

DESENVOLVIMENTO ENDÓGENO: UMA IDENTIFICAÇÃO DE PRODUTOS POSSÍVEIS DE SEREM PRODUZIDOS PARA A COMERCIALIZAÇÃO NOS MERCADOS LOCAIS DA CIDADE DE CANOINHAS¹

*Edenir Assis Leite de Paula Rocha²
Reinaldo Knorek³*

RESUMO: O projeto de pesquisa realizou-se no período de março a dezembro de 2008 nos principais supermercados da cidade de Canoinhas-SC, seguindo a linha de pesquisa das ciências sociais aplicadas, utilizando um IDC – índice de coleta de dados, que continha questões sobre a realidade do fornecimento e consumo de produtos no município, sendo aplicado junto aos gerentes e supervisores destes estabelecimentos. Ao ser observada a necessidade de difundir o desenvolvimento endógeno nas sociedades e inserir os ideais de sustentabilidade na produção e comercialização locais, objetivou-se a identificação de produtos possíveis de produção na própria região que são comercializados. Para tanto, o projeto aplicou os conceitos de desenvolvimento sustentável e regional, trabalhando-os no embasamento teórico e vinculando-os à prática de pesquisa. Procurando identificar os produtos que poderiam ser produzidos devido à oportunidade que estaria presente no mercado regional, observando a oferta e a demanda destes. Nos resultados verificaram-se características e deficiências no fornecimento de produtos no município que poderão auxiliar futuramente os produtores da região e conseqüentemente os varejistas.

Palavras chave: Desenvolvimento sustentável. Desenvolvimento endógeno. Região.

RESUMEN: El proyecto de pesquisa se realizó en el periodo de Marzo hasta Diciembre de 2008; en los principales supermercados de la ciudad de Canoinhas – SC, siguiendo la línea de pesquisa de las ciencias sociales aplicadas, utilizándose de un IDC – índice de colecta de dados, que contenía cuestiones sobre la realidad del abastecimiento y consumo de productos en el municipio, siendo aplicado junto a los gerentes y supervisores de los establecimientos. Al ser observada la necesidad de difundirse el desarrollo endógeno en las sociedades y insertar los ideales sustentables en la producción y comercialización de los productos, objetivándose la identificación de los productos posibles de producción en la propia región que son comercializados. Para tanto, el proyecto se he fundamentado en los conceptos de desarrollo sustentable y regional, trabajando en el embasamiento teórico y vinculando este a la práctica de pesquisa. Buscando identificar los productos que podrían se producidos debido a la oportunidad de que estaría presente en el mercado regional, observando la oferta y la demanda de ellos. En los resultados verificaronse características y deficiencias en el abastecimiento de productos en el municipio que podrán auxiliar en el futuro los productores de la región y por conseqüente a los tenderos.

Palabras llave: Desarrollo sustentable. Desarrollo endógeno. Región.

INTRODUÇÃO

Em meio ao mercado globalizado em que nossa economia se deparou entre os anos de 2007 e 2008, na qual a região de Canoinhas passou por variações negativas do mercado, como a queda das exportações devido a baixa do dólar (Associação Empresarial e Industrial de Canoinhas – ACIC, 2007); tornaram-se necessárias a aplicação de políticas de desenvolvimento endógeno, com ênfase em gerar novas fontes de renda e retenção desta no município.

Ao elevar a renda através de produção e comercialização local, a economia torna-se menos vulnerável a variações externas, mantendo esta por mais tempo no município. (FERGUSON, 1999). Com essa produção e consumo interno, a economia local se solidifica e evolui, não oferecendo somente desenvolvimento aos produtores, mas também ao segundo setor; o varejista. “O varejo é toda atividade de venda de bens ou serviços para consumo pessoal.” (KOTLER *apud* JÚNIOR, 2000, p. 2). Na cidade de Canoinhas, o varejo representa grande parte da renda municipal (Associação Empresarial e Industrial de Canoinhas – ACIC, 2008), sendo o ramo supermercadista um dos principais representantes. A concorrência acirrada faz com que o nível dos estabelecimentos seja de alto padrão, tanto em questões como preço quanto qualidade.

Seguindo este contexto, o trabalho objetivou a identificação de produtos comercializados em Canoinhas, que hoje não são produzidos na cidade ou que tenham oferta insuficiente, mas que possuem um grande potencial para a produção e comercialização interna. Utilizando-se de informações dos supermercados foi possível levantar as características da oferta e da demanda dos itens comercializados nestes estabelecimentos, visando o desenvolvimento endógeno.

ORIGENS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Com o desenvolvimento da indústria e da produção em massa no início do século XX, começaram a surgir os impactos negativos ao ambiente, surtindo um efeito gradativamente maior, determinado pelo grau de crescimento econômico. Foram os efeitos, como o aquecimento global e as mais diversas formas de poluição que estão ocorrendo pelo mundo, fazendo com que a preocupação da humanidade despertasse para esta problemática. Até então a população não conhecia o sentido da preservação e até mesmo a ciência desconhecia os métodos para contornar esta situação. O meio ambiente era encarado como algo em segundo plano ou submisso a economia. A partir deste cenário é que surgiram as políticas de preservação, despertando uma consciência ambiental mundial. A política surgida desta consciência ambiental foi o Ecodesenvolvimento.

O Ecodesenvolvimento surgiu embasado principalmente na preservação ambiental e o desenvolvimento socioeconômico, baseando-se no objetivo da Política Nacional do Meio Ambiente, que é a preservação e a melhoria da qualidade ambiental. A preocupação e a atenção dada, juntamente com a melhoria das condições socioeconômicas fizeram com que surgisse o ecodesenvolvimento. (MONTIBELLER – FILHO, 2001, p. 42).

A necessidade da preservação e economia dos recursos naturais, fez levantar outra

questão, que é o da reeducação ambiental, pois não são somente os governos e órgãos de proteção os únicos responsáveis pela implantação destas políticas; toda a população deve estar engajada, somente assim as ações socioambientais terão sucesso.

Conciliando o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental conclui-se que as variáveis ambientais devem ser consideradas em qualquer plano de desenvolvimento de forma a ser crucial para o sucesso deste. Estas questões que antes eram tratadas separadamente formaram o conceito de desenvolvimento sustentável. (SOARES; NAVARRO; FERREIRA, 2004, p. 1 – 7). Sendo este difundido a partir da década de 1980.

Sendo assim, Montibeller (2001) afirma que a proposição básica do desenvolvimento sustentável é de eficiência econômica, associada à eficácia social e ambiental, que significa melhoria da qualidade de vida das populações atuais sem comprometer as possibilidades das próximas gerações.

O desenvolvimento sustentável surge como uma alternativa para que a economia não seja forçada a parar seu crescimento por prejuízos aos recursos naturais, necessidades ambientais e da sociedade, haja vista que a preservação destas estará inserida no plano de desenvolvimento. Este modelo de ação só é possível através da consciência ambiental e da valorização da sociedade, ou seja, é necessário que a população absorva a idéia, formando gestores ambientais capazes de desenvolver o plano de sustentabilidade e verificar a rentabilidade e vantagens que trará ao ambiente, a sociedade e a economia.

Economia local/ Desenvolvimento endógeno

Uma das alternativas estudadas no Brasil para que a economia regional não esteja tão exposta a esse ambiente, é o desenvolvimento endógeno:

O desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo interno de ampliação continuada da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da absorção da região em cujo desdobramento é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes gerados em outras regiões. (OLIVEIRA, 2007, p. 4).

“A característica do desenvolvimento endógeno é definida como sendo um desenvolvimento de baixo para cima, partindo das potencialidades locais e não de cima para baixo, partindo do planejamento e intervenção do estado nacional.” (AMARAL FILHO, 2007, p. 4).

Ao se propor um modelo de desenvolvimento endógeno, busca-se como essência a sustentabilidade da sociedade local. Os indivíduos desta, produzindo o que consomem e através da comercialização de excedentes, procuram expansão na comercialização destes produtos com sociedades próximas.

Sociedade local

O desenvolvimento endógeno está diretamente ligado ao crescimento da sociedade/comunidade em que está inserida, pois são os membros destas que promovem tal evolução e que transformam as idéias e inovações em ações.

Também ao aplicar o conceito de produção e consumo regionalizado faz com que a população eleve sua renda e consuma mais, formando um ciclo de produção e vendas. Segundo Montibeller (2001, p. 60) “Maior a quantidade de trabalhadores com rendimentos, ampliam a demanda.” Numa sociedade desenvolvida neste ponto, pode-se afirmar que ela evolui ao ritmo que seu consumo aumenta. A sociedade cada vez menos fica a mercê de recursos externos. É claro que, segundo Oliveira (2007, p.4) o desenvolvimento endógeno é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes gerados em outras regiões. Sendo assim imprescindível buscar estes recursos de outra região, para assim a sociedade gerar riquezas que vão além de seu consumo.

Desenvolvimento local e o mercado

O estudo do desenvolvimento endógeno inicia-se pelo prévio estudo de mercado na região, determinando o espaço de planejamento; definido assim por Ademir Clemente (2000, p.14) “[...] o espaço de planejamento de uma empresa é o território abrangido por suas decisões de compra (insumos) e venda (produtos)”]; e identificando as potencialidades e oportunidades existentes neste espaço, possibilitado através de pesquisa com fontes primárias de informação, segundo o ramo em que se quer atingir com a proposta de desenvolvimento. Como afirma Boisier (2007, p. 3) “[...] um dos cenários do desenvolvimento regional é o estratégico, no qual é o mercado econômico que determina a realização da política endógena”.

Todo estudo de mercado ou planejamento estratégico tem como propósito a geração de lucro aos envolvidos e renda à sociedade em geral, logo sem esta visão, o estudo não causa impacto. (WRIGHT, 2000, p. 38).

A gestão estratégica é fundamental para o sucesso no plano de desenvolvimento. A elaboração de metas e as pesquisas de mercado são primordiais nas condições de economia hoje encontradas. A pesquisa de mercado influencia em todo o plano e também no resultado da produção. Porém, não é o que se verifica hoje com os produtores rurais, principalmente os agricultores familiares. Estes simplesmente ignoram a voz do mercado e a qualidade de seus produtos não é uma questão primordial.

Produção local

Ao estudar o desenvolvimento regional e a produção para consumo no comércio local, torna-se fundamental observar a atividade produtiva, ou seja, no que consiste a economia da região, para que seja possível determinar qual será a principal forma de produzir os bens estudados na pesquisa de mercado. Ou seja, já se conhece o mercado e os produtos a serem

comercializados, agora é encontrar meios de produção.

A produção, segundo Valenti (2002, p. 1) pode ser considerada como um processo amplo que envolve todo um conjunto de elementos que se inter-relacionam formando uma rede complexa.

Neste quesito o desenvolvimento endógeno possui vantagens sobre outras políticas de desenvolvimento sócio-econômico principalmente em relação ao investimento inicial e o custo produtivo.

Analisando por outra dimensão, a ambiental; também abrangida pelas políticas de desenvolvimento sustentável, entre outras com: econômica, ambiental, social e cultural, observa-se que a agressão causada na maioria das vezes pela desordenada e não profissionalizada produção rural, trazem além do prejuízo ambiental, o aumento dos custos de produção. Segundo Assis (2003, p. 2) “[...] o mau uso dos recursos naturais ao longo do processo produtivo não representa somente uma externalidade decorrente da degradação dos recursos ambientais, mas também um aumento nos custos de produção em função de uma maior demanda por insumos que esta degradação provoca”. Ou seja, os quatro pilares da sustentabilidade estão interligados por diversos fatores.

Características do comércio supermercadista brasileiro

O comércio varejista, mais específico os supermercados, foram as fontes primárias para a aplicação desta pesquisa, logo é importante conhecer alguns conceitos.

O varejo pode ser conceituado, segundo Kotler (2000 *apud* JUNIOR, 2003, p. 2) como toda atividade de venda de bens ou serviços para consumo pessoal.

Porém o termo varejo é muito amplo, pois possui ramificações, podendo ser dividido em varejistas de alimentos, de mercadorias e de serviços; os supermercados são classificados em varejistas de alimentos. (DIAS *apud* JUNIOR, 2003 p. 3)

Na economia brasileira os supermercados possuem grande destaque, pois são responsáveis por boa parte do Produto Interno Bruto, algo em torno de 7% em média de 1995 a 2001 e é o principal fornecedor de alimentos da população nacional (87%) (WILDER *apud* JUNIOR, 2003, p. 3). São os responsáveis pela integração entre produção e os consumidores finais, utilizando de logísticas adequadas para fazer com que os produtos estejam disponíveis aos clientes.

Conhecendo tamanha importância do setor para a economia e para a população sabe-se que trabalhar políticas de desenvolvimento sustentável junto a estas organizações é atingir tanto o setor produtivo quanto o varejista, além dos supermercados serem uma importante fonte de informações para a elaboração das mais diversas pesquisas de mercado.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada de forma aplicada devido à necessidade de solucionar o problema da comercialização de produtos que tiveram sua produção proposta, tendo sido esse levantamento de dados práticos precedido de uma pesquisa bibliográfica.

A forma de abordagem em que foram levantadas e registradas as informações foi de pesquisa quantitativa, traduzindo assim as informações em números para classificá-los e organizá-los.

O objetivo do projeto foi uma pesquisa descritiva que envolveu técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários e observação sistemática, aplicando-os em uma amostragem composta por 11 estabelecimentos de um universo com 24 supermercados.

O procedimento técnico foi de uma pesquisa voltada para buscar a solução do problema sobre desenvolvimento endógeno através da produção e comercialização de produtos locais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram aplicados em 11 estabelecimentos do ramo supermercadista do município de Canoinhas, um modelo de questionário contendo questões sobre o fornecimento e a demanda de produtos listados por estes comerciantes, a fim de identificar possíveis oportunidades de otimização da produção local, visando o desenvolvimento endógeno desta sociedade.

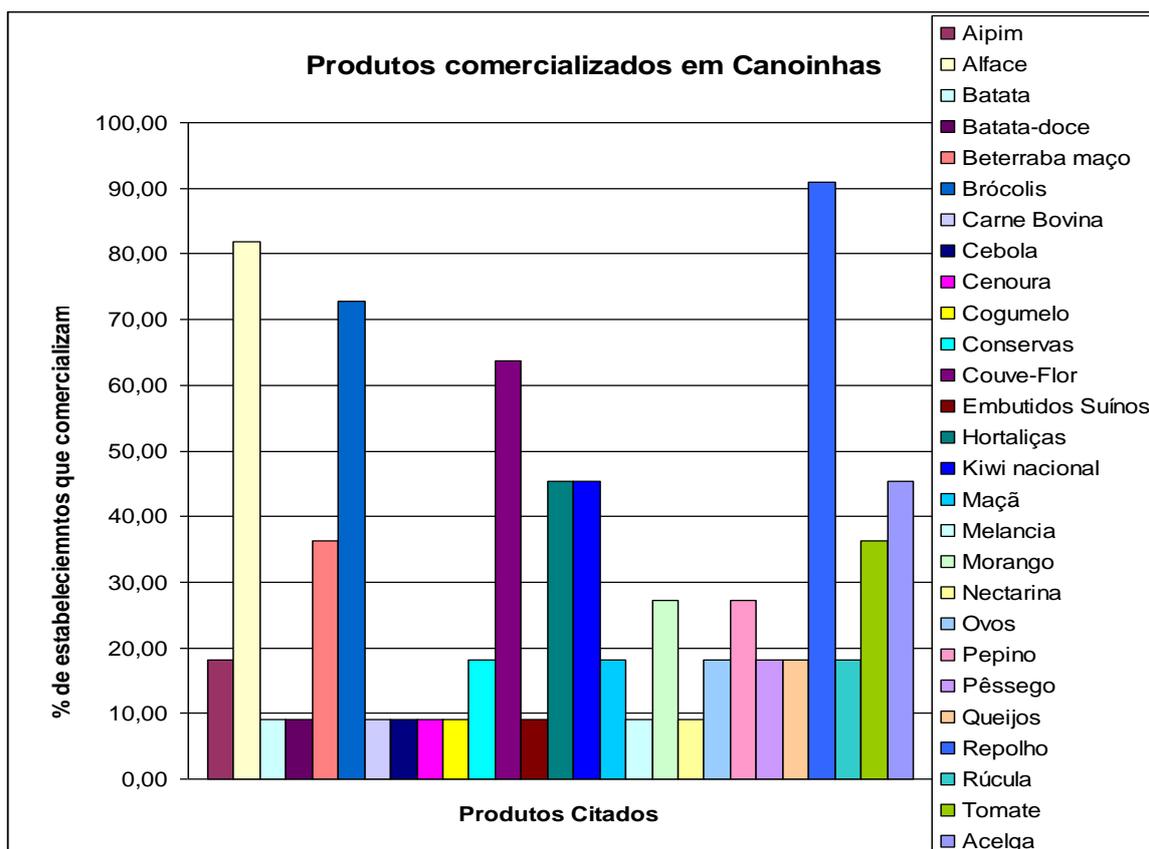


Gráfico 1- Produtos oriundos de Canoinhas que são comercializados pelo comércio local.

Fonte – Dados da pesquisa (2008).

A deficiência no desenvolvimento do cooperativismo foi verificada na questão 2 do questionário, que identificou o desconhecimento por parte dos supermercados da existência da única pequena associação da cidade, chamada então de Feira Livre. Apenas 18% dos estabelecimentos entrevistados negociam com esta associação. Como verificado no gráfico 2.

Além de ser pequena e não possuir traços de cooperativismo, a associação Feira Livre é desconhecida dos comerciantes, que afirmaram não saber da atividade de tal associação e qual a sua abrangência.

Os produtores que fazem parte desta associação, em sua maioria, são de pequenas propriedades familiares, os quais não possuem uma organização formal, dificultando assim a profissionalização do cooperativismo entre os mesmos.

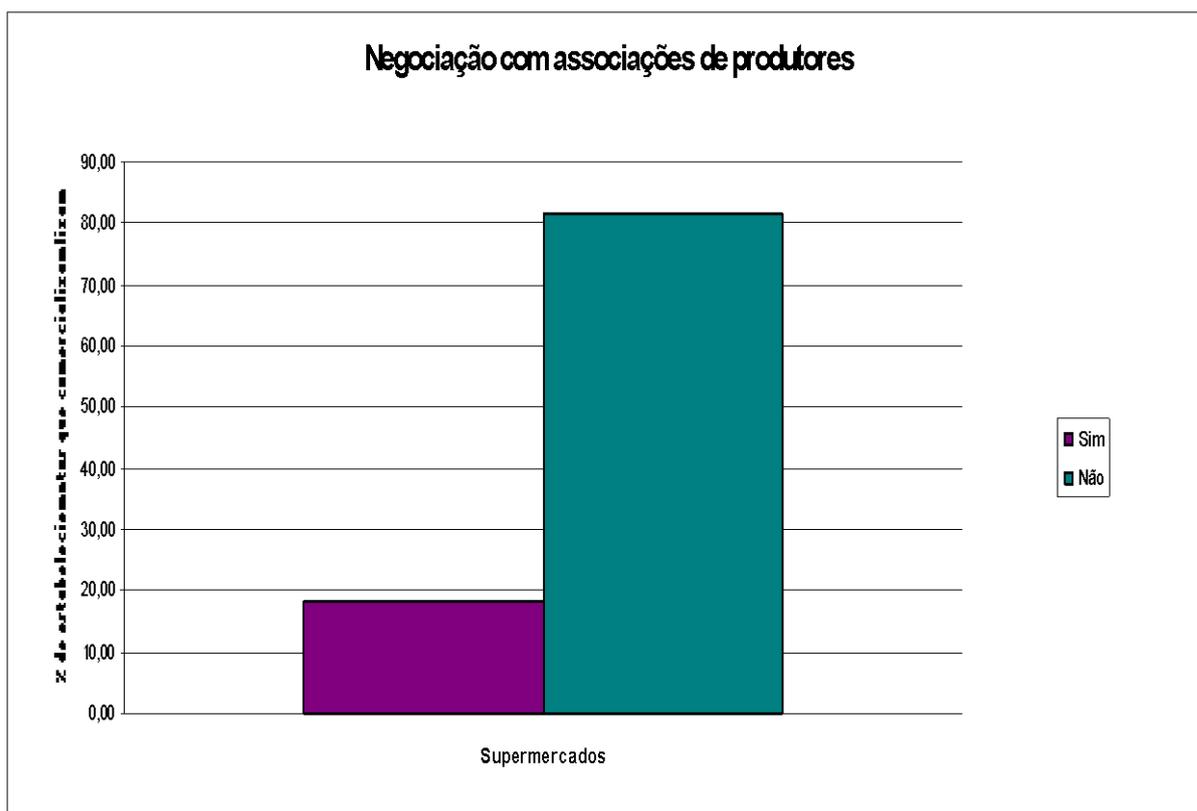


Gráfico 2 – Negociação com associações de produtores.

Fonte – Dados da pesquisa (2008).

A incapacidade de produção local para o ano todo foi verificado na questão 3 representada no gráfico 3, alguns produtos se destacam sendo citados pela maioria dos estabelecimentos como insuficientes para o ano todo, como o queijo (100%); o repolho (90,91%) e a alface (81,82%). Outros produtos foram citados por uma minoria dos estabelecimentos como a carne bovina (9,09%), a nectarina (9,09%) e a cebola (9,09%), porém estes últimos apesar de pouco citados também não possuem produção suficiente anual para atender a demanda dos supermercados, pois outros estabelecimentos não os citaram por não negociarem com produtores locais, logo nem os relacionaram nesta questão do questionário.

Além da falta de oferta, alguns comerciantes fizeram algumas observações sobre problemas na logística dos produtores, muitas vezes, estes não cumprem com os horários e compromissos de entregas. Logo, os comerciantes procuram fontes mais confiáveis para evitar a falta de mercadoria no estabelecimento.

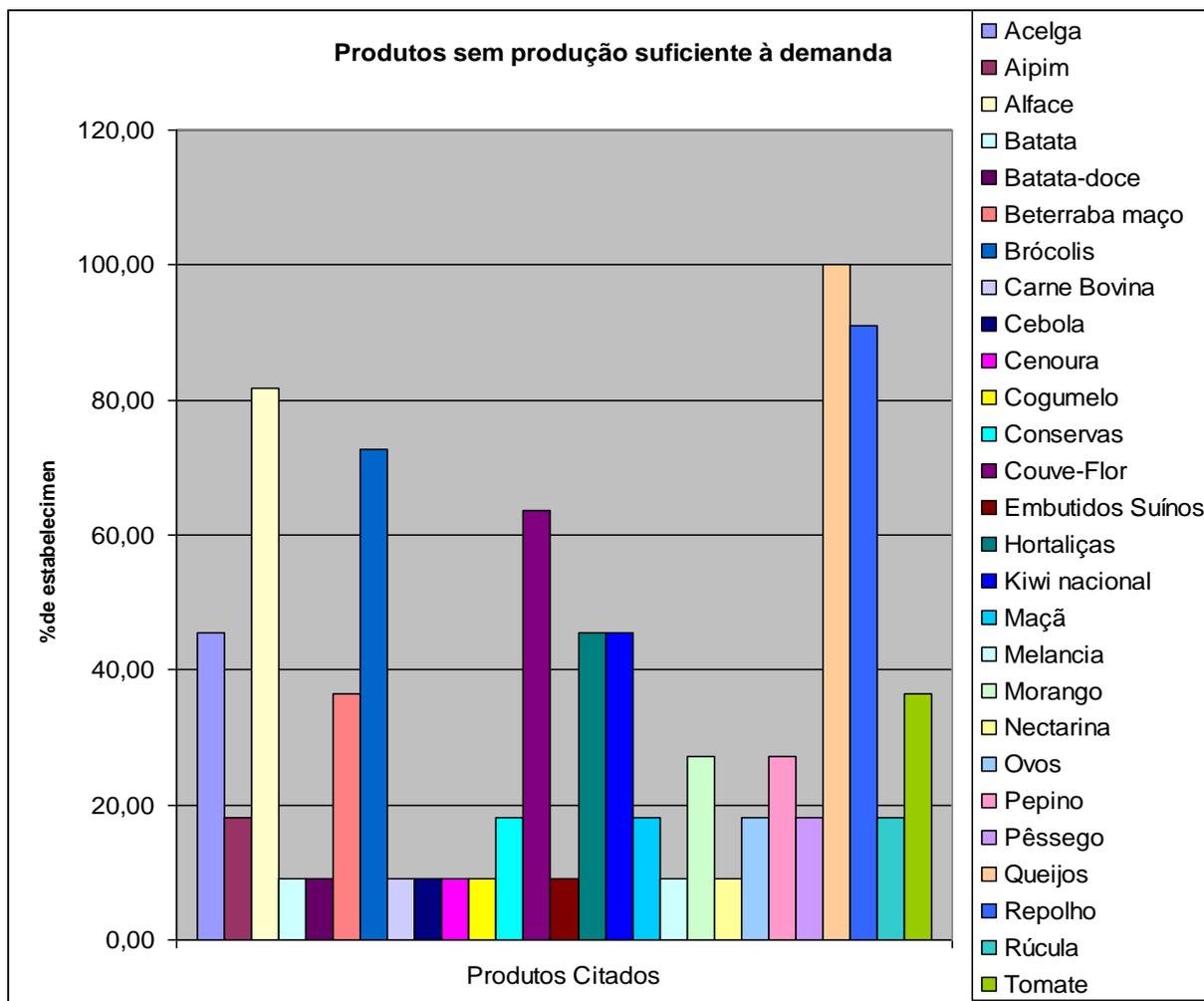


Gráfico 3: Produtos sem produção suficiente para a demanda.
Fonte – Dados da pesquisa (2008).

Quando o comerciante não compra de produtores locais, a maioria (90% dos estabelecimentos) buscam fornecedores do Ceasa de Curitiba – PR. Apesar deste dado, 100% dos comerciantes afirmaram que têm interesse em negociar com agricultores da região, principalmente pela proximidade da fonte, agilidade na entrega (54,55%) e pela qualidade e durabilidade dos produtos (27,27%). Porém é justamente neste ponto em que os produtores locais mais falham, segundo observações realizadas pelos comerciantes durante a coleta de dados. Os produtores possuem vantagem de se estabelecerem próximos aos supermercados, com isso poderiam fornecer um produto direto da colheita, o mais rápido possível, quantas vezes fosse necessário e a um preço competitivo; porém, muitos agricultores entregam-se ao comodismo e à informalidade, prejudicando a qualidade de seus produtos, tornando-os mais caros que os de outras regiões, além da falta de compromisso para com os estabelecimentos locais desrespeitando prazos; dificultando assim o desenvolvimento da economia.

Ao se comprar de regiões externas, teoricamente os custos seriam maiores para os comerciantes. Observa-se que 63,64% dos estabelecimentos pesquisados observam maior custo com frete ao negociar com empresas de outras cidades e que 36,36% afirmaram não observar maior gasto ao comprar de outra localidade, sendo isso observado no gráfico 5.

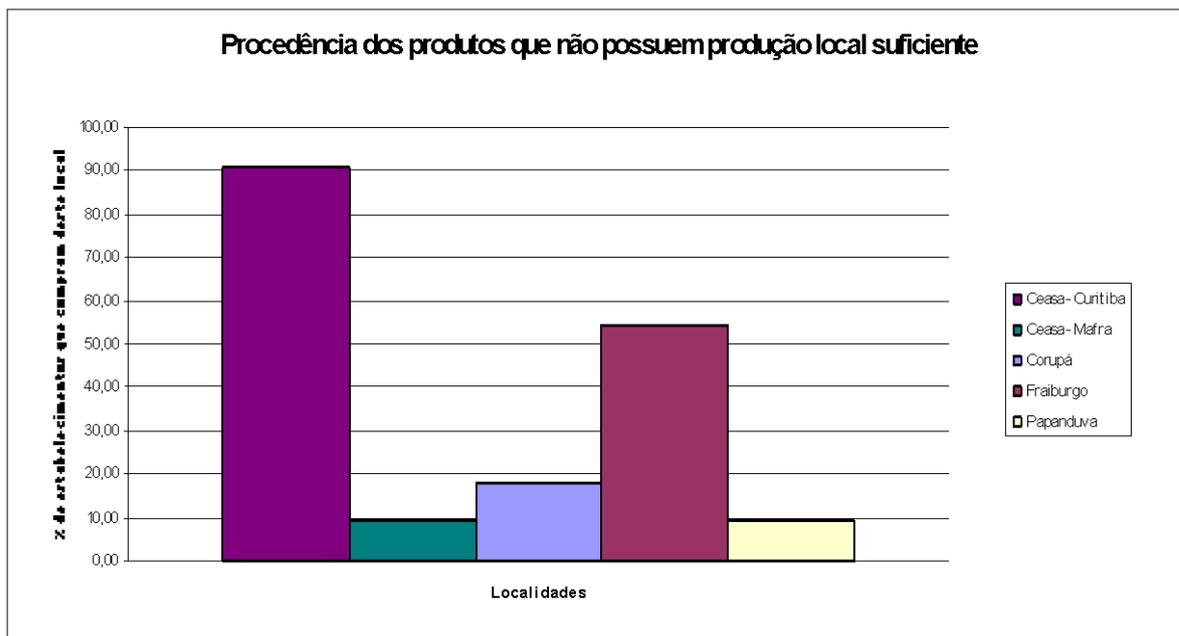


Gráfico 4 – Procedência dos produtos que não possuem produção local.

Fonte – Dados da pesquisa (2008).

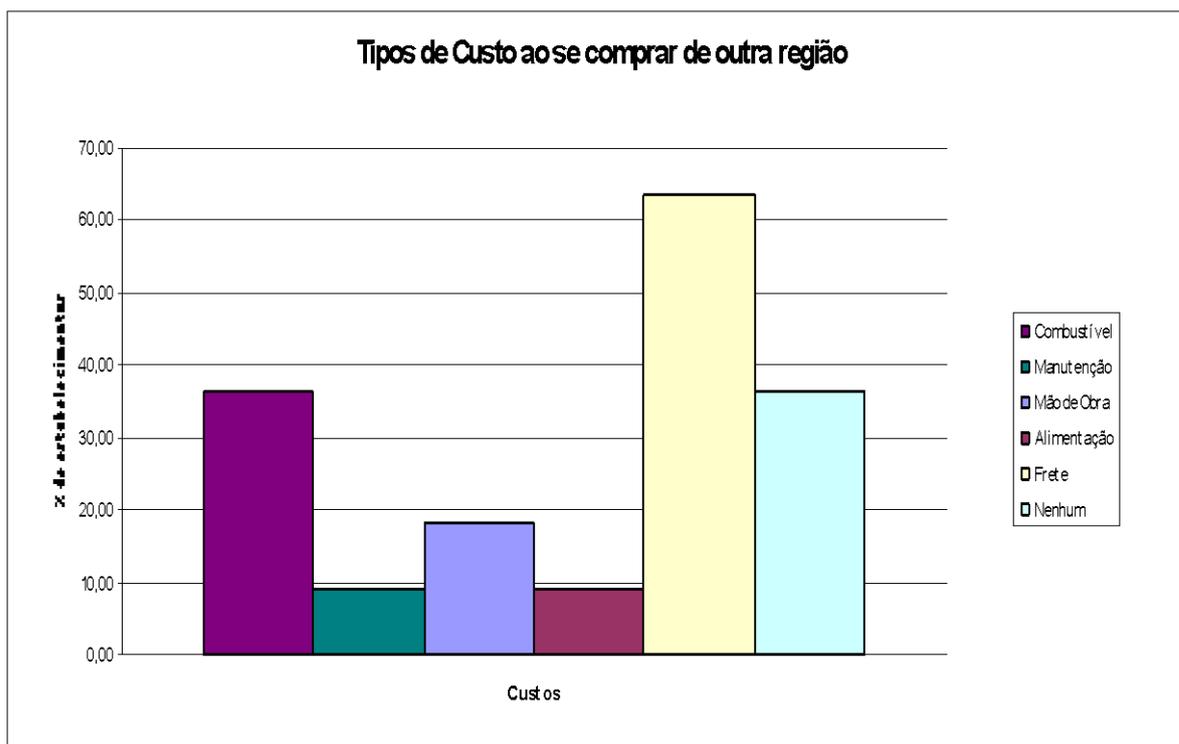


Gráfico 5 – Tipos de custos referente as compras de outras regiões.

Fonte – Dados da pesquisa (2008).

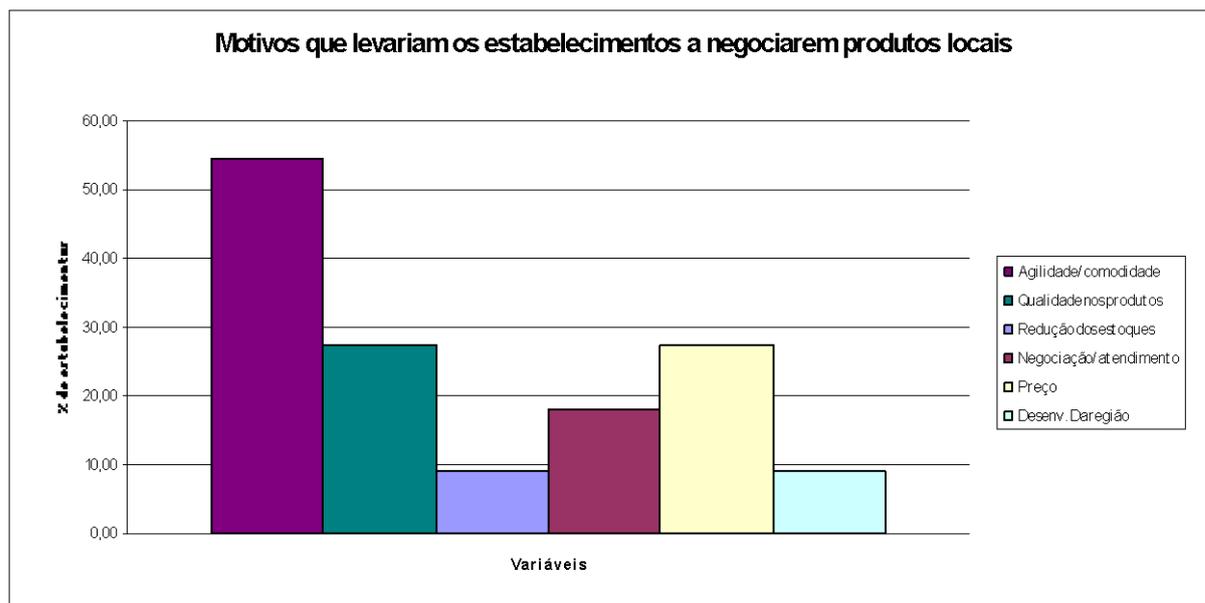


Gráfico 6 - Motivos citados pelos estabelecimentos que definiriam a preferência por produtos locais.

Fonte – Dados da pesquisa (2008).

No Gráfico 6 é possível verificar os principais motivos que levaram os estabelecimentos (100% deles) a citarem sua preferência em comercializar produtos locais. A principal variável que define a preferência de 54,55% dos estabelecimentos pesquisados em negociar produtos locais é a agilidade e a garantia na entrega, além da qualidade (27,27%) que segundo os próprios comerciantes é potencialmente superior aos produtos de outras regiões e os preços (27,27%) que segundo os supermercadistas podem ser inferiores aos de outra região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto teve por objetivo inicial identificar os produtos que poderiam ser produzidos ou industrializados no município, porém devido à aplicação do questionário no comércio local, somente foi possível identificar os itens que possuem carência de produção, tendo espaço para a sua comercialização. Estes foram listados a partir do conhecimento dos comerciantes para com a região, os quais identificaram os produtos que já são originários de algum produtor local, certificando-se assim que a cultura ou industrialização destes seria possível de realizar; além de derivados que poderiam ser desenvolvidos, dessa forma pode-se sanar a dificuldade de listagem.

Conclui-se que 82% dos produtos citados são na maioria dos estabelecimentos, negociados com produtores externos ao município, logo há um potencial no mercado interno para preencher. Há itens que em mais de 80% dos supermercados já são comercializados com produtores locais, porém possuem oferta insuficiente para o ano todo; logo, pode-se investir nestas culturas para a produção anual.

A maioria dos entrevistados afirmou não negociar com associações ou cooperativas de Canoinhas e chegaram a reforçar que não conheciam qualquer tipo de organização com esta constituição na região. Neste ponto verifica-se pouca profissionalização e incentivo ao cooperativismo. No questionário foi realizada uma observação por alguns estabelecimentos que

a ilegalidade é um dos motivos por não se negociar com a única associação conhecida; a Feira Livre, pois na maioria das vezes os pequenos produtores que a constituem não fornecem nota fiscal. Essa deficiência não é encontrada apenas nos integrantes desta pequena associação, também vários outros que buscam os estabelecimentos enfrentam essa barreira que impede o crescimento de suas atividades. Porém a preferência dos comerciantes é em negociar com produtores locais, não sendo somente o preço a única vantagem e sim a potencial qualidade no serviço de entrega e os produtos, algo que os entrevistados colocaram como serviços precários à maioria dos produtores, muitas vezes não honrando seus compromissos de entrega.

Pode-se então concluir que todos os produtos listados pelos comerciantes (Tabela 1) possuem espaço para a produção e comercialização local, porém foram identificados vários problemas que impedem tal processo; sem antes corrigi-los não serão suficientes investimentos financeiros para incentivar o desenvolvimento endógeno. Além deste investimento para a modernização da produção, objetivando a qualidade e a oferta para o ano todo, principalmente na produção fora de época; é preciso que os produtores se organizem para atender rapidamente seus clientes, melhorando sua logística de entregas, qualidade dos produtos e quantidade produzida, para que estes sejam aceitos em todo o comércio; que realizem uma política de preços através da formação correta (não apenas plagiando os preços dos grandes centros como citado por alguns estabelecimentos); é preciso a criação de organizações fortes e profissionalizadas que não existem no município, incentivando assim o associativismo e o cooperativismo, legalizando o trabalho de muitos pequenos produtores. Ou seja, é necessária a profissionalização do produtor rural de Canoinhas, tornando-os gestores de seus negócios.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Renato Linhares de. **Agricultura e desenvolvimento sustentável**. Cadernos de Ciência e Tecnologia – Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.asfagro.org.br/trabalhos_tecnicos/agricultura_e_desenvolvimento_sustentavel/pdf>. Acesso em: 20 de Nov. 2008.

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL E INDUSTRIAL DE CANOINHAS – ACIC, Canoinhas 2007.

AMARAL FILHO, Jair do. **Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista**. Universidade Federal do Ceará, 1995. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle>>. Acesso em 08 Set. 2007.

BOISIER, Sérgio. **Em Busca do esquivo desenvolvimento regional**: Entre a caixa-preta e o projeto político. USP/ São Paulo, 1996. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle>> Acesso em 10 Set. 2007.

CLEMENTE, Ademir. **Economia e desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2000.

FERGUSON, C. E. **Micro-economia**. 20. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

JÚNIOR, Sérgio S. Braga. **Sustentabilidade através do aproveitamento de resíduos**: Um estudo dos processos implantados por um supermercado de médio porte. UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto, Disponível em: <<http://www.simpoi.fgvsp.br/simpoi/arquivo/2008/artigos/pdf>> Acesso em 29 Nov 2008.

MONTIBELLER – FILHO, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável** – Florianópolis: UFSC, 2001.

OLIVEIRA, Mauri Aparecido de. **A Importância estratégica e econômica da instalação de uma fábrica de Circuitos Integrados no Brasil**. Biblioteca pública virtual de Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://www.ip.pbh.gov.br/ANO5_N2_PDF/ip0502aparecido.pdf> Acesso em 10 set. 2007.

VALENTI, Wagner Cotroni. **Aquicultura sustentável**. In: Congresso de Zootecnia, 12o, Vila Real, Portugal, 2002, Associação Portuguesa dos Engenheiros Zootécnicos. Anais p.111-118. Disponível em <<http://www.googleacademico.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em 01 Out. 2008.

¹ Artigo elaborado em decorrência de pesquisa, com financiamento do Fundo de Apoio a Pesquisa - FAP, levantado junto aos mercados locais da cidade de Canoinhas.

² Graduando da 7ª fase do curso de Administração, da UnC Campus Canoinhas.

³ Doutor em Engenharia da Produção pela UFSC; professor do programa de mestrado da UnC Campus Canoinhas.