

Os agricultores de hoje dependem cada vez mais de insumos, máquinas e equipamentos industriais e produzem não somente bens de consumo final, mas, basicamente, bens intermediários para as indústrias de transformação.

Nesse cenário, a produção agrícola passa a ocorrer em um contexto econômico-social bastante adverso ao produtor rural. Enquanto de um lado têm-se milhares de produtores rurais dispersos e desarticulados, de outro, encontram-se os demais agentes do agronegócio, nos setores à montante e à jusante, muito mais bem informados e organizados, buscando controlar e maximizar para si as oportunidades e condições de mercado para além das porteiras das propriedades.

Esse fenômeno tem como resultado a queda no rendimento dos produtores rurais frente aos demais agregados do “agribusiness”, por força de condições desfavoráveis de mercado, considerando-se a existência de estruturas produtivas oligopólicas ou monopólicas representadas pelos fornecedores de insumos, crédito e bens de capital, bem como pelas grandes empresas responsáveis pelo comércio dos produtos agrícolas.

Ademais, cabe ressaltar que para piorar ainda mais as condições do pequeno produtor rural, ladeando esses grandes “players” de fornecedores de insumos e compradores de produtos, há uma extensa cadeia de intermediários que buscam se apropriar da renda desses produtores, aproveitando sua fragilidade econômica e as tipicidades dos produtos agrícolas, caracterizados por uma elevada precibilidade.

Diante desse contexto, o consultor deverá fomentar o associativismo, para elevar o poder de barganha desse produtor, fortalecendo e amparando sua relação com os demais elos do agronegócio.

Através da associação, haverá a possibilidade de se empreender as seguintes ações: a) agregar valor ao produto, como uma melhor seleção, limpeza, empacotamento do produto final; b) criação de pequena fábrica de produção de doces, para redução da precibilidade do produto; c) escolha de mudas mais resistentes e produtivas; d) realização de compras coletivas de insumos, permitindo ganhos de escala; e) participação de câmaras setoriais para defesa dos interesses dos bananicultores e difusão de tecnologias; f) redução dos canais de intermediação, através de venda direta ao consumidor, busca de financiamento junto a bancos de fomento, com taxas de juros mais atrativas, dentre outras ações.