

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CAMPUS ITAQUI
CURSO DE GRADUAÇÃO EM AGRONOMIA**

**ANALISE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO
DE HORTIGRANJEIROS NO MUNICÍPIO DE
ITAQUI-RS A PARTIR DE UM ESTUDO DE CASO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Vinícius Braga Lopes

**Itaqui, RS, Brasil
2018**

VINÍCIUS BRAGA LOPES

**ANALISE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE
HORTIGRANJEIROS NO MUNICÍPIO DE ITAQUI-RS A
PARTIR DE UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação
em Agronomia da Universidade
Federal do Pampa (UNIPAMPA),
como requisito parcial para obtenção
do grau de **Engenheiro Agrônomo**.

Orientador: Paulo Roberto da
Silveira

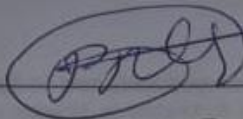
Itaqui, RS, Brasil
2018

VINÍCIUS BRAGA LOPES

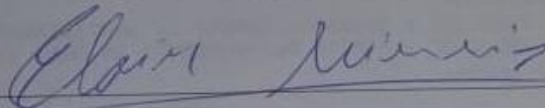
**ANALISE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE
HORTIGRANJEIROS NO MUNICÍPIO DE ITAQUI-RS
APARTIR DE UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Agronomia da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), como requisito parcial para obtenção do grau de **Engenheiro Agrônomo**.

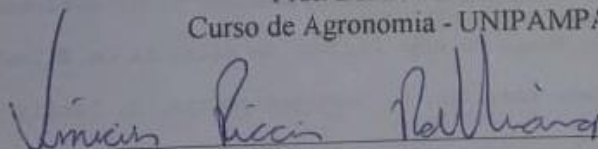
Trabalho de conclusão de curso defendido e aprovado em: 23 de Novembro de 2018.
Banca examinadora:



Prof. MSc. Paulo Roberto Cardoso da Siveira
Orientador
Curso de Agronomia - UNIPAMPA



Prof. Dr. Elóir Missio
Curso de Agronomia - UNIPAMPA



Prof. Dr. Vinicius Piccin Dalbianco
Curso de Agronomia - UNIPAMPA

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

L813a Lopes, Vinicius Braga
ANALISE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIGRANJEIROS NO
MUNICÍPIO DE ITAQUI-RS A PARTIR DE UM ESTUDO DE CASO /
Vinicius Braga Lopes.
30 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, AGRONOMIA, 2018.
"Orientação: Paulo Roberto Cardoso Da Silveira Da Silveira".

1. Agricultura Familiar. 2. Hortigranjeiros. 3. Canais de
Comercialização . I. Título.

ANALISE DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIGRANJEIROS NO MUNICÍPIO DE ITAQUI-RS A PARTIR DE UM ESTUDO DE CASO

Aluno: Vinícius Braga Lopes
Orientador: Paulo Roberto Cardoso da Silveira
Local e data: Itaqui, 23 de novembro de 2018.

RESUMO

O mundo atual vem mudando seus hábitos alimentares na tentativa de melhorar sua qualidade de vida, o que traz oportunidades para a agricultura familiar na produção de hortigranjeiro. Este trabalho tem por objetivo analisar os aspectos de produção e comercialização de produtos hortigranjeiros do município de Itaqui-RS, através de pesquisas exploratória; realizou-se revisão bibliográfica, entrevistas com informantes-chaves e investigação de campo, buscando identificar as quantidades produzidas, as diferentes formas que os produtores utilizam para comercializar sua produção, compreendendo seus limites e potencialidades. Analisa-se os problemas na esfera da produção que dificultam o desenvolvimento do segmento. No estudo foi verificado que a produção dos hortigranjeiros se dá através somente de membros da família, o que significa limite para a expansão da produção; prioriza-se a produção de folhosas, devido ao manejo mais simples, o que representa perda de oportunidade diante da demanda dos programas de compras institucionais; na área de comercialização pôde-se observar que para a escolha dos canais de comercialização o produtor prioriza a confiança do consumidor e o preço dos produtos, além da logística necessária.

Palavras-chaves: Agricultura Familiar. Hortigranjeiros. Canais de Comercialização.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF HORTIGRANJEIROS IN THE MUNICIPALITY OF ITAQUI-RS PART OF A CASE STUDY

Author: Vinícius Braga Lopes

Advisor: Paulo Roberto da Silveira

Date: Itaqui, November 23, 2018

The current world has been changing their eating habits in an attempt to improve their quality of life, which brings opportunities for family farming in horticultural production. The objective of this work is to analyze the aspects of production and commercialization of horticultural products of the city of Itaqui-RS, through exploratory research; a bibliographical review, interviews with key informants and field research were carried out, seeking to identify the quantities produced, the different ways that producers use to market their production, understanding their limits and potentialities. It analyzes the problems in the sphere of production that hinder the development of the segment. In the study it was verified that the production of hortigranjeiros occurs only through members of the family, which means limit for the expansion of production; priority is given to the production of hardwoods, due to the simpler management, which represents a loss of opportunity due to the demand of institutional purchasing programs; in the area of marketing it was observed that for the choice of marketing channels the producer prioritizes consumer confidence and the price of products, in addition to the necessary logistics.

Keywords: Family farming. Horticulturalists. Marketing Channels

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. Localização Geográfica do Município de Itaqui – RS.	19
FIGURA 2. Canais de comercialização observados no estudo.	24

LISTA DE TABELAS

TABELA	1.	Resumo	dos	resultados	obtidos	nas	
entrevistas.						22

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	12
3 REFERENCIAL TEÓRICO	13
3.1 AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL.....	13
3.2 Programa de Aquisição de alimentos - PAA.....	17
3.3 Programa Nacional de Alimentos Escolar - PNAE	18
3.4 Comercialização de Produtos Hortigranjeiros	19
RESULTADOS E DISCUSSÕES	20
4.1 Um olhar sobre os dados.....	20
4.2 Alguns apontamentos sobre o trabalho de campo	23
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
6 REFERÊNCIAS	29
7 APÊNDICE	31

1 INTRODUÇÃO

A agricultura familiar ao longo do tempo vem exercendo um papel importante no abastecimento de produtos para as famílias brasileiras, estimulando e valorizando as economias locais. Em um mercado com consumidores cada vez mais exigentes, os quais buscam qualidade, preços competitivos, bom atendimento e produtos saudáveis certificados como orgânicos ou ecológicos, a agricultura familiar pode atender grande parte da demanda no caso dos hortigranjeiros. Nos chamados circuitos curtos de produção e consumo, onde se estabelece uma relação de confiança entre agricultores e consumidores, a agricultura familiar tem ampla vantagem diante de outros fornecedores.

Entre os problemas enfrentados pelos agricultores familiares, destaca-se a comercialização, pois encontram dificuldade de atender a escala, a regularidade e os padrões exigidos pelo mercado. No caso de Itaqui, a distância das unidades de produção em relação a sede do município tem obstaculizado o crescimento da produção pela necessidade de logística e altos custos de transação.

Assim, mesmo com um potencial de consumo, a produção de hortigranjeiros em Itaqui não tem conseguido atender as expectativas em abastecer o mercado local.

O desconhecimento sobre o mercado pode causar desde remuneração baixa e até a perda total da produção (SOUZA et al., 1998). Muitas vezes, os entraves situam-se nos processos tecnológicos de produção relacionados com a dificuldade de incorporação de inovações geradas pelos centros de pesquisa em um cenário de carência de assessoria técnica, sendo que no município de Itaqui a EMATER possui apenas dois profissionais, um na área da produção e outro na área social, em que tem que atender 400 agricultores familiares.

O setor de hortigranjeiros ocupa um espaço importante no agronegócio brasileiro, tanto no aspecto econômico, quanto social (na geração de renda e segurança alimentar). Com um volume de comercialização maior do que observado no segmento de grãos, é um dos setores da agricultura que mais cresce no mundo, (ZAMBERLAN et al., 2014).

Até a década de 1960, a comercialização de produtos hortigranjeiros nos grandes centros era uma atividade informal. Produtores próximos aos núcleos urbanos traziam suas colheitas esporádicas e ofereciam seus produtos em pontos estratégicos em relação ao fluxo de pessoas ou através de entregas à domicílio (FARIA & SOUZA, 2014); logo criaram-se as feiras livres de produtos agrícolas, as quais passam a exercer um importante papel como canal de distribuição,

“são condicionadas por inúmeros fatores, tais como os relacionados com a estrutura fundiária, o sistema de produção e organização dos mercados, a gestão da cadeia de suprimentos e a política de abastecimento...” (FELIN, MIRION, 2006)

As feiras livres representam espaço de transação dos produtos da agricultura familiar, mas também espaço de sociabilidade, pois possibilita a construção de relações entre produtores e consumidores. Além disso, contém a história e os traços culturais de um determinado território (FELIN, MIRION, 2006).

No entanto, as feiras são espaços insuficientes para consolidar a produção de hortigranjeiros, sendo necessárias outras estratégias de comercialização. Neste sentido, os chamados programas de compras institucionais, onde destacam-se o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), criados pelo governo federal estabeleceram importante canal de comercialização, mas também trouxeram necessidade de planejamento da produção e intensificação tecnológica.

Neste cenário, o conhecimento da situação vivenciada pelos produtores de hortigranjeiros de Itaqui-RS pode contribuir para a definição de ações e políticas a serem desenvolvidas, as quais possam aumentar a participação da agricultura local no abastecimento destes produtos no município. Desta forma, a Universidade exerce seu papel de promoção do desenvolvimento local.

Este estudo busca identificar quais os pontos críticos enfrentadas pelos produtores de hortigranjeiros nas dimensões da produção e comercialização, possibilitando embasar ações de fomento aos agricultores familiares envolvidos neste segmento no Município de Itaqui-RS.

O município de Itaqui, na fronteira oeste do Rio Grande do Sul, é conhecido como segundo maior produtor de arroz irrigado do Brasil e pela pecuária extensiva de corte. A agricultura familiar praticamente não aparece na história do sistema agrário do município. A agricultura familiar é urbana, periurbana e rural, sendo que as famílias distam até 120 km da sede do município.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho buscou realizar uma análise da produção e comercialização de hortigranjeiros, a partir de um estudo de 3 casos caracterizados com produtores voltados a comercialização em maior escala.

O propósito do trabalho é conhecer a dinâmica da produção e da comercialização dos hortigranjeiros no município de Itaqui -RS; desta forma, busca-se identificar as limitações e potencialidades da área. Para Marconi e Lakatos (2010) todas as ciências se caracterizam pela utilização do método científico e definem método como o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que com maior segurança, permitem alcançar o objetivo de uma investigação.

A investigação envolveu uma revisão bibliográfica, uma entrevista com informantes chaves (EMATER e Secretaria de Agricultura do Município), os quais possuem um conhecimento mais detalhado do segmento dos hortigranjeiros. Ainda utilizou-se nas entrevistas em profundidade com três produtores, os quais foram indicados pelos informantes chaves por operarem com maior volume de produção e por participarem de vários canais de acesso ao mercado.

As entrevistas com os agricultores foram realizadas em suas unidades de produção, buscando observar a organização da produção, tecnologias utilizadas e aproximar-se do contexto do produtor.

O estudo de caso é um método qualitativo que consiste em uma forma de aprofundar uma unidade individual. Este sistema contribui para entendermos melhor os fenômenos individuais, os processos organizacionais e políticos da sociedade. É uma ferramenta utilizada para entendermos a forma e os motivos que levaram a determinada decisão. Conforme Yin (2001) o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados.

A pesquisa de campo é responsável por extrair dados e informações diretamente do contexto investigado. Ela também permite inferir as hipóteses da pesquisa, assim como define a melhor forma para coletar os dados necessários, como o uso de entrevistas ou questionários avaliativos, os quais darão respostas para a situação ou problema abordado na pesquisa.

A técnica utilizada na pesquisa de campo foi através de entrevistas semi-estruturadas, pois assumindo um roteiro básico permite que os entrevistados possam acrescentar informações relevantes. As entrevistas foram estruturadas em eixos de saber comuns a todos os entrevistados como, por exemplo, o levantamento socioeconômico da família, seguido por dados da propriedade e produção e, por fim, os dados das transações de comercialização.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo procura apresentar uma breve revisão da literatura sobre o tema em análise, buscando embasar o desenvolvimento desse estudo. Deste modo, procurou-se, assim, referências relacionadas com a comercialização agrícola, especialmente aquela inerente aos produtos hortigranjeiros. Essa revisão põe em destaque os principais conceitos utilizados no trabalho, envolvidos diretamente nos processos de produção e comercialização de produtos agropecuários.

3.1 AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL

A agricultura familiar sempre desenvolveu papel fundamental ao longo da história, fornecendo alimento direto do campo para a mesa dos brasileiros, mas só recentemente a legislação brasileira reconhece o agricultor familiar e/ou trabalhador rural; isso ocorre com a finalidade de gerar formas de incentivos e proteção para essa parcela menos favorecida no quesito competitividade e mercado, instituindo-se, então, um conjunto de políticas públicas.

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF é a principal política pública do Governo Federal para apoiar os(as)

agricultores(as) familiares e tem como propósito o financiamento de projetos, individuais ou coletivos, os quais venham a gerar renda aos agricultores familiares, assentados da reforma agrária e suas cooperativas, promovendo o desenvolvimento desta parcela de produtores. O Programa foi criado em 1996, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, através do Decreto nº 1.946 com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar.

O PRONAF possui as mais baixas taxas de juros dos financiamentos agropecuários, variando de 0,5 a 4,5% ao ano, além de apresenta as menores taxas de inadimplência entre os sistemas de crédito rural do país (CARTILHA DE ACESSO AO PRONAF, 2010).

O PRONAF tenta alcançar todos os tipos de agricultores familiares, tanto que disponibiliza várias linhas de crédito como forma de enquadrar mais facilmente cada agricultor; linhas estas que vem facilitar o enquadramento de cada agricultor ao tipo de financiamento que mais adequa-se as suas necessidades.

A agricultura familiar se refere a toda forma de cultivo da terra e produção rural cuja gestão e mão de obra sejam majoritariamente provenientes do núcleo familiar.

Nesse segmento, os agricultores costumam morar na terra em que trabalham e, frequentemente, produzem alimentos para consumo e comercialização. De acordo com a Lei nº 11.326 de julho de 2006 define agricultor familiar e empreendedor familiar rural com os seguintes critérios: praticar atividades no meio rural, possuir área de até quatro módulos fiscais, predominância de mão de obra da própria família, possuir renda familiar obtida através do próprio estabelecimento e a própria família gerencia o estabelecimento ou empreendimento. A Lei nº 11.326 define as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e os critérios para identificação desse público.

A agricultura familiar surge na década de 1990 no seio do debate acadêmico e na esfera governamental, passando ocupar espaço de destaque com a criação do Ministério de Desenvolvimento Agrário - MDA no segundo governo FHC em 1999; neste período, a agricultura familiar assume papel importante no abastecimento de produtos para as famílias brasileiras,

estimulando e valorizando a economia local com a comercialização de seus produtos. Para muitos, também é vista como tendo relevância para a reprodução social de milhões de famílias rurais e na regressão do ritmo do êxodo rural.

Nas análises realizadas sobre a vitalidade da agricultura familiar, sua capacidade de permanência no futuro estaria vinculada a um conjunto de fatores,

“O desenvolvimento da agricultura familiar passa, necessariamente, pela capacidade de viabilizar-se economicamente, pela capacidade de competir com outras modalidades de organização produtiva e de cumprir com as funções estratégicas que os agricultores têm desde a separação entre campo e cidade” (BUAINAIN, 2006, p.40).

Para Guimarães et al., (2015), são as novas institucionalidades criadas a partir dos anos 1990, originadas na crítica às formas de organização tradicionais (sindicatos, cooperativas, partidos políticos), as quais trazem os agricultores familiares à arena política e os inserem nas pautas do governo federal, principalmente a partir do governo Lula em 2003. Segundo estes autores, articulam-se três dimensões estratégicas para o fortalecimento da agricultura familiar: a) a execução de políticas públicas que extrapolam o âmbito do crédito e da assistência técnica; b) a compreensão dos movimentos sociais do campo de que a agricultura familiar deve ser a forma de organização produtiva a ser defendida como capaz de contribuir com o desenvolvimento rural e a sustentabilidade social e ambiental; c) a constituição de grupos de pesquisadores nas principais universidades brasileiras que passam a reconhecer a agricultura familiar como estratégica para produção de alimentos e na geração de trabalho e renda no campo. Deste modo, gera-se um movimento em contraposição ao chamado “agronegócio” (no Brasil relacionado a agricultura de grande escala, monocultura, degradação ambiental).

Neste contexto de disputa entre dois tipos de organizações produtivas na agricultura, observa-se uma expansão do setor de produção de *comodities*, reforçando-se uma agricultura empresarial mais conectada com o sistema alimentar industrial globalizado; neste cenário, a agricultura familiar busca

manter seu espaço competitivo de forma desigual diante do poder econômico e político do “agronegócio” (SILVA & JESUS, 2010)

Estratégia importante para o fortalecimento da agricultura familiar consiste no Programa de Aquisição de Alimentos – PAA. Criado em 2003 e gestado pela Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), o PAA objetiva garantir a compra da produção de agricultores familiares, bem como, formar estoques para dar sustentação à política de segurança alimentar e nutricional, suprir demandas de outros programas públicos destinados ao atendimento de populações carentes e em condições de pobreza. (MATTEI, 2014).

No entanto, há algumas externalidades que precisam ser revistas no que tange a estrutura de comercialização, tais como: a) manter regularidade e a periodicidade no abastecimento de produtos aos mercados; b) manter a quantidade e a qualidade almejada; c) falta de investimentos em estratégias de marketing para promover e divulgar os produtos; d) falta de acesso a informações do programa de como adquirir o benefício; e) falta de profissionalização e treinamentos para os produtores; f) falta de certificação e selos de inspeções sanitárias; e g) baixas de volume oferta dos bens produzidos (ALMEIDA, 2014).

Para Navarro e Campos (2013) há obstáculos que necessitam ser superados, visando o desenvolvimento da agricultura familiar e aos pequenos produtores, entre eles: o acesso aos canais de comercialização; acesso a modernos mercados, reduzir a assimetria nas informações dentro das cadeias agroindustriais.

Através do canal de comercialização, o produtor pode alcançar os diversos centros de distribuição, como: feiras, indústrias, centros industriais, cooperativas, eventos e até exportar seus produtos para o comércio exterior, atingindo um alcance maior no mercado (PIATO, 2014).

Esses canais de distribuição são importantes para o agricultor, havendo a possibilidade de escoar o produto para um número maior de consumidores.

Uma importante informação para entender as estratégias de produção e comercialização diz respeito a proporção dos produtores que atuam nas feiras e que também produzem excedentes para ofertar para os programas de abastecimento geridos pelo governo federal, como é o caso do Programa de

Aquisição de Alimentos – PAA e o Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE.

3.2 Programa de Aquisição de alimentos - PAA

O Programa de Aquisição de Alimentos – PAA foi criado pelo Art. 19 da Lei nº 10.696/2003, com nova redação dada pelo capítulo III da Lei nº 12.512/2011, regulamentada pelo Decreto nº 7.775 de 04 de julho de 2012.

O orçamento do PAA é composto por recursos do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a fome – MDS e do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. Pelo seu papel estratégico no combate a pobreza, o PAA é uma das ações que compõem o Plano Brasil sem Miséria – BSM, em seu eixo Inclusão Produtiva Rural. Para participar do Programa, os agricultores devem possuir a Declaração de Aptidão ao PRONAF – DAP, instrumento estabelecido como identificação do agricultor familiar para acessar políticas públicas.

O PAA tem como objetivo garantir o acesso a alimentos em quantidade e regularidade necessárias às populações em situação de insegurança alimentar e nutricional. Visa também contribuir para a formação de estoques estratégicos e permitir aos agricultores familiares que armazenem seus produtos para que sejam comercializados a preço mais justos, além de promover a inclusão social no campo.

Para o alcance desses dois objetivos, o Programa compra alimentos produzidos pela agricultura familiar, com dispensa de licitação, e os destina às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional e àquelas atendidas pela rede sócio-assistencial e pelos equipamentos públicos de alimentação e nutrição.

O PAA também contribui para a constituição de estoques públicos de alimentos produzidos por agricultores familiares e para a formação de estoques pelas organizações da agricultura familiar. O PAA é desenvolvido em 5 modalidades diferentes: Doação Simultânea, Compra Direta, Formação de Estoques, PAA Leite e Compra Institucional.

Além disso, o Programa promove o abastecimento alimentar por meio de compras governamentais de alimentos; fortalece circuitos locais e regionais de produção e consumo, redes de comercialização; valoriza a biodiversidade e a produção orgânica e agroecológica de alimentos; incentiva hábitos alimentares saudáveis e estimula o associativismo.

Deve-se destacar a incerteza na continuidade do programa, pois o novo governo que assumirá em janeiro de 2019 pretende revisar as políticas públicas hoje em vigência. Nesse contexto, não se tem claro qual o orçamento para os próximos anos, o que significa uma situação bastante difícil para os produtores de Itaqui – RS, onde o impacto do programa é significativo em relação ao volume comercializado de hortigranjeiros

3.3 Programa Nacional de Alimentos Escolar - PNAE

O PNAE é o mais antigo Programa do governo brasileiro na área de alimentação escolar e de Segurança Alimentar e Nutricional, sendo considerado um dos maiores e mais abrangentes do mundo no que se refere ao atendimento universal aos escolares e de garantia do direito humano à alimentação adequada e saudável.

Esta política pública, gerenciada pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE, autarquia do Ministério da Educação – MEC, atende de forma complementar todos os alunos matriculados na educação básica das escolas públicas, federais, filantrópicas, comunitárias e confessionais do país, segundo os princípios do Direito Humano à Alimentação Adequada e da SAN.

O PNAE tem por objetivo contribuir para o crescimento e o desenvolvimento biopsicossocial, a aprendizagem, o rendimento escolar e a formação de hábitos saudáveis dos alunos, por meio de ações de educação alimentar e nutricional e da oferta de refeições que cubram as suas necessidades nutricionais durante o período em que permanecem na escola.

O Programa é regido pela Lei Federal nº 11.947, de 16/06/2009 e Resoluções do FNDE. Tais legislações possibilitaram a expansão do atendimento de alimentação escolar a todos os alunos da educação básica

brasileira (educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e educação de jovens e adultos – EJA); o desenvolvimento de ações de educação alimentar e nutricional de forma transversal no projeto político pedagógico das escolas; e a participação de agricultores familiares como fornecedores de alimentos para as escolas por meio da obrigação de que toda prefeitura/secretaria estadual da educação invista 30% dos recursos federais da alimentação escolar à compra de produtos diretamente da agricultura familiar; esta medida promove a inclusão de alimentos produzidos perto das escolas, estimulando circuitos curtos de comercialização e o desenvolvimento local e sustentável das comunidades.

3.4 Comercialização de Produtos Hortigranjeiros

A comercialização de produtos agrícolas, apesar de sua vital importância para a economia, se diferencia dos demais setores produtivos por sofrer influência direta de fatores como a posse da terra, que corresponde as suas qualidades e espaço, o clima, a produção, em sua maioria proveniente de agricultores familiares de pequena escala, a perecibilidade dos produtos, a propriedade da terra e de ferramentas de produção, como maquinário agrícola, estrutura de irrigação, ou meios de transporte para logística produtiva e outros aspectos que tornam a atividade um investimento de risco.

Mendes e Padilha Junior (2007), em uma visão mais abrangente, conceituam a comercialização agrícola como sendo um processo contínuo e organizado de encaminhamento da produção agrícola ao longo de um canal de comercialização, no qual o produto sofre transformação, diferenciação e agregação de valor.

Os volumes comercializados e valores financeiros transacionados nas Centrais de Abastecimento do país são um importante indicador, se não o único, que pode refletir a tendência do comportamento da produção e da oferta do atacado de hortigranjeiros no Brasil.

Assim, a consolidação do volume anual, em quantidade e valor, de hortigranjeiros nos entrepostos de abastecimento demonstram a importância deste setor para a agricultura nacional. Cabe ressaltar que a informação de valor é obtida por meio de cotações diárias de preços realizadas pelas centrais, resultando nos preços médios para os produtos hortigranjeiros, os quais

multiplicados pelos seus respectivos quantitativos culminam na variável valor transacionado.

Existem diferentes formas de comercialização que podem proporcionar diferentes margens de lucro aos produtores que influenciam no tamanho da área de plantio e nos sistemas de produção adotados pelos produtores.

As feiras livres e os pequenos mercados comercializam produtos frescos, sem embalagem, naturais, o que vem ao encontro às necessidades dos consumidores, grupo normalmente formado por pessoas que moram próximo ao estabelecimento e que procuram produtos frescos para a refeição do dia ou do dia seguinte. O contato entre o vendedor e o consumidor é direto, estando presente na comercialização às relações pessoais.

Os supermercados são exigentes quanto à padronização, classificação e qualidade do produto, o transporte geralmente fica por conta dos produtores, a compra é realizada de forma centralizada, a assiduidade nas entregas é muito importante e os supermercados trabalham com nichos de mercado.

A comercialização via programas sociais surgiu do entendimento por parte dos órgãos de governo que a inclusão social é uma das estratégias de desenvolvimento que cria oportunidade de sustentabilidade no meio rural.

Independente do tamanho do produtor, um aspecto importante da comercialização é o planejamento. Desde a escolha dos tipos de hortaliças, passando pelo processo de produção, até as embalagens para transporte da colheita, o foco deve ser dado para o tipo de venda que será realizado, e qual o interesse do consumidor final que irá adquirir o produto.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Um olhar sobre os dados

O município de Itaqui situa-se na Fronteira Oeste do Estado do Rio Grande do Sul, à margem esquerda do Rio Uruguai e tem acesso principal pela BR472. Possui uma extensão territorial de 3.406,606 Km² com uma densidade demográfica 11,21 habitantes por Km² (IBGE, 2017) (Figura 1).

Figura 1. Localização Geográfica do Município de Itaqui –RS.



Fonte: Wikipedia, 2018

O município de Itaqui possui cerca de 400 propriedades de agricultura familiar e a realidade expressada por recentes trabalhos realizados sobre a realidade local demonstram que eles vem tentando se inserir nos mercados locais de FLV (frutas, legumes e verduras).

A apresentação dos resultados restringe-se à análise dos dados coletados, contemplando informações preliminares que se limitam ao contexto da agricultura familiar do Município de Itaqui.

Para uma melhor disposição das informações, a apresentação dos resultados foi dividido em três seções. A primeira delas caracteriza os estabelecimentos e os produtores de hortaliças visitados; a segunda parte contempla aspectos produtivos, como infraestrutura e produção, enquanto a terceira analisa as práticas de comercialização da produção. Em função do município de Itaqui apresentar poucos e conhecidos produtores, foi preservado o anonimato dos mesmos, além de cuidado para que não fossem expostas informações que pudessem afetar a competitividade ou gerar prejuízos a qualquer um dos entrevistados.

No município de Itaqui são cadastrados no PAA 27 produtores rurais ativos os quais apresentam produção diversificada na área de hortigranjeiros; foram escolhidos 03 agricultores para serem entrevistados segundo indicação dos profissionais que atuam na assistência técnica.

A produção comercial de hortaliças é uma das atividades rurais que concentra maior índice de pequenas propriedades e de agricultores familiares;

dentre todos os cultivos vegetais é dos que melhor se adéqua à possibilidade de evolução e mudança de sistemas produtivos na realidade da agricultura familiar, contribuindo fortemente para a inclusão social e econômica, em função do elevado valor agregado, do uso intensivo da mão de obra e da tecnologia disponível.

Produtor 1

A área utilizada do produtor 1 é própria, sendo localizada na estrada do Passo km 2,5 aproximadamente 2,5 hectares, na qual trabalha o ano inteiro com 4 produtos que são a alface, tempero verde, couve e rúcula; no verão planta cerca de 3 mil pés por semana totalizando 12 mil pés por mês de cada produto. Para o sistema de produção é utilizado um telado de hidroponia com sua própria mecanização, o que levou a necessidade de fazer um crédito para a aquisição dos mesmos. A mão de obra utilizada é somente familiar em que a base de renda da família é através dos produtos hortigranjeiros. A comercialização ocorre através de mercados, feiras, quartel e para o programa do PAA. Para o agricultor um dos maiores problemas enfrentados hoje na produção e na comercialização é a falta de união entre os produtores, pois facilitaria a comercialização de acordo com as demandas necessárias dos produtos nos diferentes espaços de mercado.

Produtor 2

A área utilizada do produtor 2 é cedida sendo localizada na estrada do pintado km 14, sendo de aproximadamente $\frac{1}{2}$ hectare, onde trabalha o ano inteiro com 5 produtos que são a alface, tempero verde, couve, rúcula e rabanete. Para o sistema de produção é utilizado um telado (sombrite) com a mecanização manual, com exceção da aração, e utilizando fertilizantes foliares. A mão de obra utilizada é somente familiar, sendo a base de renda mensal de R\$ 3.200,00 através do PAA e R\$ 5.000,00 venda na rua (pico de vendas nos dias 28 a 7 do mês seguinte). A comercialização é efetivada pela venda direta ao consumidor e ao PAA. Para o agricultor um dos maiores problemas enfrentados hoje na produção e a comercialização é a exploração via preços, obrigando a vender particular, no caso venda direta ao consumidor final.

Produtor 3

A área utilizada do produtor 3 é própria sendo localizada na Rua Mariano Pinto nº 1253, medindo aproximadamente 2.900 m², em que trabalha o ano inteiro com 3 produtos: a alface, couve e rúcula. Para o sistema de produção é utilizado um telado de hidroponia com sua própria mecanização para realização de canteiros. A mão de obra utilizada é somente com os familiares, sendo a base de renda é de R\$ 4.000,00, podendo variar e tendo outra renda como aposentado. A comercialização é através da venda para o restaurante universitário e mercearias da cidade. Para o agricultor um dos maiores problemas enfrentados em relação a produção é a falta de auxílio dos órgãos competentes e a falta de informação; já na comercialização é a concorrência dos produtos vindos de fora da cidade.

4.2 Alguns apontamentos sobre o trabalho de campo

O fato dos três produtores entrevistados concentrarem as suas produções nos mesmos produtos pode ser compreendido pelo motivo de dominarem as técnicas de produção, sentindo-se seguros. Deste modo, perde-se a possibilidade de fornecer mais produtos para os programas de compras institucionais, tendo em vista a demanda do exército brasileiro, do PAA e do PNAE, a qual abrange outros tipos de hortigranjeiros (cenoura, beterraba, abobrinha, brócolis).

Esta dificuldade observada poderia ser sanada com um trabalho mais intensivo e cotidiano da assistência técnica, onde seria fornecido conhecimento em sistemas de produção em que hoje se carece por parte dos produtores.

As diferenças observadas entre os produtores durante o trabalho na produção foi em relação ao produtor 2 que possui nível tecnológico mais reduzido difere dos demais ao não utiliza o sistema hidropônico. Já na comercialização os mesmos diferem nas escolhas das formas de acessar aos consumidores, optando pela melhor remuneração e aceitação do seu produto (Tabela 1).

Tabela 1. Resumo dos resultados obtidos nas entrevistas.

2018			
	Principais produtos	Quantidade comercializada do principal produto	Canais de comercialização
Agricultor 1	Alface, couve e rúcula	3000 pés de alface por semana	Feiras, PAA e mercados.
Agricultor 2	Alface, couve e rúcula	1200 pés de alface por semana	Direto ao consumidor final e PAA
Agricultor 3	Alface, couve e rúcula	1000 pés de alface por semana	Mercearias da cidade e restaurante universitário.

Fonte: Elaborado pelo autor com base na pesquisa

As entrevistas mantidas com os produtores rurais selecionados têm como resultado unânime que suas famílias têm uma vida relativamente tranquila no aspecto financeiro, mesmo não havendo período de férias anuais, pois cultivam o ano todo. As atividades de produção, manutenção e comercialização de produtos hortigranjeiros são consideradas árduas e pesadas, realizadas praticamente nos 365 dias do ano, independente do clima, com sol ou chuva, com calor ou frio.

Os programas específicos de comercialização da produção, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), possibilitaram aos agricultores familiares estudados a obtenção de maior rentabilidade na venda dos produtos hortigranjeiros, bem como mais segurança de que seus produtos serão comercializados, vinculados a contrato de prestação de serviço.

Conforme descrito pelo produtor 3, não participa do PAA, pois não tem talão de produtor rural, mas demonstra interesse em ingressar no Programa, alegando falta de tempo para ir em busca dos documentos necessários. Para participar do programa, os beneficiários fornecedores devem possuir a Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP), instrumento que qualifica a família como agricultores familiares, a qual em Itaqui é fornecida pela EMATER.

Para maior parte dos agricultores familiares, a DAP pode ser obtida junto a instituições previamente autorizadas pelo governo federal, entre as quais estão as entidades oficiais de Assistência Técnica e Extensão Rural ou as Federações

e Confederações de Agricultores, por meio de seus sindicatos filiados. Pode-se observar que muitos obstáculos dificultam o aumento da produção de hortigranjeiros em Itaqui, sendo um deles a falta de documentação sobre as áreas utilizadas. Pois um dos entrevistados planta na área de sua sogra e o outro em área emprestada, ou seja, não comprovam propriedade da terra e assim fragilizam-se diante do sistema legal que os definiria como agricultor familiar.

Um outro entrave para comercialização de hortigranjeiros em Itaqui é a distância da maioria dos agricultores familiares da sede do município, o que confere maior custo de transação e necessidade de logística no relacionamento com o mercado. Saliente-se que os três produtores estudados estão próximos a sede do município, o que lhes confere maior vantagem comparativa.

Além disso, cabe ainda, ao poder público, o estímulo à comercialização. Através da adesão a programas como PAA, as Prefeituras podem fomentar a comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar a preços justos e com pagamento garantido, para tanto necessitam de projetos logísticos para coleta e distribuição dos produtos e dos técnicos para o acompanhamento das compras e a garantia de qualidade.

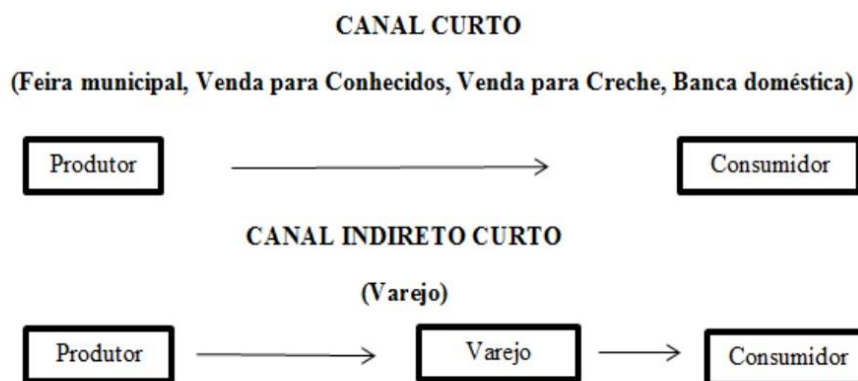
No que se refere aos produtores, o estudo mostra que a área destinada a produção de hortigranjeiros é entre 0 a 3 hectares em Itaqui, ocupado entre duas e quatro pessoas na atividade. A pesquisa identificou do ponto de vista do consumo, um consumidor que valoriza aspectos como aparência, o sabor e os benefícios à saúde e, certamente se interessariam por consumir outros produtos se tivesse oferta dos agricultores locais.

No município de Itaqui, a Secretaria de Agricultura promove feiras mensais especificamente no sábado, disponibilizando suporte de transporte e apoio de tendas aos agricultores para venda de seus produtos; sendo o horário de funcionamento das 07h as 13:00h, realizada em local de grandes circulações de pessoas. Além disso, existem também feiras semanais em alguns pontos da cidade, como, por exemplo, na Praça Central, mas estas pouco se vê venda de hortigranjeiros.

Através do estudo e a afirmação de Possani (2016), foi verificado que o canal mais curto que os agricultores adotam é o canal direto, pois eles mesmos entram em contato com o consumidor final. Os canais onde os produtores

transacionam com os agentes dos varejos, tratam-se dos canais indiretos, os quais podem ser longos ou curtos. Na pesquisa com os agricultores foram identificados tanto canais diretos quanto indiretos, mas sempre curtos. Segundo a (Figura 2) mostra os canais que foram verificados no estudo entre os agricultores e seus consumidores.

Figura 2. Canais de comercialização observados no estudo.



Fonte: Elaborado por Laura Possani, 2016

Conforme apontado nas entrevistas, existem vários tipos de escolha das formas de transações. A maioria dos agricultores destaca que na venda direta há mais vantagens, devido aos preços elevados no setor de varejo.

Cada um dos produtores tem uma visão diferente em relação a comercialização, cada um optando por um canal prioritário, conforme suas produções e seus meios de rendimentos, alegando que sua produção é mais valorizada através daquele meio de venda utilizado.

No que se refere as transações realizadas diretamente aos consumidores, todos os entrevistados foram unânimes em afirmar que a venda seja ela via feira ou qualquer outro meio direto, apresenta possibilidade de maior preço e também fidelizam consumidores.

Diante da informação de Possani (2016, Pg. 72),

“Essa capacidade de atender às demandas flexíveis de mercados mais exigentes requer inovação e aprendizagem coletiva. Isso vem corroborar com a importância da criação das organizações de produtores para inserção e acesso a novos mercados locais”.

Pode-se considerar que os agricultores ainda estão em processo para inclusão nas vendas em mercados de circuitos longos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou investigar a produção e comercialização de hortigranjeiros no município de Itaqui-RS, onde foram entrevistados três agricultores familiares escolhidos através das sugestões do Técnico da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) e o Técnico da Prefeitura Municipal, sendo os três com maior produção e comercialização no segmento. Estas informações foram complementadas com a revisão bibliográfica e por informações coletadas junto aos profissionais de ATER.

Foram observados limites tecnológicos e de mão-de-obra, dificultando a diversificação, sendo que os agricultores produzem os mesmos produtos. Deste modo, concorrem entre si e não aproveitam as oportunidades oferecidas pelo mercado local em relação a outros produtos hortigranjeiros.

Conforme relatado nas entrevistas os produtores alegam que as feiras organizadas pela Prefeitura Municipal são um canal de comercialização em que se pode expor os produtos com seus preços e assim ganhar a confiança e fidelidade do consumidor; e assim, constroem clientes assíduos para aquisição das hortaliças. Entendem os programas de compras institucionais são de suma importância, pois para os produtores 1 e 2 através do PAA possuem uma produção anual disponibilizada direto ao programa e assim tendo uma renda fixa mensal.

No município de Itaqui são disponibilizados profissionais capacitados (EMATER, Sec. municipal de Agricultura) para auxiliar os agricultores familiares para que eles possam se inserir de modo adequado nas cadeias de suprimentos locais e dando apoio ao transporte, transmitindo todas as informações

necessárias para a produção e comercialização dos produtos. No entanto, observa-se a carência de apoio da EMATER no cotidiano para possibilitar uma diversificação na produção e investimentos em inovações tecnológicas.

Como acadêmico o trabalho proporcionou conhecer da realidade dos produtores da agricultura familiar e verificar as dificuldades enfrentadas por eles. Realidade esta que os bancos acadêmicos dão pouca ênfase, visto que o foco do engenheiro agrônomo, muitas vezes, são as grandes culturas (grãos). Com essa pesquisa agreguei conhecimentos na área do trabalhador familiar e pude modificar meu pensamento e ter uma visão mais ampla dessa atividade.

Conclui-se que a agricultura familiar é de muita importância para a população ao produzir um alimento mais saudável. Ao mesmo tempo, gera renda e movimenta a economia local. Os produtores rurais buscam sempre satisfazer os consumidores e assim adequam seus produtos conforme exigências do mercado.

Sugere-se uma maior participação da Universidade, auxiliando os produtores a solucionarem o problema da falta de diversificação da produção, incentivando os universitários na prática da agricultura familiar.

6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T. S de. **Desafios institucionais e organizacionais para a execução do programa de aquisição de alimentos (PAA) da agricultura familiar: o caso do município de Gravataí – RS.** Trabalho de Conclusão de Curso, 2014.

BUAINAIN, A. M. **Agricultura Familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável: questões para debate.** Série Desenvolvimento Rural Sustentável, Instituto de Economia da UNICAMP, Campinas, 2006.

FELIN, R.V.; MIORIN, V.M.F. **Ações para o fortalecimento das atividades da feira livre em Santa Maria,** FIEEX/UFSM, dez, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/itaqui/panorama>> Acessado em: 26 out. 2018.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7 ed. São Paulo, 2010.

MATTEI, L. **Rev. Econ. NE,** Fortaleza, V. 45, 2014.

MENDES, Judas Tadeu Grassi; PADILHA JUNIOR, João Batista. **Agronegócio: uma abordagem econômica.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Programa de Aquisição de Alimentos – PAA Renda pra quem produz e comida na mesa pra quem precisa! Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/CARTILHA_PAA_FINAL.pdf> Acessado em: 22 out. 2018

POSSANI, Laura; **Estratégias adotadas pelos agricultores familiares na escolha dos canais de comercialização no setor de frutas, legumes e verduras do município de Itaqui-RS**; Santa Maria, 2016.

ROESCH, Silvia. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusões, dissertações e estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2006.

SILVA, José Ribeiro da. JESUS, Paulo de. **Os desafios do novo rural e as perspectivas da agricultura familiar no Brasil**. Maceió, 2010.

SOUZA, R.A.M.; PITHAN E SILVA, R.O.; MANDELLI, C.S.; TASCO A.M.P. **Comercialização hortícola: análise de alguns setores do mercado varejista de São Paulo**, out, 1998.

ZAMBERLAN, L.; SILVA, J.D.; SPAREMBERGER, A.; BUTTENBENDER, P.L. **Diagnóstico e contribuições para o desenvolvimento do setor hortigranjeiros no município de Santa Rosa – RS**, 2014.

7 APÊNDICE

Questionário para produtores

1 – Identificação: _____

Endereço da Unidade de Produção: _____

2 – Qual a área utilizada para produção? Própria: -----Arrendada:-----

3 – Com quais produtos trabalha e quantidade produzida anual:

4 – Qual sistema de produção? Utiliza:

- estufas:-----Irrigação: -----Produção de Mudas:-----Mecanização:-----

-quais fertilizantes Utiliza:-----

5- Mão de obra utilizada familiar;:-----Contratada:-----Qual Objetivo

6 – Possui Assistência Técnica? de quem? _____

7- Como comercializa a produção:

- Feiras : quais produtos/volume e qual frequência/transporte

- Programas Governamentais: quais/quais produtos/volume/transporte;

- Mercados locais: onde/qual produto/quanto/frequência/transporte

8 – Qual a renda média mensal obtida com hortigranjeiros? _____

9- A atividade é a base da renda da família? Exerce alguma outra atividade?

10 – Quais maiores problemas enfrenta hoje na produção e comercialização? _____

11 – Quais investimentos gostaria de fazer? _____

12- Acessou algum crédito? para que? _____

Alguma observação mais gostaria de fazer? _____