

Destaque

CIAT em África

Nº 22
Junho de 2005

A Série Destaques resume resultados de investigação e implicações de políticas resultantes do trabalho do CIAT e seus parceiros em África



A equipa de desenvolvimento de agro-empresas do CIAT proporcionou a um fornecedor de serviços local formação na área de “facilitação de mercados” e assistência técnica de marketing para o desenvolvimento de uma nova empresa de batata.

Ligação dos camponeses aos mercados: o caso dos produtores de batata em Nyabyumba, Uganda

A batata comum, ou batata inglesa, é cultivada principalmente como uma cultura de segurança alimentar pelos camponeses da região sudoeste do Uganda e do vizinho Ruanda. Os camponeses geralmente vendem batata não classificada nas suas propriedades e, devido à falta de organização e às limitadas condições de armazenagem, o maior volume da produção é vendido no auge da época da colheita. Consequentemente os camponeses recebem preços baixos e tem havido poucos incentivos para o investimento no sector. Porém, com a rápida expansão das áreas urbanas, particularmente em Kampala, os hábitos alimentares estão a mudar. Isto está a criar novas opções de mercado para os camponeses melhor organizados. Um desses grupos de camponeses no distrito de Kabale vende batata seleccionada e de boa qualidade directamente para um estabelecimento de comida rápida em Kampala. Para responder aos padrões rigorosos de qualidade estabelecidos neste contrato, os camponeses introduziram várias inovações a nível técnico, organizacional e de marketing. A realização destas mudanças tem sido possível através do apoio efectivo dos serviços de investigação e desenvolvimento e da capacidade de grupos de camponeses investirem em novas opções usando esta nova fonte de receita.

O grupo de camponeses de Nyabyumba

O grupo de camponeses de Nyabyumba localiza-se nas zonas altas do distrito do Kabale, Uganda. O grupo começou em 1998 como uma escola de campo de camponeses focalizada na produção de semente de batata. Em 1999, tornou-se membro da Associação Nacional dos Produtores de Semente de Batata do Uganda (UNSPPA) e, por vários anos, produziu e vendeu com sucesso sementes de batata. Em 2002 a procura da semente de batata começou a diminuir e o grupo procurou assistência junto do Programa Regional de Melhoramento da Batata e Batata-doce (PRAPACE) para encontrar opções de mercados alternativos. A equipa de desenvolvimento de agro-empresas do CIAT proporcionou a um fornecedor de serviços local, a ONG Africare, formação na área de “facilitação de mercados” e assistência técnica de marketing para o desenvolvimento de uma nova empresa de batata. O processo foi realizado em 3 fases:

1: Planeamento e preparação para o mercado

O grupo de camponeses trabalhou com facilitadores de mercados da Africare para estudar as mudanças na procura de batata, o estado da produção actual, rentabilidade, pontos fortes em relação a aspectos organizacionais e tipos de apoio que poderiam obter dos seus parceiros de investigação e desenvolvimento. Foi estabelecida uma equipa de marketing composta por membros do grupo de camponeses e dos prestadores de serviços.

2: Análise de cadeias de mercado e concepção de empresas agrícolas

A equipa de marketing realizou uma análise da cadeia de mercado para avaliar a comportamento e o desempenho dos actores e serviços envolvidos na produção, manuseamento e venda de batata para vários mercados. Este estudo identificou várias oportunidades de mercado para batata em Kampala. Um dos mais promissores foi o “Nandos”, um restaurante de comidas rápidas multinacional, que compra 5 a 10 toneladas de batata por mês. Baseado nas suas análises iniciais efectuaram-se várias reuniões com o pessoal do Nandos para levar a cabo uma análise de custo-benefício e confirmar a viabilidade das vendas directas. Usando métodos participativos, tais como o mapeamento de mercados (ver a Figura 1) e resultados das sondagens aos mercados, os camponeses e fornecedores de serviços desenvolveram um plano de acção.

3: Estabelecimento da empresa



Figura 1: Exemplo de um mapa da cadeia de produção e marketing de batata existente em Kabale, concebido pelo grupo de camponeses de Nyabyumba.

Depois de desenvolver o seu plano, a equipe de marketing regressou a Kampala com o seu facilitador de mercado para negociar os termos contratuais com o Nandos. Este incluiu aspectos tais como: preço, variedade, volume, qualidade, frequência de fornecimento e termos de pagamento. Para satisfazer a estas especificações, o grupo de camponeses teve que introduzir várias mudanças e enfrentar vários desafios:

Financeiros: O grupo teve que abrir uma conta bancária, já que os pagamentos eram feitos através de cheques. Durante os primeiros 3 meses os camponeses usaram os seus próprios recursos e tiveram de pedir um empréstimo de 3 milhões de USh (USD 1.600).

Organizacionais: Formou-se um comité de gestão e os membros receberam formação básica sobre registo de transacções e contabilidade.

Comunicação: Para superar problemas de comunicação relacionados com o facto de residirem em aldeias remotas, o grupo comprou um telemóvel. Isto foi essencial para assegurar a manutenção do contacto com o Nandos e com as empresas de transporte.

Consistência do fornecimento: Os camponeses introduziram mudanças para proporcionar um fornecimento mensal regular através da combinação de: adopção de novas variedades; plantio alternado; plantação em terras húmidas; uso de rega gota-a-gota; construção de armazéns e compra de batata de outros camponeses quando os stocks do grupo eram reduzidos. Deste modo o grupo conseguiu fornecer um total de 76,5 toneladas métricas de batata para o Nandos totalizando Ush 24.052.176 (USD 13.000) entre Julho de 2003 e Abril de 2004.

Qualidade: Os camponeses aprenderam a seleccionar e a classificar a sua batata. A não conformidade com a classificação padrão custou-lhes caro, mas depois dos

primeiros 8 meses o nível de produto rejeitado passou de 80% (no início) para menos de 10%. Em Dezembro 2004 os camponeses forneciam consistentemente batatas da qualidade requerida pelo Nandos.

Experimentação: Para alcançar este desempenho os camponeses adoptaram um microssistema de irrigação nas áreas altas, que melhorou a qualidade dos tubérculos fora da época. Para sincronizar a produção os membros adoptaram um rigoroso calendário de plantio. Os camponeses também retiraram a ramada da cultura antes da colheita, o que reduz o conteúdo de humidade do tubérculo e aumenta o tempo de armazenamento. O trabalho experimental foi supervisionado por especialistas da Organização Nacional de Pesquisa Agrícola do Uganda (*National Agricultural Research Organisation of Uganda*- NARO).

Impacto: Em Maio de 2005 o grupo de camponeses já se tinha expandido para 120 membros, dos quais 80 são mulheres. Eles forneceram 190 toneladas métricas de batata ao Nandos, aumentando a sua receita para Ush 60.000.000 ou, aproximadamente, USD 33.000.

Conclusões

A empresa de camponeses de Nyabyumba está agora mais firmemente estabelecida. Apesar de encararem muitos desafios, eles procuram desenvolver estratégias para o seu crescimento. As experiências do grupo demonstram que:

- Uma orientação de mercado permite uma boa ligação entre pequenos produtores e sectores de mercado de maior valor, mas o processo requerer apoio a longo prazo de parceiros de investigação e desenvolvimento.
- Esta abordagem permitiu aos camponeses aumentarem as suas receitas e investirem em melhores práticas agrícolas. As mulheres desempenharam um papel importante no desenvolvimento e manutenção do negócio.
- O acesso a inovações em pontos críticos do processo de desenvolvimento empresarial é vital para o sucesso.
- As empresas devem basear-se na análise de informações técnicas e económicas sólidas.
- As abordagens participativas permitem aos camponeses ter uma melhor compreensão dos desafios enfrentados por cada actor na cadeia de mercado.
- Os camponeses podem ganhar confiança através da consolidação das relações com os seus compradores.



Para mais informações contactar:
Shaun Ferris
s.ferris@cgiar.org
ou **Elly Kaganzi**
e.kaganzi@cgiar.org

CIAT
Africa Coordination
Kawanda
Agricultural
Research Institute
P.O. Box 6247
Kampala, Uganda

Telefone:
+256(41)567670

Fax:
+256(41)567635

E-mail:
ciat-uganda@cgiar.org

Internet:
www.ciat.cgiar.org

Estamos gratos pela assistência financeira da CIDA para este trabalho.



AFRICARE

