

**PRODUÇÃO E MERCADOS DO MORANGO ORGÂNICO NO
MUNICÍPIO DE CASCAVEL (PR)**

**MARKETS OF ORGANIC STRAWBERRY IN THE
MUNICIPALITY OF
CASCAVEL (PR)**

Lígia Fiedler

ligiaf.adm@gmail.com

Professora da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Mestra em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Marlowa Zachow

marlowaz@hotmail.com

Professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) de Cascavel. Mestra em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela Unioeste de Toledo.

Marinês Luiza Guerra Dotto

ml.dotto@terra.com.br

Professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) de Cascavel. Mestra em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Odacir Miguel Tagliapietra

odacirtagliapietra@gmail.com

Professor da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) de Cascavel. Doutor em Desenvolvimento Rural Sustentável pela Unioeste de Marechal Cândido Rondon.

Geysler Rogis Flor Bertolini

geysler.bertolini@unioeste.br

Professor da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) de Cascavel. Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Recebido em: 21/10/2019
Aprovado em: 30/03/2020

Revista do Programa de Pós-Graduação em Extensão
Rural (UFV)

ISSN 2359-5116 | V. 9 | N. 1 | JAN.-JUN. 2020

RESUMO

Os estudos teóricos a respeito da produção de morango orgânico no Brasil ainda são incipientes, portanto, torna-se relevante tratar sobre esse tema, apresentando o crescimento e as tendências desse mercado. Este estudo tem por objetivo principal analisar os mercados do morango orgânico no município de Cascavel (PR). Para tanto, definiu-se a pesquisa como qualitativa, adotando-se a apuração teórica a respeito do tema tratado e o levantamento de dados a partir da aplicação de entrevistas semiestruturadas com a proprietária de uma chácara no distrito de Sede Alvorada, localizado no município de Cascavel (PR), que iniciou o cultivo de morango orgânico no ano de 2017, e também com o agrônomo que acompanha a produção. Os resultados parciais da pesquisa demonstram que o mercado do morango orgânico encontra-se em ascensão e apresenta perspectivas positivas de crescimento para os próximos anos.

Palavras-Chave: Agricultura Orgânica; Mercados; Produção de Morango Orgânico.

ABSTRACT

The theoretical studies regarding the production of organic strawberry in Brazil are still incipient, so it becomes relevant to deal with this issue, presenting the growth and trends of this market. The main objective of this study is to analyze organic strawberry markets in the municipality of Cascavel (PR). For this, the research was defined as qualitative and carried out by means of a theoretical survey regarding the subject treated and data collection with the application of semi-structured interviews with the owner of a farm in the district of Sede Alvorada, located in the municipality of Cascavel (PR), which started an organic strawberry production in 2017, and also with the agronomist who accompanies the production. The partial results of the research show that the organic strawberry market is on the rise and presents positive growth prospects for the coming years.

Keywords: Organic Agriculture; Markets; Production of Organic Strawberry.

Introdução

A produção orgânica e de base agroecológica está em crescimento no Brasil e apresenta-se como oportunidade de atender a uma demanda de parte da sociedade interessada em consumir produtos mais seguros e saudáveis e também preocupada com a preservação do meio ambiente.

A incorporação de novas tecnologias visando elevar a produtividade e a qualidade da produção agrícola tem sido uma preocupação permanente para a maioria dos pequenos produtores rurais, independente do sistema produtivo adotado, seja o convencional seja o orgânico. Destaca-se a atenção voltada para as questões ambientais que envolvem os sistemas de produção agrícola, buscando-se conhecer e, por conseguinte, minimizar os impactos negativos causados aos ecossistemas (PIVOTO, 2016).

Em vista disso, a produção livre de agrotóxicos tem se tornado uma realidade crescente em algumas regiões do Brasil, principalmente em propriedades rurais de base familiar. Um dos fatores que contribuiu para o crescimento da produção orgânica em propriedades de agricultura familiar foi a criação do Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo), que tem por objetivo fomentar a produção agrícola de base agroecológica e orgânica, além de ampliar a oferta e o consumo de alimentos saudáveis, apoiar o uso sustentável dos recursos naturais e disseminar o conhecimento a respeito da agroecologia e da produção orgânica (BRASIL, 2013).

Muitos alimentos podem ser produzidos no sistema orgânico ou agroecológico, entre eles o morango, que, apesar de suas características nutricionais e de seus benefícios à saúde, foi, nos últimos anos, aparentemente reputado como um produto contaminado por agrotóxicos, o que gerou insegurança para o consumidor. Diante disso, a produção do morango orgânico tem buscado recuperar a confiança dos consumidores, que estão cada vez mais atentos e preocupados com a saúde e com as questões ambientais (PIVOTO, 2016).

Nesse contexto, o presente estudo teve por objetivo analisar a produção e os mercados do morango orgânico no município de Cascavel (PR).

Referencial Teórico

Agricultura convencional e orgânica

A preocupação crescente com a preservação do meio ambiente e com a qualidade dos alimentos consumidos, colocando em foco a sustentabilidade, faz com que a agricultura tradicional ou convencional dê lugar à agricultura orgânica, principalmente no âmbito da agricultura familiar.

O sistema de produção agrícola convencional é o mais conhecido e utilizado no Brasil, apresentando um processo produtivo baseado no uso de adubos químicos e agrotóxicos. Esse modelo de agricultura foi fortemente incentivado no país nas décadas de 1970 e 1980, originando-se de pacotes tecnológicos do governo, sendo sinônimo de crescimento econômico (MARIANI; HENKES, 2015).

Mudar o modelo atual de agricultura produtivista para outro mais sustentável não seria apenas uma simples opção que se apresenta, mas um imperativo ecológico, já que são os problemas ambientais e seus impactos sociais e econômicos que determinam a necessidade de maiores esforços no sentido de assegurar a sustentabilidade da atividade agrícola a médio e longo prazo, considerando a visão de que o modelo convencional de agricultura é ecologicamente insustentável ou está caminhando nessa direção (CAPORAL; COSTABEBER, 2004).

Já o termo agricultura orgânica, se refere ao processo que utiliza métodos que respeitam o meio ambiente, desde as etapas de produção até a manipulação e o processamento. A produção orgânica se ocupa não só do produto, mas também de todo o sistema utilizado para produzi-lo e entregá-lo ao consumidor final. A agricultura orgânica inclui todos os sistemas de produção que usam processos naturais em lugar de insumos externos, como agrotóxicos e pesticidas, para melhorar a produtividade. Os agricultores orgânicos adotam práticas para conservar os recursos, melhorar a biodiversidade e manter o ecossistema, buscando uma produção sustentável (SCIALABBA; HATTAM, 2003).

De acordo com Assis (2003), a agricultura orgânica relaciona-se a um modelo de produção agrícola cujas características são definidas com base no contexto social em que se insere, considerando o tipo de agricultor envolvido, a camada social a que ele pertence e a sua interação com o mercado.

O mercado de orgânicos é promissor e está crescendo cada vez mais em termos mundiais, sendo que, na Europa, movimenta quase o dobro da produção de alguns anos atrás. No Japão, o mercado é estimado em US\$ 1 bilhão e, nos EUA, a venda de alimentos

orgânicos cresce a uma taxa de 20% ao ano. No Brasil, atualmente, o mercado de produtos orgânicos representa em torno de 2% da produção agrícola, com boas perspectivas de crescimento para os próximos anos. Os principais motivos para esse crescimento envolvem a sensibilidade, cada vez maior, dos consumidores em relação a questões de saúde e meio ambiente, bem como a busca por alimentos saudáveis e com melhor sabor. Pesquisas indicam que os consumidores estão dispostos a pagar mais pela qualidade orgânica agregada ao produto (DULLEY, 2003).

Atualmente, no Brasil, cerca de 75% dos produtores que fazem parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO) são agricultores familiares. Isso indica que esses agricultores estão reconhecendo na produção orgânica e na agroecologia uma maneira de comercializar seus produtos com valor agregado, pois estes são produzidos sem o uso de insumos agroquímicos, constituindo uma opção mais segura e sustentável para o agricultor, para o consumidor e para o meio ambiente (BRASIL, 2017).

Alguns fatores têm contribuído para o crescimento da produção orgânica e agroecológica em propriedades rurais familiares no país, como a criação do Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo). Esse plano tem por objetivo fomentar a produção agrícola de base agroecológica e orgânica, além de ampliar a oferta e o consumo de alimentos saudáveis, apoiar o uso sustentável dos recursos naturais e disseminar o conhecimento a respeito da agroecologia e da produção orgânica, de forma a promover a melhoria da qualidade de vida da população do campo e das cidades (BRASIL, 2013).

Pelo exposto, percebe-se um potencial de utilização de modelos de produção orgânica em pequenas propriedades rurais familiares, o que pode ser visto de forma positiva para fins de investimentos nesse segmento da agricultura, pois, além de trazer benefícios econômicos aos produtores, os alimentos orgânicos têm um alto valor agregado perante o mercado consumidor.

A produção de orgânicos no Brasil

No Brasil, segundo Souza e Dourado (2014), foi em meados da década de 1970, com a agricultura convencional consolidada, que surgiram os primeiros questionamentos sobre os perigos que esse sistema de produção estava acarretando para o meio ambiente devido à utilização de agrotóxicos. Esses movimentos, inicialmente com caráter eminentemente político, começaram a enfrentar o modelo de agricultura baseado na utilização de produtos químicos para a produção de alimentos. No entanto, a produção de

orgânicos só foi efetivamente inserida no Brasil por volta da década de 1990, sendo tais produtos primeiramente comercializados em feiras livres, passando a ser vendidos também nas grandes redes de supermercados no início dos anos 2000. Contudo, foi somente em 2003, com a sanção da Lei nº 10.831, que foi criada a legislação brasileira de orgânicos.

Uma das definições consultadas indica que produto orgânico é:

[...] 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 (SOUZA e DOURADO, 2014, p. 59)

Conforme Assis (2005), com o aumento da demanda por produtos saudáveis e que não ofereçam riscos à saúde, ampliou-se os horizontes para esse tipo de consumo, vislumbrando-se uma forma de inserir no mercado produtos diferenciados para atrair os consumidores. Nesse sentido, essa nova concepção para o mercado torna-se uma alternativa dentro das demandas por produtos não industriais.

Os sistemas orgânicos visam à produção de alimentos com maior qualidade e, ao mesmo tempo, preocupam-se com a preservação do meio ambiente e com a saúde de quem produz, como também de quem consome. É uma produção mais autônoma, tendo em vista que não depende de outras organizações para aquisição de sementes, insumos e agrotóxicos (SOUZA; DOURADO, 2014).

Segundo os autores citados, a falta de incentivos públicos à pesquisa e a ausência de tecnologias adequadas dificultaram a ascensão da produção de orgânicos no Brasil. Com isso, tal mercado restou delimitado em nichos específicos, tendo em vista o alto custo de produção, que acabou gerando um produto com preço de venda acima do valor dos similares industrializados. Nesse sentido, os mercados ficaram restritos a determinadas parcelas da população com maior poder aquisitivo. No entanto, espera-se que com o aumento da demanda por produtos orgânicos, num período de médio e longo prazo, esse cenário se altere, tornando-os mais acessíveis a uma parcela cada vez maior da população.

A produção de morango orgânico no Brasil

A produção de morangos no Brasil vem crescendo nos últimos anos e concentra-se principalmente nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A área plantada é de aproximadamente 4.000 hectares, com uma estimativa de produção anual de 105 mil toneladas de morangos. Desse total, apenas um pequeno percentual, em torno de 2%, corresponde à produção de morango orgânico.

De acordo com Darolt (2012), uma das principais preocupações no cultivo de morangueiros é fazer com que os produtores utilizem boas práticas de produção, como as preconizadas pela agricultura orgânica. O uso incorreto e exagerado de agrotóxicos tem transformado o morango em vilão perante o público consumidor, pois encontra-se entre as frutas que apresentam maiores quantidades de resíduos químicos devido às suas características botânicas que facilitam o acúmulo dessas substâncias.

Dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), do ano de 2011, demonstram que o nível médio de contaminação de produtos, dentre eles o morango, em vinte e seis estados brasileiros, está bem acima do desejável para a saúde humana. O nível de contaminação do morango com resíduos de agrotóxicos é de 63,4%, perdendo apenas para o pimentão, com 91,8% (PIVOTO, 2016).

Em vista disso, muitos produtores estão substituindo a produção agrícola convencional pela produção orgânica ou sem o uso de agrotóxicos, fungicidas e pesticidas, em razão dos benefícios agregados a esse tipo de produção, como a diminuição dos custos em relação à compra de agrotóxicos e defensivos agrícolas e do manuseio dessas substâncias que podem contaminar e causar sérios problemas de saúde aos produtores que as utilizam. Além dos custos financeiros e dos danos causados à saúde, há preocupação e sensibilização crescente por parte dos produtores rurais acerca da qualidade dos alimentos produzidos, que devem visar ao bem estar do consumidor e à preservação ambiental.

No estado do Paraná, a agricultura orgânica é desenvolvida em 86% das propriedades rurais com área inferior a 50 hectares e, em sua maioria, por agricultores familiares. De acordo com a Lei 11.326, de 24 de julho de 2006, se enquadram na categoria de agricultura familiar as áreas com até quatro módulos fiscais (unidade de medida), sendo cada módulo fiscal correspondente a 20 hectares, e que apresentam mão de obra composta por integrantes da própria família de agricultores (PARANÁ, 2017).

Em relação à produção de morango no estado do Paraná, pode-se considerar que ainda é pequena, se comparada com a de outros estados produtores, como Minas Gerais.

O estado paranaense produz aproximadamente 17.990 toneladas de morango convencional em uma área de 615 hectares, sendo a região de Curitiba a principal produtora, abrangendo 212 hectares, com uma produção de 7.414 toneladas, segundo dados de 2012 do Departamento de Economia Rural (Deral) da Secretaria de Estado da Agricultura. Ademais, o morango orgânico corresponde a apenas 10% do total de morango produzido em todo o estado (PARANÁ, 2017).

Na região de Cascavel (PR), localizada no Oeste do Paraná, de acordo com pesquisas realizadas junto aos órgãos locais ligados à agricultura, existem poucos produtores de morango orgânico ou que não utilizam agrotóxicos no cultivo da fruta. Um deles foi encontrado no distrito de Sede Alvorada, que se localiza a cerca de 30 km de Cascavel. Junto a esse produtor familiar é que o presente estudo foi realizado para se investigar os mercados do produto nessa região.

Sistemas de garantia da qualidade orgânica

Outro fator importante quando se trata de produtos orgânicos diz respeito às questões de regulamentação e normatização sobre o uso de determinadas substâncias e insumos para que o produto obtenha a certificação de orgânico. No entanto, isso demanda tempo e envolve custos relativamente altos quando se refere ao pequeno agricultor familiar. De acordo com Darolt (2012), alguns agricultores deixam de certificar seus produtos e passam a utilizar outras estratégias de diferenciação baseadas na venda direta, apoiando-se nos vínculos de confiança construídos entre produtores e consumidores, bem como no conhecimento e na recomendação dos produtos pelos próprios compradores.

No Brasil, a legislação prevê três maneiras de garantir a qualidade dos produtos orgânicos: a Certificação, os Sistemas Participativos de Garantia (SPG) e o Controle Social para a Venda Direta sem Certificação. Os Sistemas Participativos de Garantia, juntamente com a Certificação, compõem o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg). Esse tipo de sistema caracteriza-se pelo controle social e pela responsabilidade solidária, o que possibilita agregar credibilidade a diferentes realidades de produtores (BRASIL, 2008).

O controle social, como visto, é um processo que gera credibilidade reconhecida pela sociedade, sendo organizado por um grupo de pessoas que trabalham com seriedade, comprometimento e honestidade, atendendo às normas exigidas para esse tipo de produção. Já a responsabilidade solidária, acontece quando os participantes do grupo se responsabilizam solidariamente por cumprir as exigências técnicas determinadas para a

produção orgânica (BRASIL, 2008). Foram, ainda, criados selos de garantia da qualidade dos produtos orgânicos, tanto para o sistema participativo como para a certificação por auditoria.

O selo de garantia traz uma credibilidade maior perante o mercado consumidor, indicando que se está consumindo produtos que atendem aos critérios estabelecidos para a produção orgânica. Segundo Darolt (2012), é importante fazer com que o consumidor perceba os atributos de qualidade, sabor, segurança alimentar, forma de produção, entre outros, como diferenciais dos produtos orgânicos. Os consumidores estão cada vez mais preocupados com a qualidade dos alimentos que consomem, mostrando-se mais sensibilizados com as questões de saúde associadas ao uso intensivo de agrotóxicos, bem como a preservação do meio ambiente.

Os mercados de produtos orgânicos

Como já dito anteriormente, os alimentos orgânicos são produtos de origem vegetal ou animal que estão livres de agrotóxicos ou de outros tipos de insumos químicos. Na produção orgânica, os produtos químicos são substituídos por práticas que buscam estabelecer o equilíbrio ecológico do sistema agrícola, seguindo uma tendência que busca atender a demanda crescente de consumidores preocupados com a qualidade dos alimentos e a maneira como são produzidos (BRASIL, 2007).

Em certa medida, reconectar produtores e consumidores seria uma forma de criar um modelo de consumo alimentar ecologicamente correto e um dos caminhos para alcançar uma produção e uma alimentação mais saudáveis (DAROLT, 2012). Para o autor, a educação para o consumo é premissa básica para tornar o consumidor protagonista e elemento articulador de mudanças, pois nota-se que sua capacidade de mudar hábitos de consumo tem reflexos em vários segmentos da economia, por exemplo, na construção de mercados locais mais fortes, qualificando, assim, a cadeia produtiva.

O mercado de produtos orgânicos e agroecológicos tem seu predomínio na agricultura familiar devido a uma série de fatores histórico-culturais, como também ao fato de, até recentemente, as empresas e os produtores patronais não vislumbrarem na produção orgânica uma alternativa atraente de investimentos (NIEDERLE; ALMEIDA; VEZZANI, 2013).

No entanto, essa realidade está mudando, pois é notória a entrada desses novos atores no mercado, principalmente nos chamados circuitos longos, enquanto os pequenos agricultores familiares têm seu foco nos circuitos curtos. Para explicar os circuitos curtos

e longos, torna-se necessária uma abordagem das definições que envolvem os termos “mercado” ou “mercados”.

As definições de mercado, ou mercados, abordadas por analistas econômicos têm sido bastante questionadas por sua superficialidade e seu senso comum, pois não explicam de onde vêm os mercados, quem são os agentes que participam de sua formação e funcionamento, e sequer demonstram como se constituem as desigualdades entre esses agentes (SCHNEIDER, 2016).

O autor estabelece uma discussão sobre os mercados para além do senso comum e recorre a três definições, que são as seguintes:

a) o mercado como um *locus*, um espaço físico determinado em que se realizam trocas materiais de produtos e mercadorias; b) o mercado como princípio ordenador da sociedade e da economia, tal como funciona o capitalismo; e c) o mercado como uma construção social, que resulta de processos de interação entre agentes que trocam e intercambiam por diferentes motivos, sejam eles econômicos, sociais ou culturais (SCHNEIDER, 2016, p. 116).

Diante disso, pode se dizer que os mercados vão além dos fatores de oferta, demanda e preço, pois englobam outros elementos essenciais à compreensão de seu funcionamento, como os agentes que o compõem e as relações e interações que ocorrem, não apenas sob o enfoque econômico, mas também social e cultural. O Quadro 01 apresenta uma tipologia de mercados para a agricultura familiar.

Os diferentes tipos de mercado levam a diferentes dinâmicas de funcionamento. De acordo com o Quadro 01, os mercados relacionados à agricultura familiar se distinguem pelo tipo de agricultor que os acessa, pelo *locus* e/ou alcance espacial, por sua natureza ou suas características, pelas formas de regulação ou controle existentes e pelos canais de comercialização utilizados (SCHNEIDER, 2016).

Quadro 01: Tipologia de mercados da agricultura familiar

MERCADOS	LOCUS, NATUREZA E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO
Mercados de proximidade	São mercados em que predominam relações de troca interpessoais e se destacam mais os aspectos valorativos e a qualidade dos bens trocados do que o lucro em si. Os agricultores que mobilizam esses mercados atuam com autonomia relativa, que decorre tanto dos recursos que possuem como da natureza das relações que estabelecem nas trocas. Exemplos práticos desses mercados são as iniciativas de economia solidária em que há permuta de bens e mercadorias entre diferentes produtores e consumidores ou venda direta, como mecanismos do tipo face a face ou porta a porta. São mercados que se organizam em um <i>locus</i> específico: em geral, o povoado rural ou o pequeno município são os palcos em que ocorrem as transações.
Mercados locais e territoriais	São mercados em que as trocas passam a ser monetizadas e se configura uma situação de intercâmbio cada vez mais orientada pela oferta e demanda, assim como por critérios e indicadores quantitativos. São mercados em que os agentes passam a produzir para vender ou trocar para ganhar, configurando-se uma economia mercantil simples. Esses mercados mantêm um <i>locus</i> ligado a determinados espaços, mas o seu local de atuação e os canais de comercialização já não ficam mais tão delimitados. À medida que a demanda por produtos agroalimentares diferenciados cresce e as possibilidades logísticas se tornam acessíveis, o local de atuação desses mercados se expande. As feiras locais e os espaços públicos de venda são exemplos desses mercados.
Mercados convencionais	Caracterizam-se pelos mercados de produtos, bens e mercadorias que se orientam pela oferta e demanda, comandados por poderosos agentes privados, que realizam negócios e comercializam nos mais diversos níveis e modos, com o objetivo de vender para comprar e vice-versa. Seu campo de atuação envolve as esferas da distribuição e da circulação nacionais e globais, especialmente onde há oferta e demanda. Os agricultores inseridos nesses mercados são altamente dependentes de contratos a montante e a jusante, especialmente os que produzem <i>commodities</i> .
Mercados públicos e institucionais	São os espaços de troca em que o principal agente passa a ser o Estado ou algum organismo público (um exemplo é o Programa Mundial de Alimentos da ONU) ou alguma organização pública não governamental. Os mercados públicos são destinos de grande interesse para os produtos e as mercadorias dos agricultores, pois os preços pagos pela demanda dirigida tendem a ser mais elevados do que nos mercados convencionais, e o mais importante é que quase sempre há garantia de receber o pagamento. Os mercados públicos não possuem um <i>locus</i> ou espaço específico de atuação. Em geral, eles são criados para atender a determinadas demandas, como a alimentação escolar ou compras de produtos para cestas básicas, ou ainda atender a sistemas públicos, como hospitais, sendo que seu funcionamento pode ser feito mediante o controle mais ou menos aberto.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Schneider (2016).

Os mercados agrícolas, de acordo com Zylbersztajn (2005), caracterizam-se como um exemplo de mercado competitivo, devido à homogeneidade dos produtos, ao grande número de compradores e ofertantes, entre outras características. O autor chama atenção ainda, no âmbito dos modelos de sistemas agroindustriais (SAGs), para os agentes que

compõem esse sistema, que são, basicamente, agricultores ou produtores, ofertantes de insumos, canais de distribuição e consumidor final.

Para Kay, Edwards e Duffy (2014), os chamados mercados de nicho ganharão cada vez mais importância. Produtos orgânicos, frutas e verduras especiais e produtos de agricultura customizada para estabelecimentos e serviços alimentícios terão uma demanda cada vez maior nos próximos anos. Esses mercados exigem produtos com características especiais e os gestores rurais que se adequem a eles, aprendendo e aplicando técnicas diferenciadas de produção, que satisfaçam essas especificações, poderão ter um retorno maior de seus recursos.

Quando se trata de mercados, tanto de produtos da agricultura convencional como da orgânica, existem os chamados circuitos longos (CL) e os circuitos curtos (CC), que são formas diferentes de comercialização, isto é, são eles que definem a maneira como os produtos chegam ao consumidor final: diretamente do produtor ao consumidor (CC) ou por meio de canais intermediários (CL).

De acordo com Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), no Brasil ainda não há uma definição oficial para CC, mas o conceito básico aponta para uma proximidade entre produtores e consumidores. Na França, o termo CC é utilizado para caracterizar os circuitos de distribuição que mobilizam até um intermediário entre produtor e consumidor. Portanto, duas formas de distinguir os circuitos curtos podem ser citadas: a venda direta, quando o produtor vende o produto diretamente ao consumidor; e a venda indireta, quando existe um único intermediário, que pode ser um outro produtor, uma cooperativa, uma associação, um restaurante ou um pequeno mercado local. Segundo os autores, independente da denominação usada, esses tipos de circuitos de comercialização reforçam a autonomia e a participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo.

Para fins deste estudo, utiliza-se a definição de CC que se refere apenas à venda direta entre o produtor e o consumidor final, sem intermediações, já que esse tipo de mercado é o que melhor se aproxima da realidade da agricultura familiar de pequeno porte de produtos orgânicos ou de base agroecológica. E, para verificar os canais utilizados por pequenos produtores familiares que produzem morango sem o uso de agrotóxicos na região de Cascavel (PR), elaborou-se uma pesquisa com levantamento de dados empíricos, que são apresentados nas próximas seções deste trabalho.

Materiais e Métodos

O presente artigo teve por base uma pesquisa com abordagem qualitativa, elaborada por meio de um estudo de caso realizado em uma propriedade rural familiar de pequeno porte. A pesquisa qualitativa, segundo Yin (2016), abrange as condições contextuais (sociais, institucionais e ambientais) em que ocorrem os fatos e fenômenos estudados, além de ser uma oportunidade de apresentar conceitos já existentes ou, ainda, novas concepções sobre o tema investigado. Além disso, a pesquisa qualitativa busca coletar, integrar e apresentar dados de diferentes fontes de evidência como parte do estudo.

Foi elaborado um levantamento teórico que versa sobre a agricultura convencional e a orgânica ou agroecológica, os sistemas de garantia da qualidade orgânica, a produção e os mercados de produtos orgânicos e, mais especificamente, a produção do morango orgânico.

A escolha pela propriedade agrícola onde o estudo foi realizado deu-se devido à concordância da proprietária em participar da pesquisa e disponibilizar as informações necessárias ao desenvolvimento do trabalho.

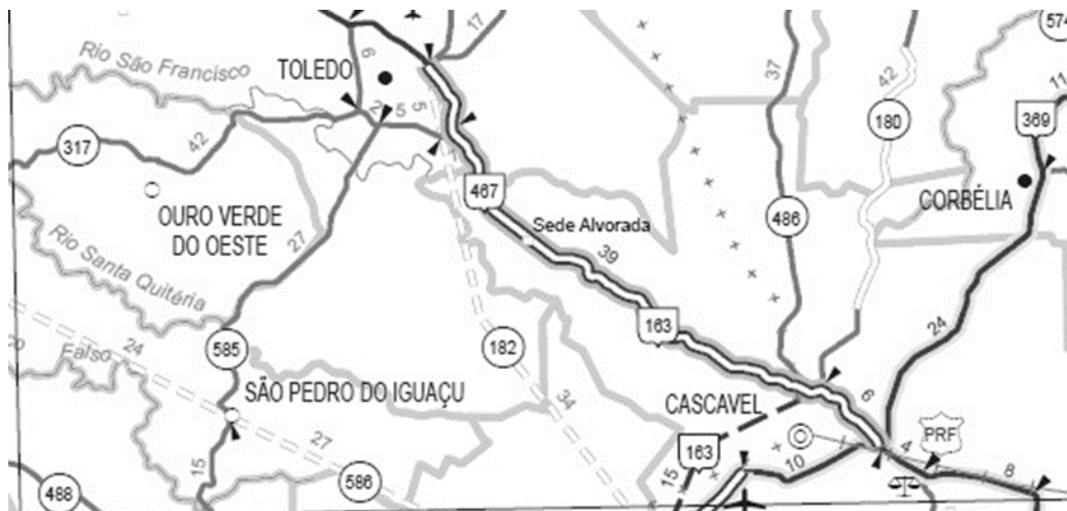
A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com o agrônomo que acompanha a produção de morangos sem o uso de agrotóxicos, defensivos e fungicidas na propriedade *locus* do estudo, bem como com a proprietária da chácara, que iniciou a produção do morango no ano de 2017. A propriedade rural estudada localiza-se no distrito de Sede Alvorada, que pertence ao município de Cascavel, região oeste do estado do Paraná, às margens da rodovia BR-467 (Figuras 1 e 2). A coleta de dados teve por objetivo levantar informações a respeito do modo de produção do morango sem o uso de agrotóxicos e sobre os mercados onde o produto é comercializado.

Figura 1: Distrito de Sede Alvorada (PR)



Fonte: Google Earth.

Figura 2: Localização do Distrito de Sede Alvorada (PR)



Fonte: Portal guiageo-parana.com.

As entrevistas foram realizadas no mês de setembro de 2017, e as perguntas que fizeram parte do roteiro semiestruturado procuraram levantar informações sobre as características da propriedade, as dificuldades e vantagens da produção de morango sem o uso de agrotóxicos, como está o mercado consumidor desse tipo de produto na região de Cascavel, que tipo de circuito ou ciclo (CC ou CL) é utilizado para comercializá-lo, quais são as perspectivas de crescimento desses mercados para os próximos anos, entre outras.

As informações levantadas na coleta dos dados são apresentadas na seção a seguir, no formato de texto, em que se relata a experiência da produtora rural na produção do morango, bem como no comércio do produto, e descreve-se, ainda, as considerações realizadas pelo agrônomo sobre os questionamentos feitos. Os entrevistados são identificados apenas pelas iniciais dos nomes e sobrenomes.

Resultados e Discussão

Inicialmente, apresentam-se as informações levantadas junto à proprietária da chácara que produz morangos sem o uso de agrotóxicos, identificada pelas iniciais do nome e sobrenome (S. C. A.) ou apenas como entrevistada.

A entrevistada informou que a propriedade está localizada no distrito de Sede Alvorada, que pertence ao município de Cascavel (PR), na BR-467, km 30. A chácara possui 25.000 m² de área e fica a aproximadamente 50 metros da BR, com acesso à estrada marginal. Possui uma casa de alvenaria com 130 m² de área, construída onde são pesados e embalados os morangos para a venda.

Sobre a infraestrutura física estabelecida para a produção, a entrevistada informou que construiu duas estufas de 60 m por 10 m, com bancadas de 1 m de altura, para o cultivo do morango semi-hidropônico e sem o uso de agrotóxicos. Foram plantadas 2 mil mudas de morango do tipo Camino Real, 4 mil do tipo Albion e 5 mil de San Andreas, entre os meses de maio e setembro de 2017. A Figura 3 mostra uma das estufas com as mudas dos morangueiros já produzindo.

Figura 3: Foto da estufa com morangueiros em produção



Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Quanto à infraestrutura de recursos humanos, S. C. A. relatou que todo o trabalho na propriedade, desde o plantio dos morangueiros, os cuidados no cultivo, até a colheita e embalagem dos frutos para a comercialização, é feito por integrantes da própria família, conforme evidenciado na Figura 4.

Figura 04: Foto da família no plantio dos morangueiros



Fonte: Dados da pesquisa (2017).

De acordo com a entrevistada, as primeiras frutas começaram a ser colhidas no mês de agosto, sendo que até o momento da entrevista já haviam sido colhidos 550 kg. Os morangos são vendidos diretamente aos consumidores, por meio de entregas em domicílio e empresas, como também mediante vendas diretas na própria propriedade e na beira da BR-467, onde a chácara está localizada.

Nota-se, pelo exposto, que as vendas são feitas diretamente ao consumidor final, figurando-se, assim, nos chamados circuitos curtos (CC). Até o momento do levantamento dos dados, a entrevistada disse não ter utilizado os circuitos longos (CL), pois não possui a certificação por auditoria que fornece o selo de garantia da qualidade de produto orgânico e isso, de acordo com ela, dificulta as vendas aos canais intermediários, por exemplo, aos grandes supermercados da região e às lojas especializadas nesse tipo de produto. Apesar disso, diz estar satisfeita com as vendas do morango por meio dos circuitos curtos, pois os consumidores têm confiança na qualidade do produto que estão comprando, divulgam aos amigos e familiares, e também elogiam a produtora pela iniciativa, por estar produzindo alimento sem o uso de agrotóxicos.

Em relação à entrevista feita com o agrônomo que acompanha a produção do morango sem agrotóxico, levantou-se informações relevantes que são apresentadas a

seguir. O agrônomo é identificado pelas iniciais de seu nome, F. E. B., ou apenas como entrevistado.

A primeira pergunta foi sobre as dificuldades e vantagens que os produtores de morango orgânico ou livre de agrotóxicos encontram. F. E. B. informou que uma das principais dificuldades encontradas se refere à legislação, que é bastante rígida e demanda um custo elevado para ser atendida, além do demorado tempo necessário para que o produtor obtenha o selo de garantia da qualidade da produção orgânica. Outra dificuldade seria a eventual presença de pragas e doenças que podem prejudicar a produção, o que requer controle em conformidade com as normas e a legislação vigentes, visto que o produtor não pode utilizar fungicidas e pesticidas para eliminar o problema.

Quanto às vantagens, o entrevistado cita a aceitação desse tipo de produto pelo mercado consumidor. Diz que a procura por morangos orgânicos é crescente e que a tendência é de que o mercado cresça ainda mais nos próximos anos, já respondendo assim a próxima questão que trata do mercado consumidor do morango orgânico. Ele complementa dizendo que é um tipo de produto que “caminha” (termo utilizado pelo entrevistado), isto é, sua distribuição dispõe de uma logística facilitadora, o que favorece sua venda. Cita ainda o exemplo da Austrália, um país que vem se destacando na produção de alimentos orgânicos, onde 17% de toda a produção já é desenvolvida em sistema orgânico ou sem uso de agrotóxicos, e compara com o Brasil, onde esse modelo de produção ainda é reduzido, gerando em torno de 1% do total de alimentos produzidos. Todavia, como a demanda é crescente, a tendência é de que esse percentual aumente num período de médio e longo prazo.

Na sequência, foi questionado sobre as formas utilizadas pelos produtores para colocar seus produtos no mercado: se utilizam mais os circuitos curtos ou longos. O entrevistado usa o termo “atravessador” para se referir aos canais intermediários entre produtor e consumidor final, dizendo que os atravessadores estão perdendo mercado, pois, hoje, grande parte do que é produzido é vendido por meio de circuitos curtos, isso agrega maior valor à produção, facilitando o contato direto entre produtor e consumidor, e também aumenta os ganhos dos produtores.

Sobre as perspectivas de crescimento da produção de orgânicos e, mais especificamente, do morango orgânico, F. E. B. diz que “é um mercado que não tem mais volta, está aí e terá consumo”. As técnicas para produção de alimentos orgânicos tendem a melhorar, o que irá acarretar maior produtividade e conseqüente diminuição dos preços de venda, pois uma das reclamações dos consumidores é justamente a questão de o preço

dos produtos orgânicos ser mais elevado, se comparado ao dos convencionais. Assim, como as perspectivas indicam um aumento da demanda, haverá também uma adequação dos preços desse tipo de produto. Para finalizar a entrevista, F. E. B. afirma que “esse mercado de alimentos orgânicos ou sem uso de agrotóxicos é o futuro”.

As informações obtidas na coleta de dados demonstram que a produção e os mercados do morango orgânico são promissores na região estudada. Outro aspecto relevante é o modo de produção, que segue os moldes da agricultura familiar de pequeno porte, bem como o foco na agricultura orgânica e sustentável.

Considerações Finais

Pelo exposto nos resultados, nota-se que o mercado de morango orgânico na região de Cascavel (PR) está em crescimento, embora conte, ainda, com poucos produtores, segundo o agrônomo entrevistado. Todavia, com uma demanda crescente por esse tipo de produto e com a constatação dos benefícios que esse modelo de produção acarreta, tanto ao produtor quanto ao consumidor, a tendência é de um desenvolvimento progressivo nos próximos anos.

Ainda, de acordo com os dados levantados na pesquisa, os mercados do morango orgânico na região investigada têm sua base nos chamados circuitos curtos (CC), caracterizados pela venda direta do produtor ao consumidor final. Os canais de comercialização do morango orgânico são basicamente a venda em beira de estrada, as entregas em domicílio e em empresas da região e a retirada do produto pelos consumidores que compram diretamente na propriedade.

Quanto à comunicação com o mercado consumidor, ambos os entrevistados relataram que é feita por recomendação, ou seja, as pessoas que compram o produto é que fazem a divulgação para parentes e amigos, caracterizando, dessa forma, a confiança existente entre produtor e consumidor. Diante disso, verifica-se, na prática, a abordagem de Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), que apontam que os circuitos curtos de comercialização reforçam a autonomia e a participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo.

A relevância e as contribuições deste estudo apresentam-se no sentido de demonstrar as mudanças que estão ocorrendo nos sistemas de produção de alimentos, passando de uma agricultura convencional para uma agricultura orgânica ou agroecológica, mais sustentável, possibilitando uma vida mais saudável e a preservação do meio ambiente. Trata-se de preocupações recorrentes de grupos da sociedade que se

mostram mais conscientes sobre os benefícios que esse modelo de sistema de produção proporciona ao meio ambiente e à vida.

Referências

ASSIS, Renato L. Globalização, desenvolvimento sustentável e ação local: o caso da agricultura orgânica. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, Brasília, v. 20, n. 1, p. 79-96, jan./abr. 2003.

ASSIS, Renato L. *Agricultura orgânica e agroecologia: questões conceituais e processo de conversão*. Seropédica: Embrapa Agrobiologia, 2005.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Produtos orgânicos: sistemas participativos de garantia*. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Brasília: Mapa/ACS, 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Cadeia produtiva de produtos orgânicos*. Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura; Antônio Márcio Buainain e Mário Otávio Batalha (Coord.). Brasília: IICA/ MAPA/SPA, 2007. 108 p. (Agronegócios; v. 5).

BRASIL. Câmara Interministerial de Agroecologia e Produção Orgânica. *Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica - PLANAPO*. Brasília, DF: MDS; CIAPO, 2013.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. *Os sistemas orgânicos de produção*. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>. Acesso em: 10 out. 2017.

CAPORAL, Francisco R.; COSTABEBER, José A. *Agroecologia e extensão rural: contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável*. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/.../agroecologia%20e%20extensao%20rural%20contribuicoes%20>>. Acesso em: 08 out. 2017.

DAROLT, Moacir R. *Conexão ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores*. Londrina: IAPAR, 2012.

DAROLT, Moacir R.; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG, Alfio. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos no caso brasileiro e francês. *Revista Agrícolas*. v. 10 - n. 2, junho de 2013.

DULLEY, Richard D. Agricultura orgânica, biodinâmica, natural, agroecológica ou econológica? *Revista Informações Econômicas*, SP, v.33, n.10, out. 2003.

KAY, Ronald D.; EDWARDS, William M.; DUFFY, Patrícia A. *Gestão de propriedades rurais*. 7. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

MARIANI, Cleide M.; HENKES, Jairo A. Agricultura orgânica x Agricultura convencional: soluções para minimizar o uso de insumos industrializados. *Revista Gestão e sustentabilidade ambiental*. Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 315 - 338, out. 2014/mar. 2015.

NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013.

PARANÁ. AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ. *Governo do Paraná amplia políticas públicas ao pequeno agricultor*. Disponível em: <<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=92494>>. Acesso em: 11 out. 2017.

PARANÁ. SECRETARIA DA AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO. Departamento de Economia Rural – DERAL. *Divisão de Estatísticas Básicas – DEB*. Disponível em: <<http://www.agricultura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=75>>. Acesso em: 02 out. 2017.

PIVOTO, Herton C. *Cultivo orgânico do morangueiro e custo de produção em diferentes sistemas semi-hidropônicos*. Dissertação (Mestrado Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica). Rio de Janeiro: UFRJ, 2016. Disponível em: <<http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppgao/files/2016/07/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Herton-feverreiro-PDF.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2017.

SCIALABBA, Nadia E.; HATTAM, Caroline. *Agricultura orgânica, ambiente y seguridad alimentaria*. Serie sobre medio ambiente y recursos naturales. N. 4. FAO (Food and Agriculture Organization), Roma, 2003.

SCHNEIDER, Sergio. Mercados e agricultura familiar. In. MARQUES, Flavia C.; CONTERATO, Marcelo A.; SCHNEIDER, Sergio (Org). *Construção de Mercados e Agricultura Familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

SOUZA, Vitor H. P.; DOURADO, José A. L. Sistema orgânico de produção e a questão agrária: notas para o debate. *Caminhos de Geografia Uberlândia*. v. 15, n. 52 Dez/2014 p. 55–65.

YIN, Robert K. *Pesquisa qualitativa do início ao fim*. Porto alegre: Penso, 2016.

ZYLBERSZTAJN, Decio. Papel dos Contratos na Coordenação Agroindustrial: um olhar além dos mercados. *RER*, Rio de Janeiro, vol. 43, nº 03, p. 385-420, julho/set 2005.