qual o tipo de veículo utilizado?

23. Em sua opinião, o veículo utilizado é adequado para o transporte dos produtos?

1. Sim 2. Não

24. Existem perdas no transporte?

1. Sim 2. Não

25. Se sim, essa perda é significativa?

1. Sim 2. Não

26. Qual o percentual da perda com o transporte?

27. Os custos com o transporte são muito impactantes no preço dos produtos?

1. Sim 2. Não

28. Qual o percentual estimado do custo com o transporte?

29. Na sua opinião, quais os maiores problemas enfrentados na colocação dos produtos da agricultura orgânica no mercado?

30. O que é levado em consideração para escolha do local de venda dos produtos?

31. Quais os principais problemas enfrentados pelos produtores na implementação das feiras de orgânicos no DF?

32. Existem incentivos por parte do governo ou órgãos de pesquisa e assistência técnica para implementação das feiras de orgânicos?

1. Sim 2. Não

33. Você considera que existem locais (feiras) suficientes para a distribuição dos seus produtos?

1. Sim 2. Não

34. Se sim, por quê?

35. Se não, por quê?