



Rede Brasileira Agroflorestal – REBRAF

## Seminário Nacional sobre Políticas Públicas e Financiamento para o Desenvolvimento Agroflorestal no Brasil

*Brasília, 18 a 20 de agosto de 2004*

### **Grupo II - O MERCADO POTENCIAL PARA PRODUTOS ORIUNDOS DE SAFs**

**Moderadora:** Dada (Maria Adelina Chagas) - MIQCB

**Participantes:**

Adalberto Alencar - CEPEMA

Bianca Ferreira Lima – Instituto Mamirauã

Cristine Branco – Amigos da Terra-Amazônia Brasileira

Guillermo Rioja Ballivián – Universidad Amazonica del Pando

Helena Gomes da Silva - MIQCB

Luciana de Oliveira Rosa Machado – PPTAL/FUNAI

Luis Carlos Servulo de Aquino – PNF/SBF/MMA

Marcos Pellegrini Coutinho – PNF/SBF/MMA

Maria Elena Ferreira da Silva – IEF/RJ

Maria José Gontijo - IEB

Maria Querobina da Silva Neto - MIQCB

Mariella Uzêda – Instituto BioAtlântica

Michelliny Bentes Gama – Embrapa-RO

Natal João Magnanti – Centro Vianei

Raimundo Cajueiro Leandro - INPA

Robert Miller - Agência de Cooperação Técnica a Programas Indígenas e Ambientais

Roberto Porro – ICRAF/CIAT

Wilfrid Pineau – Pro-Natura International

### **ENTRAVES**

**1. A falta de capital de giro, ou o custo deste crédito é incompatível com escala de produção da SAF.** Esta falta faz com que as associações e cooperativas não têm o capital para pagar o associado por sua produção mediante a entrega, induzindo uma preferência natural para comercialização terceirizada, ou seja, via intermediário com pagamento mediante entrega, gerando lucro reduzido. A ausência de linhas de crédito específicas para impulsionar a fase inicial da comercialização, cria um efeito cíclico, no qual a necessidade por “venda casada” inviabiliza a possibilidade de se explorar formas mais lucrativas de comercialização. A falta de um “overhead” inicial, capaz de suprir os gastos diretos com a produção inicial, potencializa a fragilidade estrutural das associações.

**2. Falta de acesso à matriz energética.** Buscar introduzir produtos beneficiados, capazes de agregar valor a matéria bruta, esta diretamente vinculada à utilização de maquinário, via de regra movida à energia elétrica, fator limitante para o pequeno produtor. Observa-se que há forte tendência nas associações à total falta de acesso à infra-estrutura mínima, não raras vezes sujeita à oscilações de voltagem, em pouco contribui para que se possa estabelecer uma linha de produção confiável, de qualidade constante e com prazos de entrega sistemáticos.



Neste contexto, observa-se a criação de inúmeros obstáculos (políticos, técnicos e financeiros) para a comercialização de produtos beneficiados, competitivos e de qualidade, tornando pouco atrativo lançar linhas de comercialização independentes.

Entende-se, que dentro do atual contexto político-financeiro, o pequeno produtor de SAFs não dispõem de condições mínimas para comercialização direta de seus produtos, fator que estimula a concentração de mercado.

**3. Necessidade de identificação prévia e clara de potenciais mercados para produtos dos SAFs.** Acesso a informações sistematizadas e consolidadas sobre mercado potencial para produtos oriundos de SAFs (por micro, mesmo e macro região) é uma forma objetiva de fortalecer a comercialização via associação e/ou cooperativas de pequeno e médio porte.

De posse de informações fidedignas, tecnicamente embasadas, há maior possibilidade de se incentivar mecanismos de crédito para a fase 'preparatória à comercialização', dentro de um sistema de responsabilidade compartilhada produtor/técnico/órgão de fomento – esta responsabilidade tripartite gera um lastro de responsabilidade entre os pólos ativos e passivos, onde tanto os lucros poderiam ser compartilhados como os prejuízos também. Embora a margem de lucro seja mínima, assegurar o comprometimento técnico com a escolha adequada de culturas a serem desenvolvidas gera confiabilidade para os possíveis órgãos de fomento. Vale lembrar que o componente arbóreo é um investimento de médio a longo prazo. Assim, deve ser bem planejado para evitar problemas, de acordo com o potencial do mercado e do consumo local.

## **OPORTUNIDADES**

1. A compra direta de produtos agroflorestais através da CONAB e em feiras livres.
2. Compras institucionais por prefeituras para abastecer merenda escolar, hospitais, creches. (Precisaria também divulgar experiências já realizadas nesse sentido.)
3. PRONAF Florestas permite que se acumule recursos com demais fontes de crédito, assim criando novas possibilidades de comercialização.

## **PROPOSTAS**

### **1. Capital de giro**

- 1.1. Abrir linhas de fomento, nos mesmos moldes do PRONAF, direcionado especificamente para processos de beneficiamento e comercialização (específico para a fase pós-colheita, não se limitando apenas à assistência técnica).
- 1.2. Incentivo indireto via redução de ICMS;
- 1.3. Estimular o consumo solidário intra-regional, ampliando o horizonte de comercialização.



## **2. Matriz energética**

- 2.1. Estímulo à utilização de sistemas de energia alternativa (ex: energia solar, energia eólica, etc.).
- 2.2. Aproveitamento da produção dos pequenos produtores nos programas de estímulo à produção de biodiesel (pendente de análise técnica quanto à viabilidade).

## **3. Identificação de consumidores potenciais**

- 3.1. Criar um mecanismo junto às linhas de fomento capaz de assegurar o acesso de informações confiáveis sobre o mercado consumidor, assegurando a competitividade e rentabilidade da produção dos SAFs.
- 3.2. Instituir mecanismo de apoio ou fomento, que propicie a divulgação em escala comercial dos produtos dos SAFs. A divulgação é muito importante, pois através do esclarecimento ao consumidor sobre o diferencial dos produtos agroflorestais pode estabelecer uma relação entre o produtor e um eventual comprador. Para isso poderia se criar uma rede ou "balcão virtual" de negócios que pudesse fazer esta ligação. Outra forma de divulgação pode se dar através da participação dos produtores em feiras regionais e exposições onde os produtores possam levar seus produtos, sendo necessário, contudo um apoio específico para este tipo de divulgação.
- 3.3. Estabelecer mecanismo de divulgação, de baixo custo, dos produtos beneficiados e da matéria prima bruta via rede.
- 3.4. Estímulo a participação dos pequenos produtores e suas associações em Feiras e Exposições de âmbito nacional, para identificar e facilitar a comercialização tanto da matéria prima bruta como dos produtos já beneficiados pelas associações e cooperativas.
- 3.5. Mecanismo de apoio direcionado a assistência técnica e viabilização para a padronização da apresentação dos produtos aos consumidores através do uso de embalagens e rótulos, atendendo às normas (ex.: Vigilância Sanitária, Conteúdo Nutricional, etc.).

## **COMENTÁRIOS**

Quem consome os produtos agroflorestais, geralmente, é a classe média, como se observa em muitas feiras. Se conhece experiências de venda direta para prefeituras que distribuem para escolas, creches, nos quais os impostos cobrados pelos produtos fica sujeito à redução.

Entende-se que a divulgação ampla às possibilidades de comercialização de produtos com valor agregado, para mercados considerados 'alternativos', pode contribuir para o fortalecimento dos pequenos e médios produtores. Lembra-se que 'acesso à informação' não se limita a publicação de 'cartilhas' cuja capacidade de disseminação e de internalização é questionável.

---