

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COLEGIADO DO CURSO DE ECONOMIA
TRABALHO DE CONCLUSÃO**

LEIDO WESLEY SOUSA LEMOS

**DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS PRODUTORES DA CIDADE DE BELO
CAMPO (BA) PARA A COMERCIALIZAÇÃO DA MANDIOCA**

Vitória da Conquista
2008

LEIDO WESLEY SOUSA LEMOS

**DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS PRODUTORES DA CIDADE DE BELO
CAMPO (BA) PARA A COMERCIALIZAÇÃO DA MANDIOCA**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Economia da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação na disciplina Monografia II do curso de Economia.

Orientador : Paulo Nazareno Alves Almeida
Co-orientador : Ronan Soares

Vitória da Conquista
2008

LEIDO WESLEY SOUSA LEMOS

**DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS PRODUTORES DA CIDADE DE BELO
CAMPO (BA) PARA A COMERCIALIZAÇÃO DA MANDIOCA**

Aprovada em / /2008

BANCA EXAMINADORA

Ronan Soares

Co-Orientador

Antonio Andrade Leal

Examinador

José Cláudio Oliveira Flores

Examinador

Vitoria da Conquista

2008

SUMÁRIO

RESUMO.....	06
LISTA DE TABELAS.....	07
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	08
1. INTRODUÇÃO	09
1.1 Revisão Bibliográfica.....	10
<i>1.1.1 Estado da Arte</i>	<i>11</i>
<i>1.1.2 Teoria de Base.....</i>	<i>12</i>
1.2 Metodologia.....	12
2. ASPECTOS GERAIS DA MANDIOCULTURA.....	13
2.1 Mandiocultura no Mundo.....	13
2.2 Mandiocultura no Brasil.....	13
2.3 Aspectos Sócio Econômicos dos Produtores de Mandioca	19
3. POLITICA AGRICOLA	21
3.1 Comercialização	29
4. ENTRAVES PARA COMERCIALIZAÇÃO DA MANDIOCA.....	35
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS.....	44
ANEXOS.....	46

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa desse estudo de caso teve como objetivo geral avaliar o grau de dificuldade encontrada pelos produtores de mandioca, durante o processo de comercialização. Para efetivar a investigação proposta, avaliaram-se as características mercadológicas, o sistema de concorrência, a margem de comercialização e condições socioeconômicas dos produtores, analisou-se também as políticas agrícolas existentes no Brasil, suas formas e como podem influenciar no processo de comercialização. Com base no referencial teórico apresentado, pode-se verificar as principais entraves a comercialização, e as razões para o baixo rendimento obtido pelos produtores com a atividade. Foi constatada, com breve histórico sobre as políticas agrícolas brasileiras, que os produtores de mandioca, principalmente da região nordeste, nunca foram favorecidos com políticas agrícolas. Embora, nos últimos anos, o crédito rural já tenha chegado a algumas regiões do nordeste. Devido as poucas possibilidades de agregar valor ao produto, os produtores ficam reféns de atravessadores, que agregam valor ao produto e obtêm ganhos na margem de comercialização.

Palavras-chave: Comercialização, mercado, preços, demanda e oferta..

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Valor da produção das principais culturas do Brasil em 2003	14
Tabela 2. Estados maiores produtores de mandioca do Brasil (2003).....	15
Tabela 3. Valor da Produção das principais culturas da Bahia (2003).....	15
Tabela 4. Produção, produtividade média, área plantada e valor da produção de mandioca, nos municípios da região de abrangência de Vitória da Conquista – BA (2003)	19

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fig. 1 – Quantidade prod. de mandioca no Brasil e nos principais estados..... 16

Figura 2 – Financiamentos Fornecidos ao setor Primário (1969-1998) 28

1. INTRODUÇÃO

Com o crescimento dos grandes centros urbanos, da expansão das indústrias, e a falta de ocupação no campo, a população brasileira passou a migrar da zona rural para a urbana, processo que teve seu início nos anos 50 com imigrantes nordestinos partindo para o sul do país, por não possuir em suas regiões políticas de desenvolvimento para as zonas rurais, infra-estrutura básica, escolas, estradas, hospitais e a seca nordestina.

O processo de êxodo rural sofreu grande aceleração até meados da década de 90 ocorrendo assim, durante esse período, uma grande redução na quantidade de mão-de-obra empregada na atividade agropecuária. Com o inchaço das grandes cidades e o desemprego, as famílias passaram a ser desencorajadas a largar o campo e migrar para as cidades, ficando em suas propriedades e buscando meios de sobrevivência na própria agricultura. Segundo IBGE (2005), a população brasileira está dividida com 84,2 % nas áreas urbanas e 15,8 % nas zonas rurais.

Na busca pela sobrevivência os produtores rurais cultivam principalmente soja, milho, cana-de-açúcar, arroz, café, mandioca, laranja, feijão, algodão herbáceo e fumo, além da pecuária. Sendo que, a mandioca está entre as mais produzidas em alguns estados, principalmente na Bahia que é o segundo maior produtor do país (IBGE,2005), e possui a região de Vitória da Conquista como a segunda maior produtora do estado.

Levando em consideração a importância da mandiocultura para a economia local, surgiu o interesse em realizar um trabalho direcionado a comercialização da mandioca pelos produtores da cidade de Belo Campo (BA), município que fica localizado na região de Vitória da Conquista.

O problema apresentado no estudo direciona-se para a verificação das más condições de manejo, pouca infra-estrutura, falta de tecnologia, ausência de indicadores que permitam diferenciar os produtos quanto à qualidade, estratégia de concorrência, exclusivamente, via preço, e baixo retorno financeiro. O objetivo geral dessa pesquisa é realizar um estudo sobre as dificuldades enfrentadas pelos produtores da cidade de Belo Campo (BA) para a comercialização da mandioca.

Este trabalho representará para a ciência econômica e o ambiente acadêmico a busca pelo entendimento da comercialização desta raiz na cidade de Belo Campo e sua representatividade para a economia local, principalmente por ser cultivada por produtores de baixa renda e utilização de mão-de-obra familiar.

Considera-se, como hipótese, que os produtores de mandioca obtém baixo retorno financeiro devido as precárias condições de produção, pouca de tecnologia, desorganização dos próprios produtores, e pouca infra-estrutura, comprometendo assim o processo de comercialização e conseqüentemente sua margem de lucro.

Busca-se a confirmação da hipótese por meio da realização de uma pesquisa bibliográfica, e aplicação de questionários com entrevistas diretivas direcionadas para um grupo específico de produtores de mandioca localizados na cidade de Belo Campo (BA).

No primeiro capítulo, é apresentada a representatividade da cultura da mandioca no mundo, e quais os países que são os maiores produtores mundiais. Em seguida, é demonstrada sua importância no cenário nacional diante das demais culturas, e são destacados os maiores estados produtores do país, evidenciando a Bahia e apresentando breves comentários sobre o sistema produtivo, o comércio e o mercado. Por fim, são feitas observações acerca das condições sócio econômicas dos produtores de mandioca.

No segundo capítulo, trata-se das políticas agrícolas que foram adotadas para melhorar as condições de vida dos produtores. No mesmo capítulo, ainda são tratadas a comercialização, a concorrência perfeita e analisada as margens de comercialização da mandioca.

No terceiro capítulo, é analisado os entraves encontrados pelos produtores, conforme questionário aplicado, onde é caracterizada as condições socioeconômicas dos mandiocultores.

Finalmente, após análise das informações obtidas através do levantamento bibliográfico, das consultas aos órgãos de pesquisa, e por meio da aplicação de questionário. A demonstração dos resultados dar-se á por meio de tabelas e gráficos, sendo seguidos de análises conclusivas sobre as informações coletadas. Por fim, chega-se as considerações finais, onde se destaca as causas das distorções de preços da mandioca, ausência de políticas agrícolas eficazes para os produtores, precárias condições socioeconômicas e por fim, a confirmação das hipóteses levantadas.

1.1 Revisão Bibliográfica

A análise das margens de comercialização da mandioca, pode identificar a diferença nos ganhos entre os produtores e os demais agentes do mercado durante o processo de comercialização.

Segundo (MARQUES e AGUIAR, 1993), os agentes intermediários incorrem numa série de despesas para colocarem os produtos onde, quando e na forma em que o consumidor necessitar. O pagamento para estas despesas é denominado “margem de comercialização”.

Demanda, de acordo com (ARBAGE, 2006), é a relação que descreve quanto um bem ou serviço os consumidores estão dispostos a adquirir, aos diferentes níveis de preços, em um determinado período de tempo e dado um conjunto de condições.

Os preços da mandioca são influenciados diretamente pelas mudanças na oferta, considerando-se que as mudanças na demanda se processam mais lentamente.(EMBRAPA, 2003)

No mercado, local onde atuam compradores e vendedores, ocorre comercialização, processo de compra e venda de bens e serviços e intermediação entre consumidores e produtores. (SANDRONI, 1999)

No prazo muito curto os consumidores, confrontando-se com os preços iniciais dos bens e serviços, cuidam de alocar sua renda de modo que maximize sua satisfação. Uma vez que as ofertas são inicialmente fixadas, os preços se movem até o nível em que equilibrarão os mercados e não criarão excedentes. (LEFTWICH, 1997)

1.1.1 Estado da Arte

A comercialização agrícola já foi abordada em trabalhos realizados pela USP – Universidade São Paulo, através do prof. Dr. Geraldo de Sant’Ana de Camargo Barros.

Assim como a Produção e o Mercado de Mandioca em artigo elaborado por Waldemar Pires de Camargo Filho e Humberto Sebastião Alves.

A processo de Comercialização da mandioca também é pesquisada por Institutos como EMBRAPA, SEBRAE.

Na região sudoeste, foi realizado pesquisa, no ano de 2005, com equipe técnica composta pela FBB, ASA, CPT, MPA, UESB, EMBRAPA, SEBRAE, IMC, PMVC, PMCS, PMT.Foi abordado o Desenvolvimento sustentável e solidário da cadeia da mandioca no Sudoeste da Bahia.

1.1.2 Teoria de Base

Será utilizada a teoria de margem de comercialização como teoria de base, considerando-se que uma das características fundamentais da agricultura em países menos desenvolvidos é a extrema variabilidade de sua produção e de seus preços, resultando daí uma considerável instabilidade da renda agrícola. Tendo como conceitos norteadores a elasticidade preço da procura, elasticidade renda da procura, elasticidade cruzada da procura e elasticidade preço da oferta.

1.2 Metodologia

O presente trabalho foi desenvolvido com método de investigação, um estudo de casos direcionado a população específica, os produtores de mandioca da cidade de Belo Campo (BA).

A técnica utilizada para a coleta de dados necessários para o estudo, será a realização de entrevistas diretivas, através da utilização de questionários, que contemplará um rol de questões abrangendo itens relacionados as dificuldades encontradas para a comercialização da mandioca.

Também fez parte dessa etapa, a coleta de dados junto a EMBRAPA, IBGE, SEBRAE, SECRETARIA DE AGRICULTURA DE BELO CAMPO E SINDICATO DOS TRABALHADORES RURAIS DE BELO CAMPO.

A pesquisa foi realizada durante o 2º semestre de 2007, e segundo dados fornecidos para Secretaria de Agricultura de Belo Campo, o município possui cerca de 812 produtores de mandioca, situados na zona rural, nas imediações da cidade, e utilizando, em sua maioria, a mão de obra familiar.

A escolha dos entrevistados foi realizada de forma aleatória, abrangendo as diversas localidades que compõem o município.

2. ASPECTOS GERAIS DA MANDIOCULTURA

2.1 Mandioca no Mundo

A mandioca (*Manihot esculenta Crantz*), planta da família Euphorbiaceae, originária da América Tropical, é utilizada de forma integral: as raízes são empregadas na alimentação humana, na animal e na indústria; sendo que as hastes e as folhas servem, principalmente, como fonte de proteína na alimentação animal (MONTALDO, 1991). As raízes são a principal fonte de calor para, aproximadamente, 600 milhões de pessoas na África, na Ásia, na América Latina e na Oceania (ROCA et al., 1991). Dos 47 milhões de hectares, cultivados com raízes e tubérculos no mundo, a mandioca ocupa, aproximadamente, 17 milhões, localizados inteiramente em países em desenvolvimento. O continente africano apresenta maior consumo dessa raiz, destacando-se o Zaire (390,9 kg/hab./ano) e Congo (332,9 kg/hab./ano) (COOPASUB, 2005).

Atualmente são produzidos no mundo, em torno de 204 milhões de toneladas por ano, em 2005, segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO), os maiores produtores mundiais foram a Nigéria com 18,73%, Brasil (13,07%), Indonésia (9,55%), Tailândia (8,31%), Republica Democrática do Congo (7,35%), representando mais de 57% da produção mundial (MATTOS, et.al. 2006).

Em 1980, a produção mundial foi de 122,1 milhões de toneladas, e o Brasil, o maior produtor, participou com 24,6 milhões de toneladas (20,1 % de participação). Em 22 anos (1980-2002), a produção no mundo aumentou em 51,0 % e o Brasil passou a ser o segundo maior produtor com 22,99 milhões de toneladas (EMBRAPA, 2003).

2.2 Mandioca no Brasil

No Brasil, o consumo médio de mandioca é de 64,7 kg per capita (CIAT, 1993). Na região Nordeste, a mandioca é cultivada geralmente por pequenos produtores, sem acesso às tecnologias modernas ou às linhas de crédito, e sua exploração é caracterizada pelo pequeno uso de insumos, ao contrário do que ocorre com outras culturas, a exemplo da soja, que utiliza tecnologia avançada.

A mandiocultura está entre as principais culturas cultivadas no Brasil, tanto em área plantada (1.647.935 ha) como em valor da produção, como se pode observar na tabela 1.

Com uma receita bruta anual que supera a casa de US\$ 1 bilhão, o “agribusiness” da mandioca gera US\$ 150 milhões de contribuições tributárias e fixa 4 milhões de trabalhadores no campo, especialmente em regiões sem outras oportunidades de emprego (COOPASUB, 2005).

O Brasil é o segundo maior produtor mundial de mandioca (13,07% do total), sendo cultivada em todas as regiões. Estima-se que na fase de produção primária e no processamento da farinha e fécula são gerados um milhão de empregos diretos e que essa atividade proporciona receita bruta anual equivalente a 2,5 bilhões de dólares e uma contribuição tributária de 150 milhões de dólares e a produção que é transformada em farinha e fécula gera, respectivamente, receitas equivalentes a 600 milhões e 150 milhões de dólares (EMBRAPA, 2003).

Tabela 1. Valor da produção das principais culturas do Brasil em 2003.

Culturas	Valor da Produção (mil reais)
Soja	28.584.866
Milho	13.522.976
Cana-de-açúcar	12.288.334
Arroz	5.594.739
Café	4.459.428
Mandioca	4.372.646
Laranja	4.209.685
Feijão	4.008.884
Algodão herbáceo	2.690.505
Fumo	2.514.984

Fonte: IBGE (2005)

Verifica-se, conforme a Tabela 1, que a mandioca está entre as principais culturas do Brasil, superando culturas tradicionais como feijão e algodão..

O Estado da Bahia é o segundo maior produtor de mandioca do Brasil (Tabela 2), essa cultura ocupa dentro do estado o segundo lugar em valor de produção, ficando atrás apenas da soja (Tabela 3). Em 1999, a mesma foi a maior contribuinte do PIB do agronegócio da Bahia, com a participação de 8,43% do total (SEAGRI, 2003). A região de Vitória da Conquista, segunda maior produtora do Estado, produziu, em 2003, 347.986 mil toneladas, aproximadamente 9% da produção estadual.

Tabela 2. Estados maiores produtores de mandioca do Brasil (2003).

Unidade da Federação	Produção (t)
Pará	4.468.892
Bahia	3.897.694
Paraná	2.355.300
Rio Grande do Sul	1.315.223
Maranhão	1.241.190
São Paulo	864.230
Minas Gerais	850.592
Amazonas	804.944
Ceará	757.891
Santa Catarina	538.930

Fonte: IBGE (2005)

Como se pode comprovar na tabela 2, os estados do Pará, Bahia e Paraná, lideram as produção de mandioca no país, enquanto que os demais apresentam uma produção bem menos expressiva. Em destaque a Bahia, segundo colocado, que apresenta também larga diferença em relação ao Paraná (terceiro maior produtor).

Tabela 3. Valor da Produção das principais culturas da Bahia (2003).

Cultura	Valor da Produção (mil reais)
Soja	948.432
Mandioca	888.926
Cacau	573.141
Milho	425.229
Feijão	419.629
Algodão herbáceo	382.803
Cana-de-açúcar	315.226
Mamão	307.901
Banana	307.558
Café	281.956

Fonte: IBGE (2005)

É possível constatar, conforme a tabela 3, a representatividade da mandioca dentro do estado da Bahia, superando culturas também importantes como cacau e milho.

Entretanto, mesmo se considerando a importância da mandiocultura para o país e para o Estado da Bahia, a sua cadeia produtiva enfrenta muitas dificuldades. A cultura é explorada principalmente por pequenos produtores, descapitalizados, com difícil acesso ao financiamento e assistência técnica, e que utilizam técnicas tradicionais de cultivo. Nessas condições a média de produtividade nacional obtida é de 13,4 t/ha (IBGE, 2005), extremamente reduzida quando se considera o potencial da cultura, que é de 90 t/ha (COOCK, 1990).

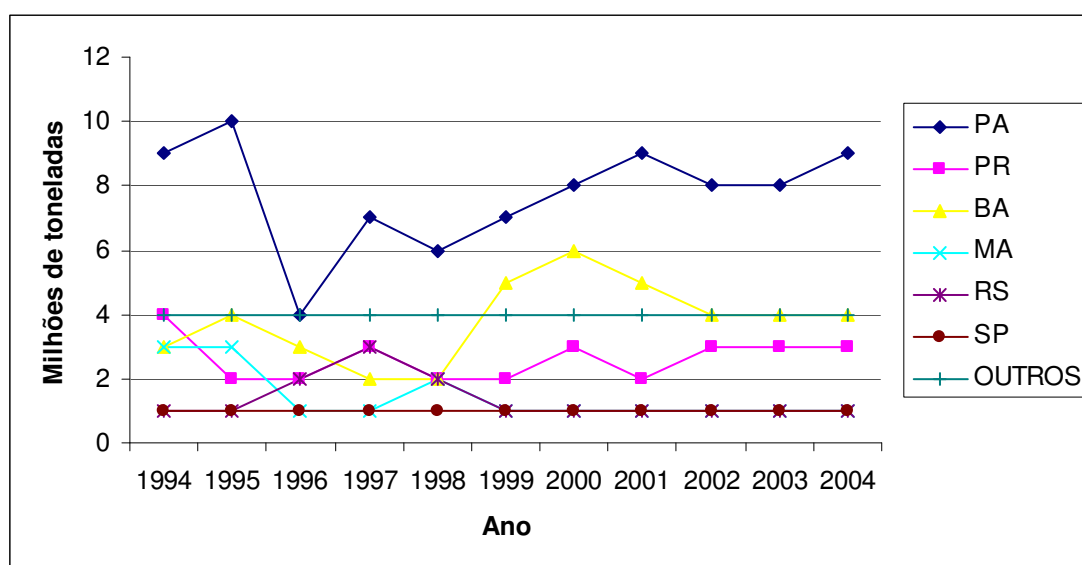


Figura 1 – Quantidade produzida de mandioca no Brasil e nos principais estados

Fonte: IBGE (2005)

A partir da Figura 1, verifica-se que os estados do Pará, Bahia e Paraná exercem liderança ao longo dos anos na produção de mandioca, e que o estado do Maranhão apresentou queda acentuada na produção a partir de 1996, enquanto que os demais sofreram apenas pequenas oscilações.

O sistema produtivo da cadeia da mandioca pode apresentar três tipologias definidas como: unidade doméstica, familiar e empresarial, levando em consideração a origem da mão-de-obra, o nível tecnológico, a participação no mercado e o grau de intensidade do uso de capital na exploração. Quando se utiliza apenas mão-de-obra familiar, sem tecnologias modernas, com pouca disponibilidade de capital e baixa participação do mercado a tipologia é doméstica. A unidade familiar se caracteriza por ter maior disponibilidade de capital do que a unidade doméstica, fazendo uso de algum tipo de tecnologia e possui maior participação no mercado. Na unidade empresarial ocorre a contratação de mão-de-obra de terceiros, o que caracteriza uma maior disponibilidade de capital entre as três tipologias consideradas, além de

utilizar técnicas mais avançadas e responder pela maior parte do mercado juntamente com a unidade familiar. Os principais aspectos mercadológicos são os canais de distribuição, as formas de comercialização e principais mercados (EMBRAPA, 2003).

O segmento de processamento da cadeia da mandioca está intimamente relacionado com o uso das raízes para farinha ou fécula. A escala de operação das indústrias de processamento de farinha vai desde as pequenas unidades artesanais de processamento (comunitárias ou privadas) existentes no Brasil, até unidades de grande porte que processam, em média, 300 sacas de farinha por dia, passando pelas unidades de médio porte (100 sacas por dia). Na cadeia da mandioca existem ainda outros produtos de importância econômica regional e que são comercializados de maneira informal, como é o caso da raspa de mandioca e da parte aérea (EMBRAPA, 2003).

As etapas de processamento e distribuição na grande maioria são realizadas por um mesmo ator. Essa situação pode acontecer no mercado de farinha, de raízes frescas e de fécula, ou seja, um mesmo produtor/empresa processa e distribui os produtos. Neste caso, a farinha e as raízes frescas são comercializadas diretamente nas feiras livres ou são repassadas para supermercados. Já no caso da fécula, ocorre a comercialização diretamente com as empresas que irão usá-la como insumo em diversos processos industriais. Apesar do crescimento da comercialização via associações e cooperativas, ainda prevalece a figura do intermediário como principal agente de comercialização na cadeia. Essa função é exercida por agentes esporádicos (caminhoneiros) e por comerciantes regularmente estabelecidos nos centros urbanos (EMBRAPA, 2003).

O segmento de consumo da cadeia da mandioca é caracterizado por consumidores que absorvem a própria produção, ou seja, são agricultores que definem os produtos em função de suas preferências e hábitos regionais. No caso dos demais consumidores, que adquirem os produtos no mercado, o padrão de consumo depende do produto, nível de renda, costumes regionais e hábitos de compra. No tocante a farinha comum, farinhas temperadas, farinha tipo “beiju”, mandioca “fresca” e outros produtos tradicionais, identificam-se, pelo menos dois tipos de consumidores que podem ser caracterizados em função dos hábitos de compra: “o consumidor de feira livre” e o consumidor de supermercado. Com relação aos consumidores de fécula, todos podem ser classificados como consumidores intermediários, isto é, adquirem o produto para ser utilizado como insumo nos diversos processos industriais. Enquadram-se nessa categoria os consumidores que compram pequenas quantidades que podem ser encontradas no comércio varejista e consumidores que atuam no mercado atacadista, como é o caso das padarias,

confeitarias e os consumidores que transacionam grandes volumes, diretamente negociado com as feccularias, visando obter melhores preços e condições de pagamento (EMBRAPA, 2003).

Segundo Leftwich (1997), no modelo de mercado, define-se procura por um bem como sendo as várias quantidades deste, por unidade de tempo, que os consumidores estarão dispostos a adquirir no mercado, a todos possíveis preços alternativos, tudo o mais permanecendo constante. E como oferta de um bem, como as várias quantidades desse bem que os vendedores colocam no mercado, a todos os preços alternativos, enquanto as outras coisas permanecem constantes.

Mercado significa um conjunto de pessoas e empresas que compõe o universo de um determinado segmento da economia. É a relação entre a oferta – pessoa que deseja vender os bens e serviços, e a procura – pessoa que quer comprar bens ou serviços. Assim, em toda situação que estão presentes as forças de oferta e demanda, real ou potencial, de algum bem ou serviço, configura-se uma situação de mercado (FOLEGATTI; MATSUURA, 2002).

Ao contrário do mercado de outras “commodities” que são dominadas por empresas oligopolistas, o mercado da mandioca aproxima-se da livre concorrência, ocorrendo um fácil ingresso de novos produtores na atividade, aumentando a oferta e provocando queda nos preços. O mercado de mandioca apresenta, assim como os produtos agrícolas em geral, um círculo vicioso, preços atraentes resultam em ingressos de novos produtores, com conseqüente aumento da produção, o que por sua vez ocasiona queda de preço, gerando renda insuficiente, aumentando desta forma a imigração.

Segundo (SANDRONI, 1999), concorrência perfeita é uma condição onde os preços de mercado formam-se perfeitamente segundo a correção entre oferta e procura, sem interferência predominante de compradores ou vendedores isolados. Os capitais podem, então, circular livremente entre os vários ramos e setores, transferindo-se dos menos rentáveis para os mais rentáveis em cada conjuntura econômica.

A concorrência perfeita apresenta como características, segundo (ARBAGE,2006), grande número de agentes operando, produtos homogêneos, informações de fácil acesso pelos agentes que compõem o mercado e grande mobilidade dos agentes econômicos. Cada indivíduo ou agente econômico, isoladamente, não é capaz de alterar o preço do produto para obter vantagens particulares.

A forma como é comercializada é um dos itens que mais contribuem para desestimular os produtores, que em sua totalidade dependem de atravessadores, sem ter outra

maneira de escoar a produção, obterem melhores preços e com pequena possibilidade de diferenciação do produto.

2.3 Aspectos socioeconômicos dos produtores de mandioca

Segundo o IBGE, a Bahia está dividida em sete mesorregiões, a saber: centro norte baiano, centro sul baiano, extremo oeste baiano, metropolitana de Salvador, nordeste baiano, sul baiana e o vale são franciscano da Bahia. Segundo o IBGE (2005), a mesorregião do centro sul baiano é responsável por 27,5% do total da produção do estado. Nessa mesorregião se encontram duas das maiores microrregiões produtoras de mandioca, Jequié e Vitória da Conquista, respectivamente, com 9,5% e 8,9% da produção do estado.

Tabela 4. Produção, produtividade média, área plantada e valor da produção de mandioca, nos municípios da região de abrangência de Vitória da Conquista – BA (2003).

Municípios	Produção (t)	Produtividade kg/há	Área (ha)	Valor da produção (mil R\$)
Cândido Sales	240.000	12.000	20.000	39.600
Belo Campo	25.200	12.000	2.100	3.654
Vit. da Conquista	24.000	12.000	2.000	4.200
Tremedal	14.280	12.000	1.190	2.428
Encruzilhada	11.400	12.000	950	1.938
Condeúba	10.800	12.000	900	1.836
Anagé	5.400	12.000	450	864
Ribeirão do Largo	5.160	12.000	430	903
Piripá	2.520	12.000	210	441
Caraíbas	2.400	12.000	200	396
Poções	2.400	12.000	200	600
Planalto	1.800	12.000	150	450
Barra do Choça	1.560	12.000	130	234

Fonte: IBGE (2005)

Observa-se na tabela 4, que a produção média está abaixo da média nacional, que segundo a Embrapa é de 13,4 t/ha, o que significa que a forma de produção ainda está muito precária e utilizando técnicas tradicionais e na sua maioria sem assistência técnica. Os valores obtidos com a produção de mandioca são significativos diante da pobreza desses municípios.

Segundo a COOPASUB (2005), os produtores são em sua maioria nascidos nas próprias propriedades onde residem e são donos das terras onde produzem, verifica-se a

existência da tradição de repasse da atividade de pai para filho e possuem em sua maioria uma área entre 5 e 10 ha, sendo mais de 70% para cultivo de mandioca e o restante é utilizado para plantio de feijão e milho nas épocas de chuva. Nenhum produtor possui sistema de irrigação, nem reservatório de água nas proximidades de suas propriedades, não possui acesso a água potável e também a nenhum tipo de saneamento básico. Entre os produtores não existe nenhuma organização quanto a forma de produção, armazenagem, transporte e comercialização, ficando a cargo de cada produtor individualmente realizar essas etapas.

Em geral, a mão-de-obra utilizada na atividade é familiar e engloba em média 5 pessoas em cada propriedade, gerando uma renda em torno de 1 a 2 salários mínimos para cada produtor (COOPASUB, 2005). Ainda segundo este estudo realizado pela COOPASUB, em torno de 25% dos produtores se consideram analfabetos, enquanto que o restante assina o nome ou possuem o ensino fundamental incompleto

3. POLÍTICA AGRÍCOLA

Segundo Arbage (2006), política agrícola é um ramo da política econômica aplicado ao setor primário, é formada por um conjunto de medidas que visam a ampliação da produção de alimentos. O crédito rural, o subsídio agrícola, a política de preços mínimos e o seguro agrícola são alguns dos mecanismos usualmente utilizados para ampliar a base produtiva primária nacional.

A política agrícola pode ser definida como um conjunto de instrumentos que o governo utiliza para regular o comportamento dos agentes privados e organizar mecanismos públicos com a finalidade de atingir objetivos definidos para o setor primário.

Os objetivos podem ser de ampliação da oferta de alimentos no país, a difusão de uma determinada cultura em uma região, a dinamização de projetos que privilegiem a implantação de agroindústrias familiares, ou objetivos voltados a aspectos mais gerais (ARBAGE,2006).

As políticas agrícolas podem ser operativas quando visam regulamentar e fiscalizar as operações de comercialização agrícola nos centros de abastecimento e consumo, ou intervencionistas quando procura estabelecer cotas de importação, monitorar e direcionar o investimento privado e utilizar políticas tributárias diferenciadas. Quando aplicadas em curto prazo objetivam estimular a produção através de instrumentos como crédito e preços mínimos; quando no médio e longo prazo pretendem modificar aspectos do sistema de produção, como obras de irrigação e drenagem, aprimoramento do sistema oficial de extensão rural e implantação de projetos de microbacias (ARBAGE, 2006).

As principais formas de intervenção por parte do governo têm sido tabelamentos, políticas de controle sobre o comércio internacional, política de monopolização da comercialização, política tributária, política de subsídios, política de preços mínimos de garantia e política de estoques reguladores (MARQUES e AGUIAR, 1993).

A administração de preços agrícolas por meio de tabelamentos, com o objetivo de fornecer alimento mais barato à população, tem sido constantemente percebida com diversos produtos básicos, como o leite tipo C e o óleo de soja, arroz e feijão.

O processo consiste em fixar o preço mínimo de comercialização do produto. Esse valor geralmente é fixado abaixo do preço que será estabelecido no mercado livre, já que, se o preço fosse tabelado acima do preço de equilíbrio, o último prevaleceria (MARQUES e AGUIAR, 1993).

A consequência dessa política é o surgimento de excesso de demanda, pois com o preço abaixo do de equilíbrio os consumidores desejam consumir mais do que os produtores estarão dispostos a produzir. Como o preço não pode subir (para que um novo ponto de equilíbrio seja atingido), devido ao tabelamento, o excesso de demanda permanece, originando problemas de desabastecimento (MARQUES e AGUIAR, 1993).

A política de monopolização da comercialização é o caso de maior interferência, onde o governo procura monopolizar todas as fases da comercialização do produto. Os principais exemplos são o trigo e a cana-de-açúcar. Nesses dois casos as autoridades econômicas do governo definem os preços ao varejo (álcool, açúcar e farinha de trigo), os preços recebidos pelo produtor e os preços recebidos pela indústria de transformação, controlando, ainda, a quantidade que será exportada (açúcar) ou importada (trigo). Os possíveis déficits que ocorrem nesse sistema são cobertos com recursos públicos (MARQUES E AGUIAR, 1993).

Segundo (MARQUES e AGUIAR, 1993), além da política cambial, que tem um efeito mais abrangente sobre as trocas internacionais, o governo tem recorrido a diversos tipos de instrumentos de política econômica, buscando interferir no comércio internacional de determinados produtos. Entre esses instrumentos, os mais utilizados pelas autoridades brasileiras têm sido o estabelecimento de cotas, impostos e subsídios e a cobrança de confiscos cambiais. Essas medidas têm procurado incentivar ou desincentivar as exportações e importações (via impostos e subsídios diferenciados), reservar uma parte da colheita para consumo interno, com o objetivo de isolar o mercado interno das flutuações dos preços internacionais e, ainda, impedir a queda das cotações internacionais de produtos onde um crescimento da oferta brasileira provoca queda muito acentuada dos preços externos (café, por exemplo).

No caso de mercados onde a produção brasileira é muito importante, como o mercado internacional do café, a elasticidade-preço da demanda pelo produto brasileiro é muito baixa (inelástica), ou seja, um aumento significativo da oferta brasileira pode fazer com que os preços internacionais caiam proporcionalmente mais que o aumento da quantidade exportada, fazendo com que a receita da comercialização desse produto caia. Esse fato tem feito com que o governo recorra sistematicamente a confisco cambial sobre as exportações de café, o que significa que o governo confisca uma fração de renda conseguida com a exportação desse produto, diminuindo assim a atratividade do comércio internacional, regulando a oferta do produto e sustentando as cotações externas (MARQUES e AGUIAR, 1993).

Na tentativa de garantir o abastecimento interno, um instrumento que tem sido bastante usado é o estabelecimento de cotas de exportação ou cotas de reserva para o suprimento interno. O procedimento usado, no caso das cotas para abastecimento interno, consiste na exigência, por parte do governo, da reserva de uma parte da produção nacional para o atendimento da demanda interna. O que exceder essa cota pode ser exportado. Já no caso de cotas de exportação, o governo estabelece a quantidade máxima de produto que pode ser exportada (MARQUES e AGUIAR, 1993).

Com relação aos impostos e subsídios sobre as exportações, os efeitos são o aumento (subsídio) ou a diminuição (imposto) do preço recebido pelo exportador.

Os objetivos apontados para políticas de preços mínimos têm sido a estabilização de preços e rendas agrícolas, estímulo à modernização tecnológica do setor, estímulo ao crescimento da produção agrícola como um todo e estímulo ou desestímulo ao plantio de algumas culturas individuais, entre outros (MARQUES e AGUIAR, 1993).

De acordo com (MARQUES e AGUIAR, 1993), os resultados dessa política, em termos de mudança na produção, vai depender da resposta dos agricultores aos preços, resposta essa variável entre as regiões. Apesar de alguns economistas defenderem que os produtos dos países subdesenvolvidos não respondem aos estímulos de preços devido à estrutura agrária, alguns trabalhos empíricos, como o de Pastore (1968), mostrou que a agricultura brasileira respondia a preços da mesma forma que a dos países desenvolvidos. Pastore verificou, ainda, respostas maiores em regiões onde havia maior infra-estrutura da comercialização.

Devido a essa resposta por parte dos agricultores, a política de preços mínimos tem exercido grande influência sobre o plantio, já que esses preços, geralmente anunciados em meados do ano, são a primeira indicação do preço da safra seguinte.

Essa política consiste no estabelecimento de um preço que será garantido pelo governo. Esse valor é baseado, no caso brasileiro, parcialmente nos custos de produção das culturas garantidas, e determinado pela Companhia de Financiamentos da Produção (CFP) do Ministério da Agricultura (hoje, a CFP, junto com algumas outras empresas estatais, compõe a Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB). Os custos estabelecidos geram as propostas de preços mínimos da CONAB (que dependerão, ainda, dos objetivos da política agrícola, como a necessidade de se incentivar ou desincentivar o plantio de determinadas culturas, a necessidade de se aumentar a produção agrícola como um todo etc.), estas são levadas ao Conselho Monetário Nacional, que decidirá quais os valores dos preços mínimos

para a safra seguinte, levando em conta, ainda, fatores não agrícolas, como a disponibilidade de recursos para o financiamento do programa (MARQUES e AGUIAR, 1993).

Diversos critérios, além do político, podem ser usados para o estabelecimento de preços mínimos. Os principais, segundo Krishna (1975), são: cobrir o custo de produção, manter a paridade entre os preços agrícolas e os preços de um conjunto de bens ou manter os preços mínimos vinculados as médias variáveis dos preços de mercado dos últimos anos. Para Lopes (1978), o preço mínimo deve buscar antecipar o preço de mercado, reduzindo as incertezas de preço no processo de formação de expectativas e de tomada de decisão.

O principal problema associado ao estabelecimento de preços mínimos acima dos preços que ocorreriam em condições de não intervenção, segundo (MARQUES e AGUIAR, 1993), é a grande quantidade de produto que o governo teria de comprar e armazenar, já que existiria excesso de oferta. Os preços estabelecidos abaixo do preço previsto de equilíbrio de mercado permitiriam uma boa economia por parte do setor público, porém o efeito desses preços poderia servir de desestímulo ao plantio desses produtos na safra seguinte.

Além da forma de cálculo, o período de vigência dos preços mínimos pode variar, sendo que no Brasil os preços mínimos são alterados anualmente, de acordo com os objetivos de cada safra. Apesar disso, parece haver certo consenso entre os especialistas de que esses preços deveriam ser plurianuais (Lopes, 1978), trazendo, assim, menor incerteza aos produtores e estímulo aos investimentos na agricultura.

A política brasileira de preços de garantia é operacionalizada com as aquisições do governo federal (AGF) e com os empréstimos do governo federal (EGF).

Os EGFs são empréstimos feitos para que a estocagem possa ser efetuada pela iniciativa privada, podendo ser com ou sem opção de venda. Os EGFs com opção de venda para o governo funcionam da seguinte maneira: o agricultor procura o Banco do Brasil ou algum banco comercial, requer o EGF e recebe o empréstimo (que é baseado no valor de compra de sua produção ao preço mínimo), podendo vender a produção no mercado e pagar o empréstimo quando este vencer, ou entregar a produção financiada ao governo, caso o preço de mercado não seja superior ao preço mínimo de garantia. Os EGFs sem opção de venda exigem o pagamento em dinheiro, devendo o requerente correr o risco de queda de preço no mercado (MARQUES e AGUIAR, 1993).

Segundo (MARQUES e AGUIAR, 1993), a vantagem dos EGFs está na possibilidade de as cooperativas e produtores aguardarem melhores preços, armazenando o produto em local indicado pelo banco. Esse empréstimo é liberado no início da colheita, para permitir que os armazenadores arquem com os custos de estocagem. Além das cooperativas e

produtores, diversos agentes que participam do processo de comercialização podem requerer esse empréstimo, tais como indústrias de transformação, beneficiadores, entre outros.

As AGFs são aquisições do governo federal realizadas ao preço de garantia e irão formar o estoque regulador do governo com o qual este procurará estabilizar os preços na entressafra. A AGF pode ser direta, quando o produto adquirido não recebeu financiamento para estocagem, ou indireta, no caso de o produtor ter requerido anteriormente financiamento para estocagem com opção de venda. Essas aquisições são feitas apenas através do Banco do Brasil, mesmo no caso de o produtor ter recebido EGF anteriormente através de outro banco (MARQUES e AGUIAR, 1993).

A contrapartida das aquisições do governo federal é a desova de estoques, objetivando regularizar o abastecimento ao longo do ano. Esses estoques, que podem ser somados às possíveis importações de produtos agrícolas, procuram impedir, juntamente com o estoque em poder da iniciativa privada, que o caráter sazonal da produção agrícola implique em elevações significativas dos preços da entressafra.

Para fornecer maior segurança para a iniciativa privada participar mais ativamente do processo de armazenamento, tem surgido propostas para o estabelecimento de regras mais claras quanto à intervenção do governo no abastecimento. As propostas, que já estão sendo implementadas, são no sentido da definição de preços de intervenção, que, quando atingidos, fariam com que o governo colocasse parte de seu estoque à venda. Nesse caso, os preços variariam entre dois limites, representados pelo preço mínimo e pelo preço de intervenção. Quando o preço de mercado estivesse abaixo do preço mínimo, o governo compraria, sustentando as cotações e formando seu estoque. Quando o preço ultrapassasse o limite de intervenção, o governo venderia, impedindo a continuidade do crescimento de preços (MARQUES e AGUIAR, 1993).

Os subsídios são uma maneira de aumentar a renda do setor agrícola e podem ser via preços, com o estabelecimento de preços mínimos acima dos preços de mercado, ou via insumos, como foi feito no Brasil com o crédito agrícola subsidiado, principalmente até o início da década de 1980.

O subsídio aos insumos provoca um deslocamento da curva de oferta agrícola para a direita. O efeito desse deslocamento será o aumento da quantidade ofertada e a queda do preço dos produtos agrícolas. Logo, essa política será vantajosa para os consumidores, porém implicará elevação dos gastos públicos.

Outra forma de intervenção governamental que influencia preços e quantidades ofertadas de produtos agrícolas é a cobrança de impostos sobre a produção (política tributária).

A principal forma de imposto cobrado no Brasil é a do tipo *ad valorem*, ou seja, recai sobre o valor de venda (em algumas regiões 15% do preço do feijão é retido na forma de imposto sobre circulação de mercadorias e serviços, ICMS). Esse imposto faz com que o preço recebido pelo produtor seja diminuído. Sendo P_c o preço de mercado (com tributação) e T a taxa de imposto, o preço recebido pelo produtor será $P_c \cdot (1 - T)$, portanto, menor do que antes, o que provocará uma mudança na inclinação da curva da oferta (ficará mais inclinada), elevando o preço pago pelo consumidores e diminuindo a quantidade oferecida. (MARQUES e AGUIAR, 1993).

O saldo dessa política, comparativamente a uma situação de ausência de imposto, em termos de preço e quantidade ofertada, será então: menor preço (líquido) recebido pelo produtor rural, maior preço pago pelo consumidor e menor quantidade ofertada.

O surgimento das políticas agrícolas ocorreu a partir da década de 1930, após a grande crise mundial, quando as teses defendidas pelos membros pertencentes a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL) convergiam para a percepção de que a agricultura deveria tornar-se funcional à indústria. A agricultura deveria contribuir para o processo de industrialização do país. Dentro deste contexto macroeconômico mais abrangente que surgiu os primeiros instrumentos à produção em nível nacional, tendo como principal o crédito rural. (ARBAGE, 2006)

Em 1937, o Banco do Brasil criou a carteira de crédito agrícola e industrial (CREAI) com o objetivo de financiar o setor rural. Os recursos eram obtidos através da colocação de bônus de médio e longo prazo de validade no mercado. No período entre 1937 e 1965, o Brasil adotou o modelo de Crédito Rural Indistinto, que era um crédito rural de origem bancária comum, não havendo uma dotação orçamentária federal fixa. Somente em 1965 se institucionaliza o Crédito Rural com a aprovação da lei que obrigava o depósito compulsório dos bancos privados de 10% dos depósitos das contas correntes em uma conta especial no Banco do Brasil. A partir daí o governo institui o FUNAGRI (Fundo Nacional da Agricultura), com o objetivo de incentivar e financiar programas agroindustriais, o SNCR (Sistema Nacional de Crédito Rural) (ARBAGE, 2006).

Durante a década de 1960 a modalidade de crédito existente era denominado de crédito rural supervisionado, cuja denominação, a partir de 1968 foi alterada para crédito rural

orientado. Com o crédito rural orientado, a assistência técnica passou a ser individualizada. (ARBAGE, 2006)

Em 1971 foi editada a lei complementar nº 12, que permitia a colocação de títulos públicos federais com o objetivo de neutralizar a expansão monetária promovida pelo BACEN e Banco do Brasil. Esta lei permitia que as referidas instituições colocassem títulos do Tesouro Nacional no mercado, “enxugando” a liquidez do sistema e tentando neutralizar a expansão da base monetária proporcionada pelos empréstimos à agricultura (ARBAGE, 2006).

A política agrícola iniciada na década de 1960, tendo como seu principal instrumento, o crédito rural, porém esse processo tinha um caráter concentrador, privilegiando a modernização de culturas de exportação (algodão, café, cana, soja) em detrimento das culturas de subsistência (feijão, milho, mandioca, batata) e de atendimento ao mercado interno, e que eram intensivas em mão-de-obra. Esta política acabou beneficiando grandes produtores, que detinham a maior parte do volume de crédito rural em determinadas regiões do país. (ARBAGE, 2006) Ao longo da década de 1970 o crédito rural atendeu em média apenas algo em torno de 20% dos produtores rurais e se dividiu basicamente em 60% para custeio, 22% para investimento e 18% para comercialização (ARBAGE, 2006).

No início da década de 1980 existia um movimento com o objetivo de restringir as operações realizadas pelo BACEN e Banco do Brasil. O consenso era de que o governo deveria unificar o orçamento da União e transferir apenas ao Congresso Nacional o poder de autorizar a expansão da dívida pública, de suprimir a conta movimento (final dos anos 1980), onde o Banco do Brasil deixou de exercer as funções típicas de um banco de fomento e passou gradativamente a atuar como um banco comercial (ARBAGE, 2006).

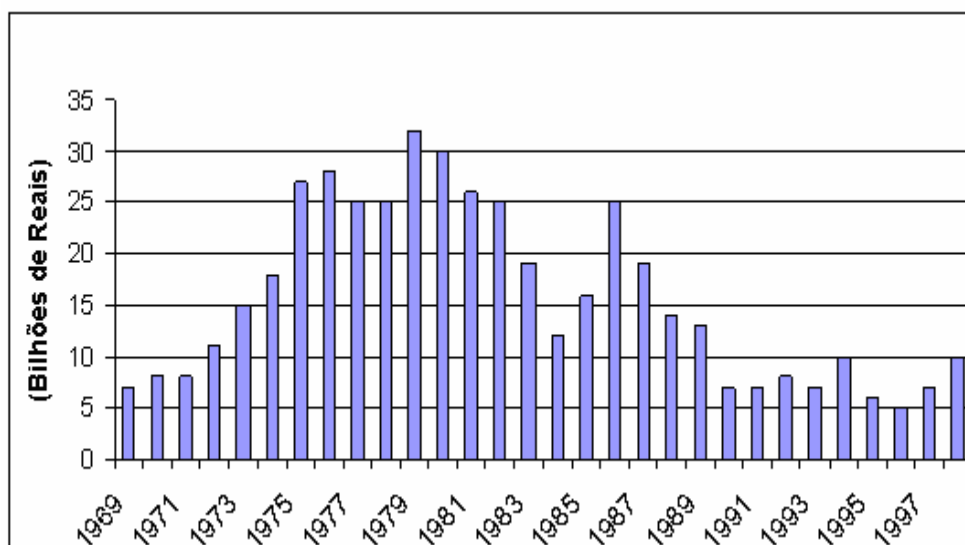


Figura 2 – Financiamentos fornecidos ao setor primário (1969-1998)

Fonte: Ministério da Fazenda, BACEN e Anuário Estatístico do Brasil (IBGE), 1996.

Com base na Figura 2, pode-se constatar que o crédito rural no Brasil passou por um período de grande evolução a partir de meados dos anos 70 e início da década de 80, voltando a reduzir a partir 1989 e se estabilizando nos anos seguintes.

O cenário internacional determinou uma série de circunstâncias que favoreceram a diminuição do fluxo de capitais externos ao país necessários para o financiamento de vários setores da economia. Com a redução dos depósitos a vista nas contas correntes dos bancos privados, somada à redução do fluxo de capital internacional e à retração dos investidores internacionais, decorrente da adoção de uma política de elevação dos juros por parte dos EUA e da Inglaterra formaram um quadro dramático de restrição ao crédito. Desta forma, tornou-se necessária a geração de divisas internacionais para fazer frente aos compromissos da dívida externa. Os produtores agrícolas de exportação, que era o único setor em que o país possuía vantagens comparativas no mercado internacional, seriam os responsáveis por essa geração de divisas. Visando aumentar a competitividade das exportações brasileiras, o governo determinou uma maxidesvalorização cambial sem se preocupar com a dívida externa que aumentava em proporções geométricas (ARBAGE, 2006).

Como havia uma retração ao crédito, o principal instrumento de política agrícola passou a ser chamado de PGPM (Política de Garantia dos Preços Mínimos), baseado no AGF (Aquisição do Governo Federal), e EGF (Empréstimo do Governo Federal).

A política de garantia de preços mínimos passou a ser o principal mecanismo do governo, ligada a política de formação de estoques reguladores do governo federal, que tinha

finalidade de evitar altas exageradas dos preços, sobretudo nos períodos de entressafra, e as dificuldades de abastecimento. O governo fixava preços de liberação que ao serem atingidos autorizavam automaticamente a venda dos estoques governamentais (ARBAGE, 2006).

A PGPM foi criada para minimizar as oscilações dos preços dos produtos em um período em que a economia brasileira era fechada ao mercado internacional e qualquer insuficiência de oferta se refletia rapidamente na elevação de preços no atacado e varejo (ARBAGE, 2006).

Com o fracasso do Plano Cruzado em 1986, o governo determinou um aumento dos volumes de crédito rural e a fixação de preços mínimos considerados favoráveis para os pequenos produtores de alimentos (feijão, milho, arroz, etc.), o que resultou em um aumento da produção nacional (ARBAGE, 2006).

Durante o primeiro ano do Plano Real os preços, em função da boa safra agrícola e das sucessivas importações de alimentos, caíram em torno de 20%, enquanto os custos médios dos financiamentos agrícolas alcançaram algo em torno de 40% de juros reais ao ano, causando um sério problema para que os produtores tivessem condições de saldar os seus compromissos bancários. O governo agilizou o processo de securitização das dívidas dos agricultores, prorrogando-as por um período de 6 até 10 anos, com prazos de carência variados e juros de 3% ao ano, incluindo ainda a equivalência do produto para os pequenos e médios produtores (ARBAGE, 2006).

Fica evidenciado que ao longo dos anos, a política agrícola no Brasil utilizou instrumentos com objetivo de curto prazo, faltando sempre políticas claras, bem planejadas e principalmente com objetivos bem definidos a longo prazo.

3.1 Comercialização

Comércio é a troca de valores ou de produtos, visando lucro, os atos de comércio promovem a transferência de mercadorias entre os indivíduos, deslocando-os de regiões onde são abundantes para outras onde não existem em quantidade suficiente para satisfazer o consumo. Além da sua função econômica fundamental, o comércio estimula a expansão dos meios de comunicação e transporte e o intercâmbio cultural entre as comunidades. O comércio pode ser varejista, quando vende as mercadorias diretamente ao consumidor, ou atacadista, quando compra do produtor para vender aos varejistas (SANDRONI, 1999).

As primeiras organizações sociais criadas pelo homem desconheciam o comércio, mesmo na sua forma mais elementar (troca de mercadorias, o bem A com o bem B). Com a criação da moeda este conceito teve um grande alargamento. O comércio é o elemento que traz grandes e definitivas mudanças nos negócios, afetando empresas de todas as partes do mundo.

O homem ao longo de sua história desenvolveu várias formas para se realizar o processo de trocas, nos dias atuais as transações são realizadas tendo como principal instrumento a moeda na realização dos negócios (ROSSETTI, 2000).

Assim, atualmente, cabe definir o processo de comercialização conforme (SANDRONI, 1999), como sendo o conjunto de atividades de intermediação entre produtor e consumidor, consiste em colocar os bens e serviços produzidos à disposição do consumidor, na forma, tempo e local que ele esteja disposto a adquirir-los.

Segundo (BARROS, 1987), a comercialização agrícola é uma serie de funções ou atividades de transformação e adição de utilidade onde bens e serviços são transferidos dos produtores aos consumidores. Essas transformações são de posse, ou seja, de transferência de propriedade do produto; de forma, quando ocorre o processamento do produto a fim de satisfazer a necessidade do consumidor (por exemplo, mandioca e farinha); de tempo, considerando-se que a produção agrícola é sazonal, é necessária a armazenagem para garantir o consumo fora da época de safra; e alterações de espaço, quando o produtor transporta sua sua produção para outros locais de consumo.

No caso da mandioca especificamente, são classificadas em mandioca mansa e mandioca brava, onde a raiz é comercializada diretamente ao consumidor final sendo encontrada facilmente em feiras livres e supermercados, sendo a maior parte adquirida pela indústria para o processamento da farinha, fécula e outros derivados.

O processo de comercialização da mandioca para a mesa é um pouco mais delicado, uma vez que deve ser classificada, embalada e comercializada dentro de cerca de 96 horas, porque ao ultrapassar esse intervalo de tempo há possibilidade de iniciar o processo de transformação das enzimas cianégicas em ácido cianídrico, ou seja, a polpa da raiz torna-se azulada, ficando imprópria para o consumo. As raízes são embaladas em caixas tipo K de madeira (EMBRAPA, 2003).

Segundo a, EMBRAPA (2003), as raízes são comercializadas regionalmente devido à característica intrínseca ao produto, ele só pode ser transportado em médias distâncias. Para que haja uma expansão desse mercado é necessário que sejam melhoradas as condições de armazenamento.

A mandioca para o mercado industrial, não encontra muitas barreiras, isto porque as fábricas procuram se localizar mais próximas dos produtores, distribuídos por todo o país, sendo que há uma maior concentração na região Nordeste do Brasil.

Comumente se apontam a oferta dos produtores e a demanda dos consumidores como sendo os determinantes do preço de mercado. Como já se mostrou, no entanto, consumidores e produtores estão separados por muitos intermediários (transportadores, processadores e armazenadores) que se encarregam da condução da produção agrícola da região produtora até os consumidores finais. Na verdade, o contato direto entre produtores e consumidores só ocorre significativamente em economias primárias. Em economias modernas, produção e consumo estão separados no espaço e no tempo tornando, assim, necessário que os intermediários transportem, armazenem e transformem o produto antes que o consumidor final tenha acesso a ele. Dessas atividades dos intermediários resulta um custo de comercialização que será incorporado ao preço do produto para o consumidor.

À execução das funções de comercialização corresponde a um custo incorrido pelos comerciantes na forma de salários, aluguéis, insumos diversos, depreciações, juros, impostos, etc. A determinação do custo de comercialização envolve o levantamento desses vários itens, o que é, sem dúvida, mais difícil do que o levantamento dos preços dos produtos nos diversos níveis de mercado. A partir desses preços é que se determina a margem de comercialização.

Segundo (MARQUES e AGUIAR, 1993), a margem corresponde às despesas cobradas ao consumidor pela realização das atividades de comercialização. Pode-se constatar que:

$$M = C + L$$

Onde M é a margem, C é o custo e L o lucro ou prejuízo dos intermediários.

A margem é dada pela diferença entre o preço pelo qual um intermediário (ou um conjunto de intermediários) vende uma unidade de produto e o pagamento que ele faz pela quantidade equivalente que precisa comprar para vender essa unidade. Perdas devido ao amassamento, podridão, processamento fazem com que as unidades de venda e compras difiram entre si. A ocorrência de subprodutos deve ser levada em devida conta no cômputo da margem, conforme será ilustrado a seguir. (MARQUES e AGUIAR, 1993)

A Margem Total (MT) procura medir as despesas do consumidor devidas a todo o processo de comercialização. Corresponde, pois, à diferença entre preço de varejo (Pv) de um

produto qualquer e pagamento recebido pelo produtor pela quantidade equivalente na fazenda (Pp) (aos ajuste para os subprodutos). Assim, conforme (MARQUES e AGUIAR, 1993), considera-se:

$$MT = Pv - Pp$$

que corresponde a margem total absoluta.

Conforme dados fornecidos pela Secretaria de Agricultura de Belo Campo, através do seu secretário, o Sr. Luciano Weber Nunes de Aguiar, e informações colhidas junto aos produtores, beneficiadores, atravessadores e comerciantes, foram estabelecida as seguintes médias de preços para a mandioca no município:

Estima-se que sejam necessários 4 kg de mandioca para produção de 1kg de farinha.

Preço no varejo: R\$ 45,00 por saco, ou seja, R\$ 0,90 por kg.

Preço pago ao trabalhador na fazenda: R\$ 110,00 por tonelada, ou seja, R\$ 0,11 por kg.

Preço pago no atacado: R\$ 35,00 por saco, ou seja, R\$ 0,70 por kg.

Dessa forma, obtivemos a seguinte Margem Total Bruta:

$$MT = 0,90 - 0,11 \rightarrow MT = 0,79$$

A margem total relativa é expressa como proporção do preço no varejo, ou seja:

$$MT' = (Pv - Pp)/Pv, \text{ no caso da mandioca } MT' = (0,90 - 0,11)/0,90$$

$$MT' = 0,88$$

A margem pode ainda se referir a níveis específicos de mercado. Assim, a margem absoluta do varejista (Mv) será a diferença:

$$Mv = Pv - Pa \rightarrow Mv = 0,90 - 0,70 \rightarrow Mv = 0,20$$

onde P_a é o preço no atacado da quantidade equivalente à unidade vendida no varejo. A margem relativa do varejo será:

$$M_v' = (P_v - P_a)/P_v \rightarrow M_v' = ((0,90 - 0,70)/0,90) \rightarrow M_v' = 0,22$$

Fala-se também em margens absolutas e relativas do atacadista, que são, respectivamente,

$$M_a = P_a - P_p \rightarrow M_a = 0,70 - 0,11 \rightarrow M_a = 0,59$$

$$M_a' = (P_a - P_p)/P_a \rightarrow M_a' = (0,70 - 0,11)/0,70 \rightarrow 0,84$$

Como alternativa à margem é freqüente o emprego do conceito de “markup”. Em termos absolutos, ele não difere da margem. Em termos relativos, no entanto, o “markup” refere-se sempre à margem absoluta como proporção do preço de compra em cada nível de mercado. Por exemplo, o “markup” relativo do varejista seria:

$$M_v'' = (P_v - P_a)/P_a \rightarrow M_v'' = (0,90 - 0,70)/0,70 = 0,29$$

A principal utilização das medidas das margens de comercialização refere-se ao acompanhamento de sua evolução, propiciando avaliação do desempenho dos mercados. Evidentemente, tal avaliação requer o pleno conhecimento do significado da medida em questão.

A margem de comercialização é afetada, em primeiro lugar, pelas características do mercado em que o produto é transacionado. Importa considerar a estrutura desse mercado, esperando-se margens maiores na medida em que as formas oligopolizadas ou monopolizadas predominem no mercado. A intensidade e freqüência dos choques de oferta e demanda do produto e de seus insumos de produção e de comercialização também são relevantes.

Características do produto em si também são importantes. Produtos processados tendem a apresentar margem maior, assim como os produtos perecíveis que exigem maiores cuidados na comercialização. Em outros casos, o valor do produto em relação ao seu peso no volume tende a predominar na magnitude da margem, como ocorre nos casos de transporte de ovos e melancia, por exemplo.

Mudanças tecnológicas (como armazenamento e transporte a granel) podem reduzir os custos e as margens. Em outras situações, ocorrem alterações nos serviços de comercialização adicionados ao produto. É o que acontece, por exemplo, nas lojas de auto-serviço (supermercados, restaurantes e outros) em que deixa de ser prestado o atendimento individual aos consumidores.

É importante ressaltar que a magnitude da margem não é fator primordial para o produtor agrícola. A este deve interessar a magnitude do lucro que irá auferir de um dado produto. É comum acontecer, por exemplo, que um produto, antes comercializado ao natural, passe a ser processado – com o que a margem aumenta – mas, em decorrência desse processamento, a procura aumenta e com ela os preços ao produtor.

A questão das perdas de comercialização também merece menção especial devido à confusão que é feita quando se procura associá-la às margens. O aspecto essencial é que as perdas devem ser analisadas economicamente pelo intermediário. Por exemplo, frente a um ataque de roedores, a decisão do armazenador de milho poderá ser usar mais matéria-prima por unidade do produto final (resultando um maior fator de conversão) ou aumentar as despesas com raticidas, ou ainda, o que é mais provável, um aumento tanto nas compras de matéria-prima como de raticidas. De qualquer forma, maiores perdas sempre significam menos suprimento de produto final ao consumidor; logo, o preço ao varejo deverá subir. Como tende a haver maior uso de insumos de comercialização (raticidas, no exemplo) a margem absoluta tenderá a aumentar também.

Não há, porém, como determinar *a priori* o sentido da variação do preço da matéria-prima, posto que ele depende das magnitudes de variação do preço ao varejo e da margem absoluta. Portanto, fica também *a priori* indeterminado o sentido da variação da margem relativa.

Dois comentários adicionais devem ser feitos sobre a questão da mensuração da margem de comercialização. O primeiro refere-se ao fato de as margens comumente medidas serem margens correntes, isto é, não leva em conta a necessária defasagem entre o instante em que o consumidor final o comprou. Em fase de preços ascendentes, as margens, ao serem medidas pelo diferenciais de preço entre dois níveis de mercado num mesmo instante de tempo, tendem a ser subestimadas. A razão para isto é que os preços nos vários níveis de mercado tendem a subir ou descer conjuntamente, refletindo a maior ou menor escassez do produto.

4. ENTRAVES PARA A COMERCIALIZAÇÃO DA MANDIOCA

Belo Campo é um município brasileiro do Estado da Bahia, localizado na região Sudoeste do estado, antes de sua emancipação político-administrativa era um distrito de Vitória da Conquista, desde 1904.

Na verdade, o início de Belo Campo, remonta ao século XVIII, entre os anos de 1753 e 1755, quando começou a ser traçada uma estrada para ligar o litoral ao sertão baiano, passando por Vitória da Conquista. Os intrépidos mercadores e viajantes da época começaram a passar pela região (Belo Campo) e fazia ponto de parada, para descanso e reabastecimento de provisões. Esse lugarejo, que era o ponto de parada, no início foi denominado *Chapadinha* e, depois, *Chapada*. (LETTIÈRE, 1997)

Esse lugarejo, Chapada, ficava à margem dessa estrada que ligava o litoral (Ilhéus) ao sertão, chegando até as barradas do Rio São Francisco. Lentamente, Chapada foi crescendo e ficando conhecida, contudo, outros lugares mais distantes, como é o caso de Tremedal, tornaram-se mais desenvolvidos e formaram pequenas vilas, com comércio mais significativo. (LETTIÈRE, 1997)

Até o início do século passado, Chapada não passava de um lugar com construções precárias, apenas para atender os viajantes e àqueles que moravam nas fazendas próximas. Por volta do ano de 1903, chegou à Chapada, o senhor Capitão Napoleão Ferraz de Araújo, proveniente de Tremedal, que a essa época pertencia à Comarca de Condeúba, para ali fixar residência.

O Capitão Napoleão Ferraz de Araújo conhecia bem a região da Chapada e, alimentando por secreto desejo e sonho, quis fazer da pequena e tranqüila Chapada, uma cidade – a cidade de seus sonhos – Belo Campo, como assim denominou o extenso, o plano e verde planalto. (LETTIÈRE, 1997, p.19)

Não foi sem razão que os antigos mercadores e viajantes elegeram a antiga Chapada, como ponto de apoio às suas viagens e foi, também, com perspicácia que Napoleão percebeu que o lugar constituía, dentro do contexto geográfico da região, um lugar estratégico de confluência para ir e chegar das regiões que hoje constituem os Municípios de Caraíbas, Tremedal, Anagé, Maetinga, Aracatú, Brumado, Cândido Sales, Piripá, Jânio Quadros, Condeúba e o norte de Minas Gerais, como também ir para Vitória da Conquista, Salvador, Itabuna, Ilhéus e outras regiões.

Vê-se, portanto, que o lugar escolhido por Napoleão Ferraz para fundar uma cidade oferecia, grandes meios de integração regional, social e comercial.

Após a morte de Napoleão Ferraz o pequeno Distrito de Belo Campo, passou por longo período de estagnação, sem liderança que pudesse continuar a obra deixada por seu fundador.

Por volta do ano de 1960, começou com maior intensidade, os movimentos políticos pró-emancipação do Distrito de Belo Campo.

Em 22 de fevereiro de 1962, foi sancionado pelo Governador Juraci Magalhães o Projeto de Lei aprovado pelo Plenário da Assembléia, transformando-se na Lei N° 1.623, que emancipou o Distrito de Belo Campo.

Belo Campo tem apresentado alta taxa de crescimento populacional e de expansão territorial urbana e, ainda continua a crescer, o que exige e exigirá, providências governamentais e privadas para que o crescimento da cidade não seja desordenado.

A economia do município de Belo Campo se dá através da agricultura, ou seja, através do cultivo da mandioca (principalmente), apresenta um PIB *percapita* de R\$ 2.059,00 (IBGE,2005), uma população de 15.262 habitantes (IBGE,2007), em uma área de 609 km² Possui ainda, segundo (IBGE,2007), 1.141 estabelecimentos agropecuários com área de lavoura.

Várias são as dificuldades enfrentadas pelos produtores de mandioca no município de Belo Campo – BA, tornando portando o trabalho precarizado. Uma dessas dificuldades, por exemplo, é o abastecimento de água inadequado e/ou ineficaz, a falta de assistência técnica e escassez financeira para os produtores terem ou contratarem tratores que melhorem o solo para o plantio da raiz, isso tudo juntamente com dificuldades no manejo da lavoura, são os aspectos que mais limitam a produção de mandioca, tornando o trabalho precarizado e cheio de restrições.

Esta análise baseia-se na interpretação dos dados obtidos por meio da aplicação de questionário junto aos produtores de mandioca deste Município. A opção por esta categoria de trabalhadores, produtores de mandioca, está relacionado à funcionalidade que estes produtores exercem para o capital, visto que garantem lucros ao capitalista, sem nenhum custo adicional, através da venda de sua produção.

As entrevistas foram realizadas no período de 05 à 20 de Dezembro de 2007, tendo como tamanho da amostra a definido através do calculo para Amostragem Simples. De acordo com informações prestadas pela Secretaria de Agricultura e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais do Município, existem 812 produtores de mandioca em Belo Campo.

Considerando este universo, assim como, o percentual de erro de 8%, o resultado do cálculo utilizado para determinação da amostra, foi equivalente ao valor aproximado de 132.

Conforme (BARBETTA, 2001), considera-se para o cálculo de Amostra Aleatória Simples:

N = Tamanho da população

E_0 = erro amostral tolerável

n_0 = primeira aproximação do tamanho da amostra

n = tamanho da amostra

Sendo: $n_0 = 1 / (E_0)^2$ e $n = N * n_0 / N + n_0$

Temos: $n_0 = 1 / (0,08)^2 \rightarrow n_0 = 156,25$

$n = 812 * 156,25 / 812 + 156,25 \rightarrow n = 131,04$

As principais dificuldades enfrentadas pelos agricultores do Município de Belo Campo, para melhorar o segmento de beneficiamento na cadeia produtiva da mandioca são a necessidade de melhoria das casas de farinha existentes ou a disponibilização de novas unidades, a construção de fecularia e a capacitação técnica, tanto na melhoria do beneficiamento dos produtos que já são extraídos da mandioca, como na diversificação, explorando novos mercados, com produtos de maior valor agregado. Em se falando de capacitação técnica, é mesmo muito importante no que se refere ao modo de como o produto está sendo extraído e comercializado, pois na maioria das vezes isso não é levado em consideração, talvez este seja um dos motivos pelos quais, não valorizam o produto, bem como, a proteção física dos produtores, pois eles precisam estar devidamente protegidos para apresentarem bom desempenho.

Em relação às dificuldades de comercialização, a garantia de preços mínimos e a atuação do atravessador foram os dois problemas mais citados. Em todas as oportunidades em que o tema comercialização foi discutido com os agricultores do município, a atuação do atravessador é considerada um sério problema: como o agricultor não tem como escoar a produção, principalmente de farinha, fica a mercê de atravessadores que geralmente percorrem a região, com caminhões, comprando a produção por um preço mais baixo, e

revendendo em outros mercados, embolsando um lucro, que em outra situação seria capitalizado pelo produtor.

A criação de cooperativa foi considerada pelos agricultores uma ação para melhorar a comercialização. Finalmente, observa-se que em relação a organização social, os produtores relatam a falta de estímulo para se organizarem, e a necessidade de criação de associações e cooperativas, para atuarem de forma efetiva em toda a cadeia produtiva. Os investimentos realizados pela Fundação Banco do Brasil, e as parcerias com Banco do Brasil, Embrapa, BNDES, Petrobrás e Sebrae geram grande expectativa e excelentes perspectivas de melhoria por parte dos produtores.

A grande maioria dos produtores, aproximadamente 70% dos que responderam aos questionários, declararam ser proprietários da terra. Observa-se que, do total dos produtores, cerca de 60%, tem área cultivada com mandioca entre 1 e 5 ha e cerca de 70% tem potencial para aumentar a sua área cultivada entre 1 e 5 ha.

A maioria dos produtores tem renda de 1 à 2 salários mínimos. Aproximadamente 60% dos produtores informaram que as propriedades contam com até cinco pessoas trabalhando, geralmente o agricultor e sua família. Mais da metade dos produtores possuem ensino fundamental incompleto, e aproximadamente 25% se consideram entre analfabetos e aqueles que apenas assinam o nome. O perfil de formação educacional aponta que menos de 5% se situa na faixa dos que concluíram II grau, revelando ainda o índice expressivo de 45% de analfabetismo.

Todos os agricultores aos quais foram submetidos os questionários, no Município de Belo Campo – BA sobrevivem da produção/beneficiamento de mandioca. A maior parte dos agricultores possui pequenas propriedades de no máximo dez hectares, embora existam localidades, nas quais agricultores possuem área de mais de oitenta hectares. O plantio de milho e feijão é restrito à época de chuva, nenhum dos agricultores entrevistados possui sistema de irrigação, assim como não existem, reservatórios de água que possam viabilizar plantios irrigados.

A maior parte dos agricultores entrevistados (60%) já imigrou alguma vez. São Paulo ainda é o destino de quase todos os imigrantes. A seca, embora presente, não é fator preponderante de imigração, e sim a procura de trabalho. A permanência em São Paulo tem tempo definido e uma parte do excedente, por acaso gerado com a atividade de trabalho, é reinvestida em futuros plantios de mandioca na área de origem. O contexto da imigração deste público-alvo decorre da constatação de que o mercado da mandioca aproxima-se realmente da

livre concorrência, ao contrário do mercado de outras *commodities* que são dominadas por empresas oligopolistas, como é o caso da soja.

Quando os preços da mandioca estão atraentes, há um ingresso fácil de novos produtores na atividade, provocando a queda de preços. O mercado da mandioca apresenta, portanto, um círculo vicioso, preços atraentes, resulta em ingresso de novos produtores, com conseqüente aumento de produção, o que por sua vez ocasiona queda de preço, gerando renda insuficiente, aumentando desta forma a imigração.

Todas as observações sobre condições de trabalho e renda, mostraram que os agricultores desta região trabalham nos limites da sobrevivência. A sobrevivência destes produtores se dá na medida em que toda a família contribui no esforço de trabalho, incluindo as mulheres e as crianças.

Os dados sugerem que cada indivíduo da família não recebe remuneração adequada ao trabalho despendido e, possivelmente, ganha bem menos do que o salário mínimo vigente.

Quanto aos aspectos relacionados às condições socioeconômicas, os números levantados sugerem ainda a relação da alfabetização com a obtenção de financiamentos para plantio e beneficiamento da mandioca. Verificou-se, a partir de dados relativos à situação escolar e financiamentos bancários, correlação positiva entre financiamento e alfabetização. O financiamento dos bancos oficiais concentrou-se nas localidades nas quais as taxas de alfabetização foram maiores.

Seu perfil econômico se enquadra na faixa de 1 a 2 salários mínimos de renda bruta familiar e formam um padrão de habitação de unidades familiares compostas de pessoas das mais variadas.

Nessas unidades familiares todos os seus integrantes participam do processo de trabalho, onde normalmente a grande porcentagem está acima de 18 anos e se situam em unidades familiares de três pessoas trabalhando. Porém, 65%, expressa uma situação de propriedades com participação de trabalho de 1 a 5 pessoas. Mais de 80% dos entrevistados apontam uma freqüência de 1 a 5 pessoas do sexo masculino acima de 18 anos, que trabalham na mesma propriedade e menos de 20% das mulheres entrevistadas se situam na faixa de menos de 18 anos, participando do processo de produção. A atividade, porém, acomoda o concurso de diaristas para participar do processo de produção, sendo citado esse exemplo por mais de 80% dos proprietários pesquisados.

Mais de 50% dos produtores pesquisados informaram que têm atividade também fora do estabelecimento, donde 55% desenvolvem-na no mesmo município, e o restante em outras cidades.

Na perspectiva de muitos produtores a cultura da mandioca retoma uma idéia de cultura de sobrevivência que extrapola a lógica de mercado pela própria especificidade da planta, responsável pela produção social de milhões de brasileiros e populações pobres, nas mais diversas regiões do país.

O sistema de produção e comercialização da mandioca na região de abrangência de Belo Campo – BA é caracterizado por empregar pouca tecnologia. De modo geral os agricultores cultivam a mandioca utilizando práticas agrícolas tradicionais, do mesmo modo que seus antepassados.

Aproximadamente 50% dos produtores afirmam que colhem as raízes de mandioca com 24 meses, enquanto cerca de 35% afirmam que fazem a colheita com 18 meses. Colheitas mais precoces ou mais tardias aparecem numa frequência muito baixa. Embora não haja um mês definido para a colheita, observa-se maior concentração entre maio e setembro, meses em que se obtém maior produtividade de raízes e maior rendimento de farinha e goma, aumentando assim a oferta e diminuindo os preços.

A amplitude da variação do preço observada tradicionalmente, penaliza dois segmentos carentes da população nordestina, como é o caso do Município de Belo Campo. De um lado quando o preço cai em decorrência do excesso de oferta, os agricultores familiares processadores de farinha pagam o ônus dessa queda de preço, porque os preços caem mais que proporcional ao aumento da produção. Por outro lado, quando os preços sobem em razão da queda de oferta, estimulada pela queda nos preços no período passado, os consumidores que fazem parte dos estratos de renda mais baixo são os mais prejudicados, pois os preços sobem mais que proporcional à queda na demanda em decorrência da inelasticidade da demanda. Claro que nesse caso, os agentes da cadeia que ficam situados nos elos que antecede o consumo são os beneficiados.

Segundo (SANDRONI, 1999), elasticidade é a relação entre as diferentes quantidades de oferta e procura de certas mercadorias, em função das alterações verificadas em seus respectivos preços. Bens de demanda inelástica são os considerados de primeira necessidade, onde alterações no preço praticamente não afetam sua procura. Entre bens de demanda inelástica, também podem ser considerados os produtos de luxo consumidos pelas classes mais ricas da população.

Conclui-se que a combinação perversa de inelasticidade preço da demanda de farinha e desorganização no mercado, prejudica os consumidores que estão nos estratos de renda mais baixa e os produtores e os processadores de farinha proprietários das casas de farinha.

Políticas públicas que possibilitem uma melhor organização da cadeia e que estimule a diversificação de produtos pode ser um caminho a ser seguido.

O mercado dos derivados da mandioca (farinha de mandioca e mesmo a fécula) caracteriza-se por apresentar uma estrutura concorrencial. As empresas, sejam de pequeno, de médio ou de grande porte, que atuam nesse mercado programam estratégias concorrenciais via preço.

Nos mercados das farinhas comuns concentra-se a maioria dos casos de informalidade; os agentes caracterizam-se como produtores-processadores-distribuidores e processadores-distribuidores, que comercializam produtos sem marca diretamente no mercado atacadista, geralmente via atravessadores.

No mercado de farinha comum, de farinha biju e de farofa a situação é semelhante, os agentes (processadores-distribuidores, empacotadores-distribuidores e distribuidores) que comercializam produtos com marcas próprias, via as redes de varejo integradas, se preocupam em manter a qualidade pelas razões explicitadas anteriormente. Por outro lado, os agentes (produtores-processadores-distribuidores e processadores-distribuidores) que participam do mercado de farinha comum sem marca, destinam o produto para comercialização nas feiras livres, nos pequenos estabelecimentos varejistas ou os repassam para os atacadistas, que por sua vez preocupam-se com a granulometria e com a presença de “pintas pretas” (que está associada à cor da película da raiz e ao manejo dos equipamentos no processamento), porque o hábito de compra dos consumidores, nesse mercado, é adquirir o produto a granel. Portanto, o atributo granulométrico e o grau de incidência de “pintas pretas” são indicadores da qualidade da farinha.

Verifica-se portanto que o mercado da mandioca é extremamente sensível às variações de oferta, causando assim grandes danos aos seus produtores, que estão em sua maioria mal orientados, sem opções de agregar valor a seu produto, e conseqüentemente sofrendo grandes perdas de margem de comercialização. Enfrentando dificuldades como, baixo preço, mercado limitado, inelasticidade da demanda, impossibilidade de transporte para outros mercados, presença de atravessadores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que se discute à cerca da comercialização, verifica-se que os conceitos usualmente adotados se mostram semelhantes em torno do tema. Cabe ressaltar, que os o preço dos produtos agrícolas são mais sensíveis a variações da oferta, por serem regulados em sua maioria, apenas pelo sistema de livre concorrência.

A atividade de mandiocultura pode ser considerada de grande importância no contexto nacional, por estar entre as principais culturas cultivadas no país, gerando renda e como meio de subsistência de milhares de famílias. Porém, verifica-se que esta atividade não passou por nenhum tipo de evolução ao longo dos anos, sendo utilizadas as mesmas técnicas para produção, comercialização e distribuição ao longo dos anos.

A região nordeste, onde se concentra grande parte dos produtores de mandioca, não foi beneficiada com as políticas agrícolas aplicadas pelo governo desde 1960, o que deixou os mandiocultores sem possibilidade de expansão de suas atividades. Enquanto a indústria se desenvolvia e aprimorava os processos de transformação da mandioca, os produtores continuaram utilizando técnicas rudimentares.

Os produtores são desmotivados pelo mercado que se aproxima de livre concorrência, e as grandes variações de preços ocorridas de acordo com o aumento da oferta. Além de possuírem poucas alternativas para escoar sua produção e de agregar valor ao produto, ficando na dependência de atravessadores, e por fim, pela desorganização dos produtores.

A produção média por hectare é inferior a média nacional, o que coloca os produtores diante de mais um problema, como aumentar a produção sem ocasionar queda nos preços. Seria necessário novas técnicas para aumentar, ao mesmo tempo em que também é necessário atingir novos mercados, aumentando assim a demanda e evitando queda dos preços.

Acredita-se que políticas agrícolas visando aumentar a demanda, poderiam resolver problemas com altas variações, e oferecer ao produtor maior segurança e garantia de rendimento em sua atividade.

A partir da pesquisa realizada com os produtores de mandioca de Belo Campo, pode-se destacar que atividade é precarizada nos aspectos de caráter quantitativo e qualitativo, podendo destacar: baixo grau de alfabetizados, baixos rendimentos, extensa jornada de trabalho, falta de condições adequadas para pratica da atividade de produção e comercialização da produção.

Tais dificuldades, podem ser comprovadas na apuração da Margem Total Absoluta, ficando evidenciado a grande desvantagem dos produtores durante o processo de comercialização.

REFERÊNCIAS

- ABAM. Associação Brasileira dos Produtores de Amido de Mandioca. (Paranavaí, PR). **Dossiê sobre mandioca e seus derivados**. Paranavaí, PR: 1998.
- ARBAGE, ALESSANDRO POPORATTI, **Fundamentos de economia rural**. Chapecó: Argos, 2006.
- BARBETTA, P.A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 4 ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001.
- BARROS, G.S.A de C. **Economia da comercialização agrícola**. Piracicaba: FEALQ, 1987.
- BARROS, G.S.C; CARDOSO, C.E.L; GAMEIRO, A.H; GUIMARÃES, V.A; OLIVEIRA, P.A BERBARI, S.A. **Melhoria da competitividade da cadeia agroindustrial da mandioca no Estado de São Paulo**. São Paulo: SEBRAE, Piracicaba, SP; ESALQ, CEPEA, 2004.
- CAMARGO FILHO, W.P.; ALVES, H.S. **Produção e mercado de mandioca: análise de preços ao produtor**. 2007.
- CARDOSO, C.E.L. **Efeitos de políticas públicas sobre a produção de mandioca no Brasil**. Piracicaba: ESALQ-USP, 1995. 180p. (Dissertação Mestrado). OSP, 1995.
- CARDOSO, C.E.L; MOTA, J.S. **Cadeia agroindustrial da mandioca na mesoregião Centro Sul Baiano**. Cruz das Almas: Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical, 2005. (Nota Técnica).
- CARDOSO, C. E. L; SOUZA, J. S. **Importâncias, potencialidade do cultivo da mandioca na América Latina**. In: CEREDA, M. P. (Coord). Culturas de tuberosas amiláceas latino americanas.
- COOPASUB, **Desenvolvimento sustentável e solidário da cadeia da mandioca no sudoeste da Bahia**. Vitória da Conquista: 2005.
- EMBRAPA, **Iniciando um pequeno grande negócio agroindustrial**. 1. ed, Brasília, DF: EMBRAPA, 2003.
- EMBRAPA Mandioca e fruticultura, **Sistemas de produção, 13**. Disponível em: http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/fonteshtml/mandioca/mandioca_para/mercado.htm acesso em 20.06.2006.
- EMBRAPA; SEBRAE, **Iniciando um pequeno grande negócio agroindústria: processamento da mandioca**/Embrapa Mandioca e Fruticultura, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Brasília. Embrapa informação tecnológica, 2003. (Série Agronegócios).
- FIORETTO, A.M.C **Viabilidade de cultivo de trichosporon spp em manipueira**. Botucatu: UNESP/Faculdade de Ciências Agrônomicas, 1987.p.96.

FOLEGATTI, M. I. S. ; MATSUURA, F. C. A. U. . Mandioca e derivados. In: Alimenta - I Seminário de Tecnologia Alimentar, 2002, Salvador - BA. Anais do Alimenta - I Seminário de Tecnologia Alimentar. Salvador: IMIC, 2002. v. 1.

IBGE. **Sistema IBGE de recuperação automática- SIDRA (2005)**. Disponível em <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/agric/>. Acesso em 19 de Abr. 2006.

KRISHNA, R. Política de preços agrícolas e desenvolvimento econômico. In: **Desenvolvimento da Agricultura**. Araújo, P.F.C. & Schuch. G.E. São Paulo, Pioneira, 1975. III: 35-76.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, M.A. **Metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEFTWICH, R.H. **O Sistema de preços e a alocação de recursos**. 8 ed., São Paulo, Pioneira, 1997.

LOPES, M.R. **A Redução dos efeitos da incerteza de médio prazo: o papel de um preço mínimo plurianual**. Brasília, CFP, 1978.

SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. 2 ed. São Paulo, Best Seller, 1999.

SEAGRI, Conhecendo a agricultura baiana: da unidade produtiva ao PIB do agronegócio. Salvador. (SEAGRI) 2003.

LETTIÈRE, Roberto. **Belo Campo memórias**. Vitória da Conquista: Grafiset Ltda, 1997.

MANDIOCA: o produtor pergunta, a Embrapa responde/ editores técnicos, Pedro Luiz Pires de Mattos, Alba Rejane Nunes Farias, José Raimundo Ferreira Filho. – Brasília, DF: Embrapa Informações Tecnológicas, 2006.

MARQUES, P.V.; AGUIAR, D.R.D. de **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: EDUSP, 1993. 295p.

MATSUURA, F.C.A.U.; FOLEGATTI, M.I. da S. Produtos de mandioca. In: **O cultivo da mandioca**. Embrapa Mandioca e Fruticultura. (Org.). Cruz das Almas: Embrapa Mandioca e Fruticultura, 2000, p. 83-91.

PASTORE, A. C. **A Resposta da Produção Agrícola aos Preços no Brasil**. São Paulo, FEA-USP, Boletim 55, 1968.

ROCA, W. M., NOLT, B., MAFLA, G., ROA, J., REYES, R.. Eliminacion de vírus e propagacion de clones em la yuca (M. esculenta Crantz). In: **Cultivo de tejidos em la agricultura, fundamentos y aplicaciones**. ROCA, W.M. MROGINSKI, L.A.. (Eds.) Cali: CIAT, 1993.

ROSSETTI, J.P. **Introdução à economia**. São Paulo; Atlas 2000.

ANEXOS

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

A aplicação deste questionário tem como objetivo a obtenção de informações para a elaboração do trabalho monográfico de conclusão do Curso de Economia, que se propõe a avaliar as principais dificuldades enfrentadas pelos produtores de mandioca na cidade de Belo Campo-Ba.

Questionário

1 – Idade:

- Menores de 18 anos
- 18 à 30 anos
- 31 à 40 anos
- 41 à 50 anos
- Acima de 50 anos

2 - Qual tamanho da propriedade onde você trabalha?

- Até 10 ha
- Antre 10 e 20ha
- Acima de 20ha

3 - Nível de escolaridade:

- Não alfabetizado
- Assina o nome
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Nível superior incompleto
- Nível superior completo

4 - Alguém da sua família colabora com a atividade?

- Sim
 - Não
- Grau de parentesco:
- Filho(a) Idade: Menores de 18 anos
 - Maiores de 18 anos
 - Irmão
 - Cônjuge
 - Outro familiar

5 - Qual é o valor do rendimento obtido com a atividade?

- Até 1 salário mínimo
- 1 à 2 salários mínimos
- 2 à 3 salários mínimos
- 3 à 4 salários mínimos
- Acima de 4 salários
- Não sabe

6 - O rendimento obtido com a atividade representa:

- Fonte de renda principal
- Uma fonte de renda complementar
- Única fonte de renda

7 - Quantas horas você trabalha por dia?

- Menos de 8 horas diárias
- 8 horas diárias
- Mais de 8 horas diárias

8 - Você trabalha:

- Aos sábados
- Aos sábados e aos domingos
- Aos sábados e aos domingos(em outro local,com outra atividade)

9 - Você costuma receber os pagamentos à vista ou a prazo?

- Somente à vista
- Somente a prazo
- Por ambas as formas

10 - há quanto tempo está na atividade?

- Até 2 anos
- 2 à 5 anos
- 5 à 10 anos
- 10 à 15 anos
- Acima de 15 anos

11 - Por qual motivo você resolveu trabalhar com essa atividade?

- Não encontrou emprego
- Queria ter o meu próprio negócio
- Para complementar a renda da família
- Expectativa de obter um maior rendimento do que como empregado
- Outro motivo

12- Quais são as principais dificuldades enfrentadas em sua atividade?

- Falta de clientes
- Baixo rendimento
- Problemas com a fiscalização
- Alta concorrência
- Falta de instalações adequadas
- Falta de capital para manter a atividade
- Outras

13- Na sua opinião, o que deveria ser realizado pelo setor público no que diz respeito à melhoria da sua atividade?

- Garantias de que poderão continuar trabalhando onde estão, sem riscos de serem remanejados para outros locais
- Incentivos com programas de financiamento e linhas de crédito
- Criação de locais reservados à atividade com uma infra-estrutura adequada
- Outra opção

14- Com relação à atividade desempenhada, quais os seus planos para o futuro?

- Conseguir se manter na atividade
- Montar um pequeno negócio em estabelecimento fixo
- Abandonar a atividade caso consiga um emprego registrado
- Outros

15- Vocês possuem algum tipo de associação ou representantes que lutam por melhores condições?

- Sim Não

16- A sua situação econômica é melhor do que a de seus pais?

- Sim
- Não
- É semelhante
- É a mesma (moro com meus pais)

17- Você trabalha para:

- Sobreviver
- Sustentar a família
- Complementar a renda familiar
- Outro motivo

18- Você acredita na possibilidade de melhoria de vida?

- Sim
- Não

19 – Você encontra quais dificuldades para vender a mandioca produzida?

- Baixo Preço
- Pouca Procura
- Dificuldade no transporte
- Muita Concorrência

20- Como você vende sua produção?

- Atravessadores
- feira livre
- Mercados

21 – Quem é o proprietário da terra onde você trabalha?

- Você mesmo
- seus pais
- é arrendada
- é cedida

22 - Utiliza algum sistema de irrigação?

- Sim
- Não

23 – Você exerce outra atividade?

- Sim
- Não

Onde?

- No município
- Outro município

24 – Com quantos meses é feita a colheita da mandioca?

- 18
- 24
- entre 24 e 18 meses
- acima de 24 meses