

Produção de manga orgânica no Vale do São Francisco: um negócio promissor?

Daniel Victor Ferreira Silva (UNIVASF) eng.danielvfsilva@gmail.com
José Luiz Moreira de Carvalho (UNIVASF) jose.carvalho@univasf.edu.br

Resumo:

Observa-se um crescimento no consumo de produtos orgânicos e sendo o Vale do São Francisco um dos maiores exportadores de manga do Brasil, este aspecto é um fator chave para o crescimento da atividade agrícola na região. Além disso, o fornecimento de produtos diferenciados como os orgânicos certificados faz parte de uma estratégia que visa atender às necessidades de um nicho de mercado. Nesse contexto, estudos anteriores apontam a produção de manga orgânica no Vale do São Francisco. Portanto, este trabalho tem o objetivo de analisar o estado atual da produção de manga orgânica na região, abordando a organização dos produtores e os processos de comercialização. Para isso, através de uma pesquisa exploratória, fez-se um estudo de caso em uma associação de produtores de frutas orgânicas. A partir daí, pode-se analisar a evolução da produção orgânica na região, com base no que se apresenta em publicações anteriores acerca do tema.

Palavras chave: Fruticultura orgânica, Associativismo, Vale do São Francisco.

Organic mango production in the São Francisco Valley: a promising business?

Abstract

Observed an increase in the consumption of organic products and being the São Francisco Valley one of the largest exporters of mango in Brazil, this aspect is a key factor for growth of agriculture in the region. In addition, providing differentiated products as certified organic part of a strategy to meet the needs of a niche market. In this context, previous studies show organic mango production in the São Francisco Valley. Therefore, this paper aims to analyze the current state of organic mango production in the region, addressing the organization of producers and marketing processes. To do so, through an exploratory research, it became a case study in an association of producers of organic fruit. From there, one can analyze the evolution of organic production in the region, based on what is presented in previous papers on this topic.

Key-words: Organic Fruits, Associations, São Francisco Valley.

1. Introdução

A ascendente demanda por produtos orgânicos no Brasil e no mundo está fortemente relacionada à crescente exigência dos consumidores quanto à qualidade dos alimentos que adquirem e com os impactos, tanto na saúde de quem consome como sobre o meio ambiente (BRASIL, 2004). Surgem, assim, os rótulos de identificação de produtos orgânicos, desencadeando a preferência do consumidor pelos “produtos verdes” ou “ambientalmente corretos” que, apesar de apresentarem um custo de aquisição um pouco mais elevado, passaram a ser gradativamente preferidos pela sociedade (PESSOA; SILVA; CAMARGO, 2002).

Além disso, o mercado brasileiro de frutas passou por mudanças decorrentes de alterações nos hábitos dos consumidores. Desse modo, o fornecimento de produtos diferenciados como os orgânicos certificados faz parte de uma estratégia que visa atender às necessidades de um nicho de mercado (NANTES e LEONELLI, 2000).

O termo orgânico é empregado para designar um dos sistemas não convencionais de cultivo da terra, baseados em princípios ecológico, sendo um sistema de produção comprometido com a saúde, a ética e a cidadania do ser humano, visando contribuir para a preservação da vida e da natureza (PENTEADO, 2001).

Em termos econômicos, a comercialização de produtos orgânicos é uma das atividades do agronegócio que vem apresentando o maior aumento de demanda, com um crescimento médio de 20% ao ano. No Brasil, a produção vem crescendo a uma taxa média de 10% ao ano (CONEJERO, SERRA e NEVES, 2007). Segundo dados do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (CARVALHO e GRANJA, 2011, baseados em um conjunto de outros autores), no ano de 2008 existiam cerca de 1,4 milhões de produtores certificados, 154 países envolvidos e vendas de mais de 50 bilhões de dólares, com um crescimento de mercado de 10,4% ao ano.

Quando se observa a agricultura orgânica no Vale do São Francisco, identifica-se poucos trabalhos publicados que abordam o tema. Desse modo, este artigo tem o objetivo de analisar o estado atual da produção de manga orgânica na região, abordando a organização dos produtores e os processos de comercialização.

2. Agricultura orgânica no Vale do São Francisco

O polo frutícola Petrolina-PE/Juazeiro-BA representa uma das regiões do país onde se desenvolveu uma estrutura e organização da produção em torno da fruticultura sobre uma base de investimentos em irrigação pública (BUSTAMANTE, 2009). Situado no semiárido brasileiro é uma área que vivenciou uma significativa transformação do seu espaço agrário depois de receber investimentos do Estado para o aprimoramento de sua atividade agrícola. O investimento nas técnicas de irrigação favoreceram a produção de culturas mais valorizadas no mercado, como também a expansão de sua rede comercial para o exterior (ARAÚJO e SILVA, 2013).

O desenvolvimento agrícola na região se apoia nas condições climáticas, caracterizadas pela elevada insolação durante todo o ano, e solos de boa aptidão para a irrigação que ajudam a promover a qualidade da produção de frutas (LACERDA e LACERDA, 2004). Outro fator de extrema importância para a inserção da região no comércio internacional de frutas frescas é resultado do investimento em qualidade que elevou o potencial competitivo em mercados exigentes quanto aos padrões de qualidade, segurança alimentar e rastreabilidade, como os Estados Unidos, a União Européia e o Japão (BAHIA, 2011).

O polo frutícola dispõe de 120 mil hectares de área cultivada com 25 projetos públicos irrigados em operação, com potencial para mais 200 ou 300 mil hectares. As culturas com maiores espaços de cultivo são a manga e a uva, destacando-se também por serem as principais frutas exportadas (LEÃO, 2011).

Ainda conforme o mesmo autor, cerca de 99% da uva e 88% da manga exportadas no Brasil são oriundas dessa região do sertão nordestino, o que lhe configura como um território especializado na produção dessas frutas, inclusive criando ações e políticas específicas para cada uma delas, desde programas de controle fitossanitário até a criação de câmaras de comércio e marcas próprias.

Segundo Ladislau (2009) citado por Carvalho e Granja (2011), a produção de orgânicos no Vale do São Francisco ainda é bastante reduzida. No lado pernambucano, em 2008 a produção de orgânicos correspondia a 0,3% dos 44,3 mil hectares onde a Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (CODEVASF) desenvolvia projetos de irrigação. Nesse mesmo período, apenas 169 hectares da região possuíam o selo de reconhecimento de produção orgânica.

Ainda conforme o mesmo autor, a CODEVASF realizou uma pesquisa de campo junto aos produtores da região para identificar o nível de conhecimento e interesse com relação a produção orgânica, revelando uma perspectiva de aumento para 1.395 hectares de produção orgânica.

De acordo com Rievers (2007) citado por Carvalho e Granja (2011), no ano de 2006, produtores de manga da Associação dos Produtores Orgânicos da Região Aduadora e Maniçoba (APROAC), realizaram o processo de certificação de manga orgânica com o auxílio da Skal International do Brasil, uma associação holandesa e brasileira que atua no mercado de certificação de produtos agrícolas. Após a certificação, 44 toneladas de manga foram comercializadas com um cliente canadense.

A APROAC comercializa frutas orgânicas e desde 2006 possui a certificação para produtos orgânicos. Os principais clientes se encontram na Alemanha e Canadá, sendo estas empresas que negociam com intermediários, que compram e revendem para os demais agentes da cadeia produtiva (RODRIGUES et al., 2011).

A associação de frutas orgânicas da região do Vale do São Francisco é composta por pequenos produtores. Trata-se, na maioria dos casos, de pequenas propriedades com cerca de 5 a 20 hectares, onde se utiliza mão-de-obra familiar e/ou temporária. O principal aspecto para a organização destes produtores na associação está relacionada com a viabilização do processo de comercialização, uma vez que as vendas acontecem em conjunto, agregando uma maior quantidade de produtos a serem oferecidos (COELHO et al., 2011).

De acordo com os mesmos autores, a associação dispunha de agentes que atuam no mercado na captação de clientes, executando atividades como a seleção, o embalamento, a venda da safra e a distribuição destes produtos. Isto se deve ao fato dos produtores da associação, por não disporem de capital, não possuíam um *packing house* e um ponto de venda próprio.

Desse modo, a cadeia produtiva da fruticultura orgânica da associação em questão foi caracterizada conforme se observa na Figura 1.

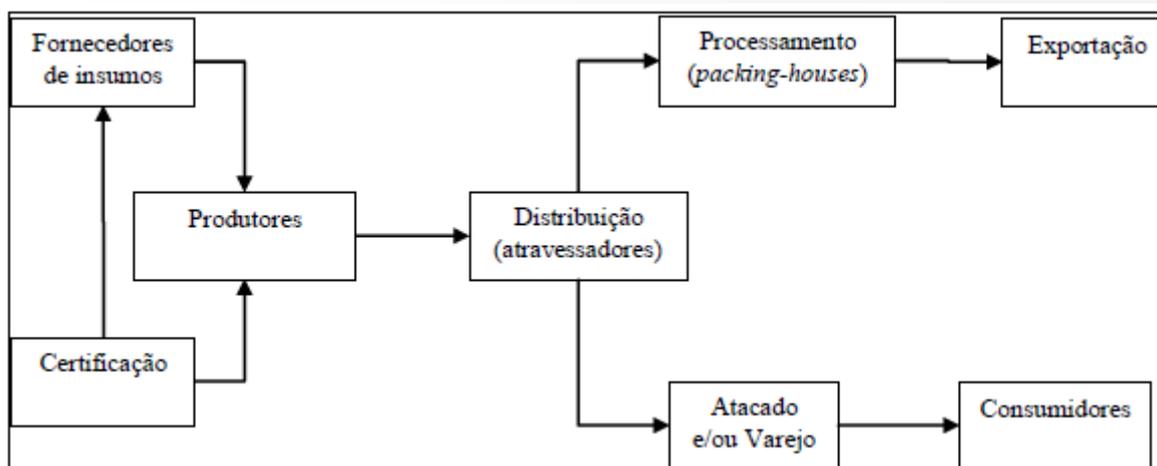


Figura 1 - Cadeia produtiva da fruticultura orgânica no Vale do São Francisco
Fonte: ROGRIGUES et al. (2011, p. 6)

Segundo Carvalho e Granja (2011), o primeiro elo da cadeia produtiva correspondia às empresas que forneciam os insumos necessários para o manejo orgânico, e para a região em estudo observava-se que existia apenas uma única empresa dedicada exclusivamente à produção orgânica e outra que disponibilizava uma pequena quantidade de insumos orgânicos, mas que também atendia ao segmento convencional. O segundo elo era constituído por pequenos produtores que utilizavam de mão-de-obra familiar e/ou temporária.

Conforme os mesmos autores, quando a fruta era comercializada para o mercado externo, realizava-se uma seleção, higienização e embalagem do produto no *packing house* (Processamento Primário), sendo estas atividades executadas por atravessadores ou atacadistas, já que os produtores não dispunham de *packing house*. Após o processamento, as frutas eram distribuídas por empresas internacionais (atacadistas e varejistas), chegando até o consumidor final. Já com relação ao mercado interno, a fruta era comercializada no Mercado do Produtor em Juazeiro-BA, no mesmo canal das frutas da produção convencional.

Quanto ao elo que corresponde ao processo de certificação, os mesmos autores, identificaram a atuação de instituições certificadoras como SANTEC, SKAL e IBD. Além destes, destacava-se também a atuação de instituições que ofereciam apoio e suporte aos produtores, tais como a Embrapa Semiárido, a CODEVASF e o SEBRAE, que atuavam na pesquisa, na prestação de assistência técnica e em treinamentos.

3. Metodologia

Esta pesquisa tem caráter exploratório, o qual segundo Gil (2002), tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. De uma forma geral, estas pesquisas envolvem: (1) levantamento bibliográfico; (2) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e; (3) análise de exemplos que “estimulem a compreensão”. Para o mesmo autor, a pesquisa exploratória, na sua maioria, pode assumir a forma de estudo de caso. Este, por sua vez, consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

De acordo com Chizzotti (2006), tratando-se de estudo de caso, a fonte mais usual para a coleta de dados tem sido a entrevista. Segundo Michel (2009), a entrevista é considerada um instrumento de excelência da investigação social, pois estabelece uma conversação face a face, de maneira metódica, proporcionando ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária. Sendo assim, a presente pesquisa foi desenvolvida a partir de uma entrevista

semiestruturada, na qual, para o mesmo autor, o entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada, e permite explorar mais amplamente uma questão.

De modo a auxiliar a realização da entrevista, foi elaborado um roteiro de entrevista, que englobou os seguintes aspectos: (1) caracterização da associação; (2) a comercialização da produção e; (3) o papel da associação para a inserção dos produtores no mercado de frutas orgânicas.

Para a análise dos dados utilizou-se da análise do conteúdo e análise de discurso. De acordo com Vergara (2005), a análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamentos de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema. Segundo Marshall, citado por Roesch (1999), a análise de discurso focaliza a linguagem como é usada em textos sociais, escritos ou falados, incluindo, pois, materiais provenientes de entrevistas.

4. Resultados e discussão

4.1. Descrição do caso

Quando realizaram as suas respectivas pesquisas (Coelho et al., Rodrigues et al., e Carvalho e Granja) constaram que havia apenas uma única associação de produtores de manga orgânica na região. Anteriormente, uma grande empresa também tinha produzido, mas voltara à forma convencional.

Neste novo estudo, constatou-se que a produção de manga orgânica ainda está restrita à mesma associação, que tem sede no município de Petrolina-PE e foi fundada no ano de 2004. Sendo constituída por 6 sócios, caracterizados como pequenos e médios produtores com área plantada entre 4 a 32 hectares, a mesma tem o foco apenas na produção de frutas orgânicas, dentre elas, a manga, a acerola, o coco e a banana, não havendo um registro preciso do volume de vendas anual, principalmente, devido ao fato de que algumas culturas foram introduzidas recentemente. A única certificação que a associação possui é a IBD, que é específica para produtos orgânicos.

A produção que se destina para o mercado interno é comercializada no mercado local do município (Mercado do Produtor em Juazeiro-BA) ou em regiões como São Paulo, Pernambuco e Rio Grande do Norte. A comercialização para o mercado externo ocorre apenas devido a atravessadores do Rio Grande do Norte. Para todos os casos, mercado interno e mercado externo, os principais clientes são atravessadores e feiras livres. Para o mercado local do município, tem-se também a venda para Ceasas e com base nos últimos anos, realizou-se apenas a venda à vista na época da colheita.

Com relação ao processo de compra de insumos, a associação tem diversas dificuldades devido à localização dos sócios, que estão distantes entre si. Portanto, a compra de insumos é realizada por cada associado individualmente. Sendo assim, para este caso, não há vantagens em termos de poder de barganha devido a um maior volume de compra.

Para se tornar um sócio da Associação basta ter o foco na produção de frutas orgânicas. Os maiores benefícios de ser membro são a orientação para a certificação, que conta com o apoio do SEBRAE, e o controle de qualidade na produção.

Dentre os serviços oferecidos pela associação aos seus membros, destaca-se a capacitação profissional quanto a produção de frutas orgânicas; o transporte ao *packing house*, que ocorre apenas quando há exportação; a venda da safra em conjunto, que acontece apenas quando o calendário de colheita entre os sócios é uniforme. Outros serviços são a orientação para a certificação, as boas práticas agrícolas e de higiene e o controle de pragas. O Quadro 1 sintetiza os principais serviços oferecidos pela associação aos seus sócios.

Capacitação profissional	Planejamento da produção
Manejo da produção	Controle de qualidade na produção
Venda em conjunto (apenas quando o calendário de colheita é uniforme)	Transporte ao <i>packing house</i> (apenas para exportação)
Pesquisa de preço	Boas práticas agrícolas
Orientação para certificação	Boas práticas de higiene
Controle de pragas	Colheita

Quadro 1 - Principais serviços oferecidos pela associação aos seus sócios
Fonte: Os autores, a partir da pesquisa de campo

Quanto aos recursos compartilhados entre os sócios, destacam-se as informações de mercado, acerca de preços e potenciais clientes; as consultorias agrícolas, jurídicas e contábeis e as práticas de produção orgânica. Além dos serviços que são oferecidos pela associação aos seus sócios e os recursos compartilhados, também é importante destacar os aspectos que contribuem para o bom relacionamento entre os sócios. Desse modo, o Quadro 2 apresenta as práticas que contribuem para o bom relacionamento entre os membros da associação.

Necessidades em comum	Busca do lucro/resultado
Gestão eficiente	Cultura comum
Filosofia Comum	Ética no relacionamento
Metas e objetivos bem definidos	Regras claras
Obediência ao estatuto	Cumprimento de contratos
Solidariedade entre os membros	Comprometimento dos membros

Quadro 2 - Principais pontos que contribuem para o bom relacionamento entre os sócios da Associação
Fonte: Os autores, a partir da pesquisa de campo

Para a associação, a vantagem dos produtores em se organizarem em associações consiste na facilidade na comercialização da produção, a inserção em programas governamentais e o conhecimento que é compartilhado. Contudo, destaca que a falta de comprometimento dos membros é a principal desvantagem. Existe uma maior liberdade para a venda da produção, entretanto, a autonomia dos associados dificulta o relacionamento e o comprometimento.

Com relação à facilidade para a obtenção de crédito, este aspecto não tem sido a realidade da associação, sendo que, os sócios têm dado continuidade à atividade agrícola com recursos próprios. Apesar das dificuldades, a associação tem representatividade no Vale do São Francisco, devido ao pioneirismo na produção e comercialização de frutas orgânicas.

Estas dificuldades incorreram numa redução do número de membros da associação, pois, comparada com a produção convencional, a produção orgânica tem uma produtividade inferior e a cultura do consumo de frutas orgânicas no mercado interno ainda não se estabeleceu. Estes aspectos contribuíram para que muitos produtores de frutas orgânicas migrassem para a produção convencional. Fato comprovado quando se analisa pesquisas anteriores que foram realizadas na mesma associação, tal como apresentam Coelho et al (2011), que apontam 16 associados, enquanto que atualmente a associação possui 6 sócios.

Desse modo, os próprios clientes não tem muito interesse na comercialização de frutas orgânicas, fazendo com que o preço do produto seja o mesmo da fruta produzida por técnicas convencionais. Entretanto, existem clientes que valorizam a produção orgânica, mas a associação ainda não desenvolveu o grau de conhecimento necessário para exportar a produção. Já no mercado interno, a valorização deste tipo de produto se dá exclusivamente para a horticultura orgânica.

Devido à necessidade de uma maior participação colaborativa entre os produtores, tem-se observado na região a tendência de produtores localizados em determinados perímetros organizarem-se em associações, considerando que as dificuldades são maiores quando estes se encontram dispersos ou distantes entre si, fato constatado na associação, que devido ao fato dos seus sócios se encontrarem em diferentes localidades distantes entre si, diversos serviços não podem ser oferecidos ou compartilhados. Além disso, existe dificuldades para motivar os sócios a agirem em prol da associação, pois estão sempre à espera da iniciativa da administração da organização. Desse modo, poucos sócios realmente colaboram, pois de certa forma estão comprometidos com a filosofia da produção orgânica.

Considerando que os sócios estão fisicamente dispersos e distantes existem dificuldades também para a venda em comum, desse modo, cada associado realiza a comercialização da produção individualmente e sem o auxílio da associação. A únicas contribuições ocorrem quando há exportação, no sentido de auxiliar o processo de colheita e transporte das frutas. Apesar da pouca participação da associação no sentido de ajudar os sócios durante a comercialização de seus produtos, a mesma ainda auxilia na captação de clientes do mercado interno, entretanto, deve o associado negociar individualmente com o cliente.

4.2. A comercialização da produção

No caso da comercialização da produção dos associados, a venda em comum ocorre apenas quando há exportação das frutas orgânicas. Nos últimos anos, uma empresa auxiliava a associação na captação de clientes do mercado externo. Entretanto, com o término dessa parceria, a associação não teve a competência para desenvolver o grau de conhecimento necessário para a captação de clientes do mercado externo. Desse modo, a mesma não tem exportado de forma direta a manga orgânica nesses últimos anos, ou seja, a venda para o mercado externo se dá a partir de atravessadores que se encontram no mercado interno e que realizam a exportação.

Com relação ao mercado interno, existem dificuldades no que se refere ao atendimento da exigência dos clientes quanto ao fornecimento da quantidade e variedade de frutas. Além disso, o preço pago pelo produto orgânico tem sido o mesmo do que é pago pelo produto convencional. Apenas para o caso da horticultura observa-se que os produtos orgânicos recebem um preço diferenciado, contudo, a associação tem o foco apenas na fruticultura orgânica.

Apesar das dificuldades da associação para promover ações que auxiliem os seus sócios para a inserção no mercado de frutas orgânicas, a mesma ainda entende que essa forma de organização dos produtores em associações contribui para o desenvolvimento de colaboração mútua no sentido de identificar problemas e soluções, que pode se dar mais facilmente do que quando o produtor está isolado.

Do ponto de vista da comercialização este aspecto pode ser uma vantagem. Todavia, a associação tem passado por momentos de dificuldades, pois nos últimos anos o período de colheita não tem sido o mesmo para todos os sócios, dificultando o processo de comercialização, pois a associação não conseguiu reunir uma quantidade e variedade de produtos que são exigidos pelos clientes. Como se trata de produção orgânica, não há como induzir ou interferir no processo de produção, pois este tende a ser um processo mais natural.

5. Considerações finais

A pesquisa de campo mostrou que a associação tem passado por inúmeras dificuldades. Estas estão relacionadas com a redução na quantidade de sócios, o que não condiz com as taxas de crescimento apontadas pela literatura para a agricultura orgânica. Aspecto este devido à

concorrência com a produção convencional de frutas e com os maiores riscos envolvidos com a produção orgânica.

Ressalta-se ainda que, como evidencia a pesquisa de campo, o mercado interno ainda não valoriza a fruticultura orgânica e apenas para o caso da horticultura orgânica existe um preço de mercado acima do preço praticado pelos produtos agrícolas convencionais. Desse modo, este aspecto pode contribuir para que os produtores de frutas orgânicas migrem para a produção convencional, principalmente, quando existem dificuldades para exportar a produção, que para este caso é devido à saída da empresa que captava os clientes do mercado externo e viabilizava a exportação para a associação. Estes fatores podem ter contribuído para a redução na quantidade de sócios da associação.

Nesse contexto, observa-se para a região de estudo que a produção de manga orgânica não tem apresentado significativas vantagens aos produtores, primeiro, devido ao fato de que no mercado interno a fruticultura orgânica não tem recebido a mesma valorização da horticultura orgânica, quando compara-se com o preço do produto convencional. Além disso, quando os produtores não têm acesso ao mercado de exportação de frutas orgânicas, existe uma tendência para que estes migrem para a produção convencional, pois os atravessadores que viabilizam a exportação retêm parte dos lucros.

Apesar das dificuldades, estudos anteriores apontam o crescimento na demanda por produtos orgânicos para os próximos anos, fato que pode desencadear uma série de oportunidades. Desse modo, os produtores devem desenvolver o grau de conhecimento necessário para a viabilização da exportação, de modo a atender o nicho de mercado que valoriza a produção orgânica.

Agradecimentos

Os autores agradecem à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) pela concessão de bolsa de estudo.

Referências

ARAÚJO, G. J. F.; SILVA, M. M. *Crescimento econômico no semiárido brasileiro: o caso do polo frutícola Petrolina/Juazeiro*. Caminhos de Geografia, Uberlândia, Vol. 14, n. 46, p. 246-264, jun. 2013.

BAHIA. Secretaria do Planejamento. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais. *Estudo atual das terras: Bacias do Submédio São Francisco*, Bahia, Salvador: SEI, 2011. 224p.

BUSTAMANTE, P. M. A. C. A. *A fruticultura no Brasil e no Vale do São Francisco: vantagens e desafios*. Revista Econômica do Nordeste, Vol. 40, n. 1, p. 153-171, jan./mar. 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura. *Agronegócio brasileiro: uma oportunidade de investimentos*. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 05 abr. 2010.

CARVALHO, J. L. M. de; GRANJA, P. R. de M. *Caracterização e análise da cadeia produtiva da manga orgânica na região do Vale do São Francisco*. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 6., Petrolina. Anais... Petrolina, PE. 2011.

CHIZZOTTI, A. *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Petrópolis: Vozes, 2006. 144p.

COELHO, B. L. da S.; CARVALHO, J. L. M. de; GAMA, M. B.; RODRIGUES, R. G. *Análise do processo de comercialização no mercado de frutas orgânicas no Vale do São Francisco: um estudo sobre a manga orgânica*. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 6., Campina Grande. Anais... Campina Grande, PB. 2011.

CONEJERO, M. A.; SERRA, L.; NEVES, M. F. *Produtos orgânicos: o que é, dimensões e como se habilitar*. In: NEVES, M. F. (Org.) *Agronegócios e desenvolvimento sustentável: uma agenda para a liderança mundial na produção de alimentos e bioenergia*. São Paulo: Atlas, 2007, p. 90-101.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

- LACERDA, M. A. D.; LACERDA, R. D.** *O cluster da fruticultura no polo Petrolina/Juazeiro*. Revista de Biologia e Ciências da Terra, Vol. 4, n. 1, 2004.
- LEÃO, E. L. S.** *Fluxos comerciais do APL de fruticultura irrigada do Vale do Submédio do São Francisco – Pernambuco/Bahia: uma análise de aspectos socioeconômicos e das políticas*. 2011. 159 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal Rural de Pernambuco. 2011.
- MICHEL, M. H.** *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento de disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 204p.
- NANTES, J. F. D.; LEONELLI, F. C. V.** *A estruturação da cadeia produtiva de vegetais minimamente processados*. Revista FAE, Curitiba, Vol. 3, n. 3, p. 61-69, set./dez. 2000.
- PENTEADO, S. R.** *Agricultura orgânica*. Piracicaba: ESALQ, 2001. 41p.
- PESSOA, M. C. P. Y.; SILVA, A. de S.; CAMARGO, C. P.** *Qualidade e certificação de produtos agropecuários*. Texto para discussão 14. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002. 188p.
- RODRIGUES, R. G.; CARVALHO, J. L. M. de; COELHO, B. L. da S.; GAMA, M. B.** *Canais de distribuição da manga orgânica do Vale do São Francisco: organização e mecanismos de coordenação*. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 6., Campina Grande. Anais... Campina Grande, PB. 2011.
- ROESCH, S. M. A.** *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SILVA, P. C. G.** *Articulação dos interesses públicos e privados no polo Petrolina-PE/Juazeiro-BA: em busca de espaço no mercado globalizado de frutas frescas*. 2001. 258 f. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2001.
- YIN, R. K.** *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248p.