

# **MECANISMOS DE COMERCIALIZAÇÃO UTILIZADOS PELOS AGRICULTORES FAMILIARES NO MERCADO: um estudo de caso**

Lais Serafini<sup>1</sup>; Nadir Paula da Rosa<sup>2</sup>; Daniela Cardoso<sup>3</sup>; Carlos Eduardo Nogueira Martins<sup>4</sup>

## **RESUMO**

Esta pesquisa tem como o objetivo comparar os mecanismos de comercialização no mercado SPOT, utilizados pelos agricultores familiares da região de Videira. Realizou-se um estudo exploratório em artigos, dissertações e teses de como se operacionalizam os processos de comercialização na agricultura familiar. O estudo foi desenvolvido em duas propriedades rurais do município de Videira, na primeira, um produtor que além de produzir vende seus produtos diretamente e atua como intermediário e na segunda o produtor se preocupa com a produção e vende direto ao intermediário. Foram realizadas visitas nas propriedades e aplicada entrevista semi – estruturada, utilizando como ferramenta gravadores e máquinas filmadoras, também foi realizada uma viagem junto com o produtor até a CEASA – Curitiba – PR. Em razão de o trabalho ser realizado em uma região onde a fruticultura é significativa, as duas propriedades pesquisadas foram de fruticultores, os quais trabalham com frutas de caroço. Um deles produz e comercializa direto da CEASA- Curitiba- PR e o outro produz e vende por meio de intermediários. Com os resultados foi possível perceber que um dos maiores problemas de ambos agricultores é a comercialização, tanto o produtor que vende no mercado Spot como o que vende por meio de intermediários, sofrem muito com riscos e incertezas da venda, eles não tem garantia de venda e posteriormente de que vão receber seus produtos, sem destacar os riscos de produção. Destacam ainda que as entidades de pesquisa e extensão, como por exemplo a Epagri, não dão apoio suficiente ao produtor, em razão de o segmento frutas de caroço não ter produção e consumo significativo. O governo não implementa políticas comerciais para facilitar o escoamento da produção. Para ambos produtores entrevistados, ainda estão na atividade porque trata-se de uma atividade de ativos específicos elevados. Para o produtor que vende direto sem intermediário, fazer essa venda direta lhe proporciona um lucro maior, porém despense de mais empenho e trabalho. Para o produtor que vende por meio de intermediário, o seu lucro é menor, mas seu risco também fica minimizado. É de consenso que para tentar facilitar o processo de comercialização, reduzir os riscos e incertezas, garantir mercado competindo por escala e preço, seriam necessário a criação de uma cooperativa, mas também eles destacam que isso é algo complexo em razão da desunião dos produtores.

## **INTRODUÇÃO**

Apesar de o Brasil caracterizar-se por ser um país essencialmente agrícola, desde a sua colonização até os dias atuais, sendo, considerado potência mundial na produção

---

<sup>1</sup> Bolsista e aluna do CTPNM em Agropecuária;

<sup>2</sup> Coordenadora do Projeto e professora do Instituto Federal Catarinense- Câmpus Videira;

<sup>3</sup> Colaboradora do Projeto e aluna do CTPNM em Agropecuária;

<sup>4</sup> Colaborador do projeto e professor do Instituto Federal Catarinense- Câmpus Videira;

agropecuária, tanto no que tange as tecnologias adotadas quanto na produtividade e qualidade de seus produtos. Sendo assim, destacam-se as atividades agrícolas como grandes geradoras de emprego e renda para a população e em consequência mais divisas para o país.

No entanto, uma forte lacuna ainda permeia este setor tão importante, ou seja, a comercialização dos produtos observa-se que os agricultores brasileiros são eficazes na área técnica e de produção, porém chegando o momento de comercializar muitos reduzem seus lucros em razão do desconhecimento e dos riscos e incertezas do mercado.

Sabe-se que a lei que regulamenta o mercado é a Lei da Oferta e da Demanda, ou seja, produção baixa, preço alto e assim vice-versa, sem falar nas oscilações e ocorrências do mercado externo, o qual parece ser evento distante mas de certa forma influencia nos mercados, também observa-se se que elas também sofrem consequências, devido às mesmas produzirem em pequenas quantidades, deixando as impossibilitadas de concorrer nos grandes mercados. A partir desse pressuposto é que as pequenas famílias rurais estão buscando diversas formas de organizar-se, procurando agregar valor a seus produtos e conquistar espaço nos mercados (ROSA *et al* 2008).

Também segundo (Rosa et al, 2008) “a agricultura familiar desempenha um importante papel sócio econômico na sociedade, proporcionando a permanência do homem no campo, consequentemente evitando o êxodo rural, e reduzindo o crescimento dos cinturões da pobreza em torno das cidades a procura de trabalho”. Sendo assim, discute se a necessidade de os agricultores buscar maiores conhecimentos e formas de realizar a comercialização dos seus produtos com um maior retorno possível.

Contudo, esta pesquisa tem como objetivo principal Comparar os mecanismos de comercialização no mercado *SPOT* (com ou sem intermediários) utilizados pelos agricultores familiares da região de Videira.

Os processos de comercialização ainda são grandes pontos de gargalos encontrados principalmente pelos agricultores familiares, o desconhecimento de mercado, o medo de riscos e as incertezas dos negócios fazem com que os agricultores vendam seus produtos por menores preços a intermediários, o que os facilita e elimina alguns processos burocráticos que envolvem as comercializações.

Sendo assim, é importante conhecer como ocorrem esses processos e como isso poderá ser facilitado agregando valor aos produtos e melhorando a rentabilidade. Também a identificação dessas lacunas permite que se desenvolva algumas ações em prol desses agricultores visando que os mesmos passem a se preocupar cada vez mais com a

comercialização de seus produtos e que usem está como ferramenta de agregação de valor e competitividade.

Além disso, o estudo justificou-se por possibilitar as alunas do Curso Técnico em Agropecuária a entender e se preparar para atuar nas áreas de Gestão, planejamento e comercialização dentro das propriedades rurais, buscando mesmo que de maneira lenta inserir nos produtores rurais a idéia de que a propriedade rural é uma empresa, assim sendo, além da produção técnica o agricultor deve se preocupar com a administração e comercialização de seus produtos.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Neste tópico será apresentando, conceituações e fundamentações sobre agricultura familiar e formas de comercialização agrícola.

### **AGRICULTURA FAMILIAR**

Abordagens sobre a agricultura familiar vêm atualmente ocupando espaços importantes nos debates de desenvolvimento econômico e social.

O conceito de agricultura familiar está dividido em três critérios básicos, atualmente utilizado em estudo da FAO/INCRA (GUANZIROLI & CARDIM, 2000):

- a) o produtor é quem gerencia a direção dos trabalhos e do estabelecimento;
- b) o trabalho é executado pela família com pouca ou quase nenhuma mão-de-obra contratada;
- c) a área total do estabelecimento é menor que a área máxima regional, definida como limite superior para a agricultura familiar.

Schneider (2003) acrescenta que as unidades familiares funcionam principalmente, com força de trabalho dos membros da família, e que em momentos de concentração de trabalho pode se contratar em caráter temporário outros trabalhadores. Também se trata de uma atividade vulnerável aos obstáculos oferecidos pela natureza como clima, solo, ou equilíbrios do ecossistema.

Em 24 de julho de 2006, foi sancionada a Lei Federal nº 11.326 a qual estabelece as diretrizes para a formulação da política nacional de agricultura familiar e empreendimentos familiares rurais e prevê a descentralização com total envolvimento dos municípios, estados, governo federal e produtores rurais no desenvolvimento e gestão dos programas agrários, bem como reconhece que a agricultura familiar é um segmento produtivo e representa um

importante passo para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento rural.

De acordo com a Lei Federal nº 11.326/06, para o produtor rural ser enquadrado como agricultor ou agricultura familiar é necessário que:

- a) Não possua área maior do que quatro módulos fiscais (unidade-padrão para todo o território brasileiro);
- b) A mão-de-obra utilizada deve ser predominantemente familiar nas atividades econômicas do seu negócio;
- c) A renda familiar ser oriunda de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento.

Ainda fica garantido pela lei que os agricultores e agricultoras familiares poderão participar nas formulações e implementação de políticas públicas, as relações de trabalho e organizacionais serão fortalecidas com a aplicação de diversas políticas, como a previdência social, assim fica mais fácil para os órgãos governamentais aplicar outras medidas que beneficiem o fortalecimento da agricultura familiar.

Agricultura familiar no Brasil corresponde hoje aproximadamente 4,2 milhões de estabelecimentos familiares, representando em torno de 85, 2% dos estabelecimentos rurais empregando 70% da mão-de-obra no campo e responsável pela maioria dos alimentos presentes na mesa dos brasileiros, e na região sul essa característica é mais marcante, representando 90,5% de todos os estabelecimentos da região, ocupando 43,8% da área.(IBGE – 1995)

Salienta-se ainda que a agricultura familiar ocupa um importante espaço na economia brasileira. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE - 1995, as propriedades rurais que se enquadravam nos critérios de agricultura familiar chegavam a 85,2 % e correspondiam 30,5% da área total cultivada e eram responsáveis por quase 60% da renda total da safra naquele ano.

Ao que compreende-se, normalmente, como agricultura familiar, não chega a constituir uma conceituação muito precisa. Emprega-se diversas expressões e conceitos para descrever este fenômeno, tais como agricultura de subsistência, pequena produção, agricultura camponesa, produção de baixa renda, entre outros. Tais expressões, por si mesmas, definem os aspectos específicos de formas de produção agrícola, sem evidenciarem, efetivamente, os aspectos singulares e complexos que constituem a agricultura familiar.

Todas, no entanto, apresentam um elemento em comum, qual seja, a predominância do trabalho familiar nas atividades produtivas agrícolas. Busca-se a principal diferença entre elas, verificando que as formas específicas de produção agrícola baseadas no trabalho familiar dependem não da família em si mesma, mas das maneiras como esta aos estímulos econômicos, sociais e culturais presentes no contexto histórico em que são encontradas. (PEIXOTO,1998)

A agricultura familiar é constituída por pequenos e médios produtores, representando a maioria de produtores rurais no Brasil. Em geral, são agricultores que diversificam os produtos cultivados para diluir custos, aumentar a renda e aproveitar as oportunidades de oferta ambiental e disponibilidade de mão de obra familiar. É comum para os leigos caracterizar a agricultura familiar como um setor atrasado do ponto de vista econômico, tecnológico e social, voltado fundamentalmente para a produção de produtos alimentares básicos ( feijão, arroz, milho, hortaliças, mandioca e pequenos animais) e com uma lógica de produção única de subsistência, esta imagem estereotipada da agricultura familiar está longe de corresponder à realidade. (PORTUGAL 2002,GUANZIROLI, BATALHA, BUAINAIN, SOUZA FILHO 2004)

Quando se fala em economia brasileira, é comum o pensamento de que parte significativa do que integra o Produto Interno Bruto (PIB) provém da agricultura patronal. Entretanto, muitas vezes, é desconhecido o fato de que a agricultura familiar, com seu grande número de propriedades, é também parte fundamental dos grandes números que compõem a produção agrícola brasileira.

Apesar da agricultura familiar, ocupar apenas 24,3% da área total dos estabelecimentos agropecuários do Brasil, é responsável por 38% do Valor Bruto da Produção gerado. Cultiva uma área menor com lavouras ( 17,7 milhões de há) e é a principal fornecedora de alimentos básicos para a população brasileira. (MDA, 2006)

Este segmento tem um papel importante na economia do país. Estes produtores e seus familiares são responsáveis por inúmeros empregos no comércio e nos serviços prestados nas pequenas cidades. A melhoria de renda deste segmento por meio de sua maior inserção no mercado tem impacto importante no interior do país e por consequência nas grandes metrópoles. (PORTUGAL, 2002/2004)

Esta inserção no mercado ou no processo de desenvolvimento depende de tecnologia e condições político-institucionais, representadas por acesso a crédito, informações organizadas, canais de comercialização, transporte, energia, entre outros fatores essenciais. Este último conjunto de fatores normalmente tem sido a principal limitante do

desenvolvimento, embora haja um esforço importante do Governo Federal com programas como o PRONAF, programas estaduais de assistência técnica e associativismo. (PORTUGAL, 2002/2004)

Vale a pena ressaltar que todos os países desenvolvidos têm na agricultura familiar uma base do seu dinamismo econômico e de uma uniforme distribuição da riqueza nacional. Todos eles, em algum momento da história, promoveram a reforma agrária e a valorização da agricultura familiar.

Para se ter uma ideia, a ocupação histórica do território dos Estados Unidos na unidade entre gestão, trabalho e a agricultura foi inteiramente baseada na estrutura familiar o que resultou em uma economia fortalecida e uma das maiores e mais influentes potências do mundo. (UNESP, 2003)

O desafio maior da agricultura familiar é adaptar e organizar seu sistema de produção a partir das tecnologias disponíveis. Além disso, melhorar a capacidade organizacional dos produtores com o objetivo de ganhar escala, buscar nichos de mercado, agregar valor à produção e encontrar novas alternativas para o uso da terra como, por exemplo, o turismo rural. (UNESP, 2003)

O bom desempenho e o fortalecimento da agricultura familiar está diretamente ligado aos diversos fatores sociais envolvidos e comprometidos com a agricultura ,tais como: movimentos sociais, diversos ministérios, governos estaduais e municipais, agentes financeiros, ONGs e outros.(UNESP, 2003)

A pesquisa agropecuária vem contribuindo para o desenvolvimento da agricultura familiar com novas variedades e cultivares mais produtivos e resistentes às doenças, disponibilizando novos processos de transformação do produto agrícola, contribuindo para qualificação da mão de obra para o uso das novas tecnologias e discutindo com os produtores quais as tecnologias, processos e serviços a serem desenvolvidos para melhor adaptação as exigências do mercado levando em consideração o porte da propriedade. (PORTUGAL, 2002)

## **DEFINIÇÃO DE COMERCIALIZAÇÃO.**

A literatura brasileira apresenta diversos conceitos de comercialização, no entanto neste estudo o conceito adotado é o definido por (ZYLBERSZTAJN, 2000), o qual destaca que a “comercialização pode ser definida como a troca de bens e serviços entre agentes econômicos. Como fruto dessas trocas, os agentes efetuam as chamadas transações, as quais fundamentam o funcionamento do sistema econômico”. Para Brandt (1980) o sistema de

comercialização agrícola pode ser considerado como um mecanismo primário para a coordenação das atividades de produção, distribuição e consumo. Através deste mecanismo, quanto maior for a coordenação entre os componentes do sistema menores serão os custos de transação de cada um deles (AZEVEDO, 2001).

Segundo Lourezani, Lourezani e Batalha (2000) produção agrícola possui algumas especificidades que acabam influenciando de forma negativa nos processos de comercialização como: i) concentração de período de produção (safra e entressafra); ii) à natureza biológica (perecibilidade) da produção agrícola; iii) a variabilidade qualitativa da matéria-prima é inevitável, evidenciando o problema de padronização dos produtos, afetando as inserções nos mercados.

Organizações bem estruturadas estudam as características dos agentes e assim buscam adotar mecanismos de comercialização eficientes e que protejam os produtores, denominados de “estrutura de governança” (WILLIAMSON, 1985). Segundo Zylbersztajn (2000), as principais estruturas de governança são i) o livre mercado (*spot*), ii) a forma híbrida e a III) integração vertical.

Ainda Zylbersztajn (2000), define mercado *spot*, o qual ocorre via sistema de preço, implicando em menor controle e maior incentivo (feiras-livres). O mecanismo híbrido se dá de forma arranjada, combinada, por meio de contratos e compromissos entre os agentes (franquias, parcerias e contratos “não formais) e por último a integração vertical (Hierárquica), internaliza as atividades de vários segmentos em uma única firma.

Assim sendo, o agricultor sofre com esses mecanismos, dado que o mesmo apresenta uma assimetria de informações quando comparado aos demais *players* atuantes, o mercado de capital é imperfeito. De acordo com Alves e Staduto (2001), em razão de os agricultores familiares serem incapazes de alcançar escala de produção, a estrutura de governança utilizada pelos mesmos para a comercialização é o livre mercado (*spot*), onde as transações são de baixa frequência em razão da baixa especificidade dos ativos

Para Batalha (2001) ao longo dos anos as comunidades tanto acadêmicas quanto empresariais vem se dando conta que o agronegócio somente será competitivo se construído em bases sustentáveis, através de adoção de práticas que estimulem comportamentos menos adversos entre os agentes econômicos de uma cadeia. É necessário e importante operacionalizar ações que promovam a coordenação das cadeias produtivas e aumentem a sua capacidade de reagir as rápidas e constantes mudanças que vem ocorrendo no cenário competitivo. Após estas considerações faz-se necessário encontrar os mecanismos públicos e privados que operacionalizem e coordenem estas cadeias.

Em busca de uma maior competitividade e acessibilidade aos mercados os agricultores precisam se organizar com o objetivo de sanar os problemas e resolver suas necessidades e, desta maneira, melhorar suas condições econômicas e sociais.

Nas últimas décadas a discussão sobre a agricultura familiar tem ganhado força devido às dificuldades que os produtores familiares têm para se posicionar no mercado, sendo atribuído ao fato dos mesmos produzirem em pequena escala, e com grande diversificação de produtos. Além disso, há uma grande oferta dos produtos provenientes da agricultura familiar, a qual supera a demanda fazendo com que os preços a serem pagos pelo produto sejam ditados pelo mercado, cabendo ao produtor realizar ajustes nos custos de produção, o que nem sempre é possível e raramente viável.

Os meios de comercialização que o produtor encontra para conseguir esse posicionamento frente ao mercado são sistemas distintos e que, por sua vez, acarretam resultados diferenciados. Pode-se citar 6 sistemas principais: Venda Direta, Associativismo, Cooperativismo, Atravessadores, Integração e ainda Mercado Futuro.

A venda direta consiste em vender os produtos nos centros comerciais, onde o produtor pode negociar diretamente com o comprador mantendo um contato pessoal, não necessitando de vendedores intermediários. Fica a cargo ou não do produtor os mecanismos de transporte, sendo que em alguns casos pode haver acordo entre produtor e estabelecimento comercial.

O Associativismo é uma organização resultante da reunião legal entre duas ou mais pessoas, com ou sem personalidade jurídica, para a realização de um objetivo comum. Um produtor sozinho adota estratégias no sentido de racionalizar custos, porém não consegue corresponder aos preços praticados no mercado. Então, continuar a comercializar individualmente se apresenta como ato de risco e grandes desafios, especialmente se o processo produtivo exige altos custos de capital, força de trabalho e deslocamento de mercadorias. (NEVES, 2006).

Cooperativa é uma organização formada por membros de determinado grupo econômico ou social, que objetiva desempenhar, em benefício comum, determinada atividade. Os objetivos do cooperativismo são: identidade de propósitos e interesses; ação conjunta, voluntária e objetiva para coordenação de contribuição e serviços; obtenção de resultado útil e comum a todos. (FERRINHO,1978).

O cooperativismo apresenta-se como alternativa juridicamente segura e conduz a uma terceirização mais distributiva, redistribuindo a renda ao eliminar a intermediação,

proporcionando a autonomia de trabalho. (OLIVEIRA, ZWIEREWICZ, SCHMIDT, NETO, 2000).

Outra forma que o produtor busca para a comercialização dos seus produtos são os atravessadores que compram os produtos finais e revendem em ceasas, supermercados e outros centros comerciais.

Cabe-se ressaltar a comodidade ao produtor que não precisa ir em busca de mercados para efetuar a venda de seus produtos, embora o atravessador tenha maior rentabilidade quando falamos em divisão de lucros.

A integração consiste em uma instituição consolidada que forma parcerias com produtores rurais, onde a empresa fornece suporte técnico e produtos necessários para a produção, cabendo ao produtor disponibilizar mão de obra e estrutura fundiária.

Recentemente o mercado futuro está ganhando espaço nos meios de comercialização. Consiste em contratos de compra e venda padronizada, em se tratando das características do produto negociado, conforme as regras impostas pela bolsa de valores. Assim, as partes compradora e vendedora se comprometem a comprar ou vender determinada quantidade de um produto em uma data futura.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa foi desenvolvida com base em um estudo de caso exploratório (YIN,2001), com o objetivo de comparar os mecanismos de comercialização no mercado SPOT (com ou sem intermediários) utilizados pelos agricultores familiares da região de Videira. O estudo pode ser classificado como exploratório, levantando questionamentos e hipóteses para posteriores estudos, descritivo, procurando encontrar relações entre as variáveis do mesmo (YIN, 2001), dado que este realizou um estudo superficial de como se operacionalizam os processos de comercialização na agricultura familiar em um âmbito mais abrangente, foi realizado por meio de pesquisas em bibliográficas, teses, dissertações, artigos e sites específicos da área.

Também a metodologia de estudo de caso prevê um estudo mais aprofundando de um objeto, o qual foi desenvolvido em duas propriedades rurais do município de Videira, na primeira, um produtor que além de produzir vende seus produtos diretamente e atua como intermediário e na segunda o produtor se preocupa com a produção e vende direto ao intermediário, foram realizadas visitas nas propriedades e aplicada entrevista semi-estruturada, utilizando como ferramenta gravadores e máquinas filmadoras, também foi realizada uma viagem junto com o produtor até a CEASA – Curitiba - PR, para observar

como ocorrem as comercializações, ainda participou-se de encontros de agricultores na comunidade da linha Aparecida onde um dos temas tratados era comercialização, com objetivo de identificar quais as vantagens e desvantagens destas duas posturas e como os produtores encaram os processos de comercialização e agregação de valor em seus produtos aumentando sua rentabilidade.

## **DISCUSSÃO E RESULTADOS**

Nesta seção serão apresentados e discutidos os dados coletados na pesquisa de campo, a qual foi realizada junto a produtores rurais que atuam na comercialização de frutas de caroço, tanto no mercado direto como por meio de intermediários. A discussão obedecerá a seguinte metodologia: o produtor que comercializa por meio de intermediários será denominado Produtor A e o que comercializa de forma direta Produtor B.

Como os pesquisados fazem parte de um estrato de produtores, que produzem em pequena escala, a comercialização é importante e decisiva. Para o produtor A, a comercialização é o maior desafio por diversos fatores, dentre eles destacam-se: a garantia de comercialização, a perecibilidade do produto e a dificuldade de estrutura para estocagem. Para o Produtor B, essa dificuldade é maior ainda devido a sua escala de produção que é pequena então compete-se por preço através da qualidade. Observa-se que as peculiaridades da atividade como perecibilidade do produto e garantias de pagamentos são os maiores entraves desses produtores.

Ratificando as considerações de Lourezani, Lourezani e Batalha (2000) os quais ressaltam que a produção agrícola possui algumas especificidades influenciadoras nos processos de comercialização de forma negativa, como: i) concentração de período de produção (safra e entressafra); ii) à natureza biológica (perecibilidade) da produção agrícola; iii) a variabilidade qualitativa da matéria-prima é inevitável, evidenciando o problema de padronização dos produtos, afetando as inserções nos mercados.

A fruticultura é uma atividade considerada de alto risco por estar vulnerável as oscilações, principalmente do clima. Para garantir que qualquer eventualidade não venha a prejudicar financeiramente o produtor, este deve estar preparado. As pesquisas em torno desses problemas sugerem algumas medidas preventivas, porém os produtores consideram as mesmas inviáveis pelo alto investimento requerido. O produtor A apresenta a estratégia utilizada em sua propriedade, que se trata de investir em apenas uma atividade, tanto em infraestrutura como em especialização da mão de obra e conhecimentos técnicos. O produtor

A desenvolve seu planejamento administrativo da seguinte forma: No ano em que o lucro da safra for bom, ele reserva uma parcela dessa renda para um próximo ano em que alguma eventualidade venha comprometer sua produção. Dessa forma diferencia-se da grande maioria dos produtores familiares, que visam garantir lucro através da complementação com outra atividade em sua propriedade. O produtor B acredita que o seguro agrícola poderia ajudar no caso de perdas, mas encontra dificuldades, apontando ainda problemas na funcionalidade do programa.

Devido a grande quantidade de frutas de caroço disponível no mercado, os produtores são obrigados a buscar estratégias para comercializar sua mercadoria, num meio bastante competitivo. Como os produtores não conseguem impor um preço final mínimo no momento da comercialização, então procuram alternativas para viabilizar e aumentar a lucratividade da produção. Entretanto, a cada solução encontrada são gerados alguns impasses, por exemplo, aumentando a produtividade, aumenta a necessidade de mão de obra, o que no momento é apontada pelos fruticultores como fator limitante para a expansão da atividade.

Ao longo dos anos, os consumidores vêm ficando mais exigentes e priorizando a qualidade e a boa aparência do produto nos supermercados. Os produtores se dedicam para obter essa qualidade, através de boas técnicas de produção e minimização de perdas. Para o produtor A, os consumidores priorizam o tamanho do fruto e na sua opinião, as perdas são significativas, devido principalmente ao produto ser perecível em curto prazo e transporte inadequado. Para o produtor B, os consumidores são mais avalistas quanto às características que desejam nos produtos, visando a qualidade como um todo.

A satisfação dos produtores deve ser analisada após cada safra, já que cada ano é uma realidade diferente para o produtor devido ao comportamento do mercado, disponibilidade de mão de obra, intempéries da natureza entre outros fatores que afetam direta e indiretamente o comércio. Um problema que vem preocupando muito os produtores A e B, é o acesso às informações acerca da produtividade nas diversas regiões, apontado como deficiente e desatualizado, sendo que essas informações devem ser repassadas pelos órgãos de pesquisa e extensão, relevando sua extrema importância na economia do país, ocasionando mudanças na cadeia produtiva das frutas de caroço e em sua comercialização. Os produtores alegam que com essas informações eles poderiam planejar e redirecionar sua produção de forma mais eficiente e lucrativa.

Para Santos (2002, pg.15), o planejamento é importante no sentido de alertar os empresários rurais quanto às mudanças na economia, no hábito dos consumidores, na tecnologia, no comportamento climático, nos custos, na oferta dos produtos (supersafra), na

demanda e outras alterações e traz inúmeros benefícios, que podem ser obtidos pela forma organizada de planejar, forçando a administração a pensar no futuro de seus negócios, antecipando os problemas antes que eles aconteçam. O planejamento permite ao empresário rural um resultado antecipado de cada atividade, tanto no plano empresarial como operacional.

A administração do país abriu algumas portas para as atividades agrícolas, tendo em vista a grande importância do agronegócio no Brasil. Vem facilitando linhas de crédito e tentando manter o produtor rural no campo. Porém, o sistema não está sendo completamente eficiente. Os produtores A e B ressaltam os pontos onde há falhas e que, de certa forma, poderiam ser solucionados. O produtor A destaca que uma das dificuldades encontradas pelo pequeno produtor é a falta de produtos defensivos no mercado, registrados e permitidos para o uso nas frutas de caroço. O produtor B denuncia a falta de atenção dos atuais governantes para com os fruticultores, questionando ainda tamanha fiscalização e pouca orientação por parte dos órgãos responsáveis.

A constante evolução na produção vem concentrando altas produtividades nas mãos de poucos. Porém ainda existem os pequenos produtores que sobrevivem no regime de agricultura familiar, sem a presença de grandes extensões de terras, com mão de obra predominantemente familiar, concentração de produção e menor poder financeiro para a aquisição de tecnologias modernas, mas que produzem, embora em pequena escala. O desafio é: como um pequeno produtor pode se destacar frente ao comércio? Uma alternativa é a união. Os produtores A e B não trabalham neste sistema de cooperativas, porém o produtor A reconhece a essencialidade e as dificuldades dessa união destacando que como o produto é de alta perecibilidade e os fruticultores tem dificuldades para entrar em consenso durante a tomada de decisões em grupo, torna-se complicada a formação de uma cooperativa

Confirmando a importância dessa parceria, Bialoskorski Neto (1997) define cooperativa como uma organização de caráter permanente, criada por um agrupamento de indivíduos com interesse comum, visando a realização de atividades econômicas relacionadas com o progresso econômico e o bem-estar dos associados, que são os proprietários e usuários da organização.

Devido às dificuldades encontradas pelos produtores no momento da comercialização, é de extrema importância realizar um controle de gastos, através do levantamento das despesas totais em cada safra, visando a otimização da atividade e detectando os pontos que acarretam prejuízos. Sendo a fruticultura considerada uma atividade de longo prazo, o produtor está ciente que não se deve abandonar a atividade devido aos altos custos de

implantação e manutenção dos pomares. O produtor A ressalta que mesmo ocorrendo prejuízos, é preciso manter-se na atividade, devido aos fatores acima citados. No caso do produtor B, a situação não é diferente. Os levantamentos são feitos de maneira superficial não atendo a custos menores, o que muitas vezes implica em prejuízos por falta de controle dos pequenos gastos, que acabam tornando-se significativos.

A estimativa adequada dos custos é muito importante para as empresas. Maher (2001, p. 398) afirma que “estimativas precisas melhoram o processo de tomada de decisão; estimativas imprecisas resultam em ineficiências e aumentam a quantidade de decisões que não adicionam valor”.

Um dos fatores mais complexos durante a venda do produto é o estabelecimento do preço. Sendo o mercado competitivo, os produtores precisam sobressair-se no momento da comercialização, já que a situação de mercado é ditada pela oferta e demanda de produtos. Os produtores sentem dificuldades em contornar esta realidade, tendo em vista que a garantia do lucro não está sendo possível através da redução de custos na produção. Em ambos os casos, os produtores A e B afirmam que a definição do preço final se dá pelo acompanhamento de mercado.

Dolan e Simon (1998) afirmam que, geralmente, as principais dificuldades encontradas para a adoção de uma política de preços eficiente no atual contexto empresarial são: interdependência entre os produtos e os mercados; o fácil acesso a uma alta gama de informações por parte dos consumidores; e o contexto de crescente diversidade competitiva.

Quando questionados sobre a rentabilidade da atividade, os produtores A e B demonstram opiniões semelhantes. São avaliadas por eles, as recomendações dos extensionistas e profissionais da área sobre o assunto. No II Seminário Regional de Frutas de Carço, realizado na cidade de Videira, alguns palestrantes, de certa forma, desestimularam os produtores rurais que estavam presentes no evento, sugerindo que os pequenos produtores de fruta de carço, que não estão conseguindo atingir lucratividade devido a concorrência com produtores maiores, arranquem seus pomares, e os que estão planejando a implantação não invistam na atividade. Essas opiniões que foram expostas durante o seminário, causaram grandes polêmicas entre os participantes, pois se observa que o governo tenta incentivar os pequenos produtores rurais a se manterem no campo, e justamente a EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina), a qual coordenou o evento, contradiz essas ideologias. Para o produtor rural que não se preocupa somente com viabilidade econômica, mas também com a questão cultural, não seria essa a resposta mais adequada.

A respeito da expansão da atividade, para obtenção de uma maior escala produtiva, tanto o produtor A quanto o produtor B, relacionam a mão de obra com a dificuldade no aumento da área plantada. O produtor B, ainda encontra dificuldades na busca de mão de obra qualificada e no funcionamento da legislação trabalhista que de acordo com ele prioriza demais o empregado e não o empregador.

Como já mencionado, o produtor A vende sua mercadoria através de um comprador, que revende no Ceasa para outros intermediários. Ele comenta que a vantagem é que seu produto está escoando para outras regiões, o que agrega valor no produto e que através do intermediário ele minimiza riscos, tendo maior segurança e tranquilidade, as quais não seriam possíveis caso ele se aventurasse levando por si próprio sua mercadoria. Já o produtor B, cultiva as frutas em sua propriedade, compra de outros fruticultores para completar sua carga e oferece uma maior gama de produtos, comercializa sobre venda direta com supermercados e também com outros intermediários.

O produtor B relata sobre os riscos e desafios que enfrenta no local onde negocia a venda de seus produtos, os quais vão desde segurança e a higiene do local onde trabalha, que são deficientes. Isso implica um grande risco ao produtor rural e acaba desestimulando-o. A higienização do local interfere diretamente na sanidade dos produtos e também no momento de venda. Apesar de toda a problemática envolvida, o produtor B ainda considera esse sistema de comercialização viável. De acordo com o que ele expõe, consegue-se um preço melhor, mas quando questionado sobre o futuro da atividade ele afirma que apesar de trabalhar há muitos anos na atividade, ela ainda se mostra imprevisível.

## **CONCLUSÃO**

Com os resultados foi possível observar que a comercialização é um dos maiores problemas, tanto para o produtor que vende diretamente como para o produtor que vende por meio de intermediários. Ambos sofrem com riscos e incertezas, não tendo garantia de venda e nem de recebimento do pagamento de seus produtos, podendo ainda destacar os riscos do ciclo produtivo. Conclui-se ainda que as entidades de pesquisa e extensão, não dão apoio suficiente ao produtor, já que o seguimento de frutas de caroço, sua produção e consumo são considerados pouco significativos.

Existem algumas políticas de incentivo aos agricultores familiares, como facilidade na obtenção de crédito para investimentos e custeio, porém, pouco trabalha-se na questão de

escoamento de produção. Um dos entrevistados confirma o exposto afirmando que há descaso público com os produtores que se encorajam em comercializar seus produtos em CEASAS, a fim de eliminar intermediários e otimizar os lucros.

Os entrevistados procuram manter suas produções por tratar-se de uma atividade de altos custos e investimentos, e pela construção dos pomares demorar muitos anos para apresentar retornos produtivos, não podendo abandonar-se de um momento para outro.

Tratando-se dos métodos de comercialização propriamente ditos, concluiu-se que o produtor que vende diretamente no mercado livre, sem intermediação, consegue preços melhores nos seus produtos, porém, sofre com insegurança e riscos maiores, além de uma jornada mais complexa de trabalho. O produtor que comercializa por meio de intermediário tem seu lucro diminuído, mas também seus riscos são minimizados.

Uma alternativa para a redução destes impasses comerciais, dos riscos e das incertezas, seria a criação de uma associação ou cooperativa de produtores, que trabalhasse na busca por escala de produção e preços mais competitivos, entretanto, esta parceria se mostra dificultada em razão da desunião dos produtores.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, P.F. Nova economia institucional: referencial geral e aplicações para a agricultura. **Agricultura em São Paulo**. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola (IEA), 47 (1), 2000. p. 33-52.

ALVES, J.M.; STADUTO, J.A.R. Análise da estrutura de governança: o caso cédula do produtor rural (CPR). In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON AGRI-FOOD CHAIN / NETWORKS ECONOMICS AND MANAGEMENT, 3, 2001. **Proceedings of...** Ribeirão Preto, São Paulo, 2001.

BATALHA, M. O. (Coord.) **Gestão agroindustrial: GEPAI: grupo de estudos e pesquisas agroindustriais**. São Paulo: Atlas, 2001 v. 1.

BIALOSKORSKI NETO, S. **Gestão do Agribusiness Cooperativo**. Gestão agroindustrial. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BRANDT, S.A. **Comercialização Agrícola**. Piracicaba: Livroceres, 1980. 195 p.

BRASIL. **Lei Federal nº 11.326 de 24 de julho de 2006** Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/Lei\\_principal.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/Lei_principal.htm) acesso dia 30 de setembro de 2007.

FERRINHO, H. **Cooperativas e desenvolvimento rural**. Porto: Clássica 1978.

FRANCISCHETTI JUNIOR, Sílvio Carlos; ZANCHET, Aládio. **Perfil Contábil-Administrativo Dos Produtores Rurais e a Demanda por Informações Contábeis**. [online] Disponível na Internet via WWW. URL:

<http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/369-1227-1-pb.pdf>. Acesso em: 08 de julho de 2012

GUANZIROLI, C.E. e CARDIM, S.E., Novo Retrato da Agricultura Familiar – O Brasil Redescoberto, Projeto de Cooperação Técnica INCRA / FAO, Brasília, 2000.

GUANZIROLI, C. E. (coord.). **Perfil da agricultura familiar no Brasil: dossiê estatístico**. Brasília, INCRA/FAO, 1996.

YIN, R. **Estudo de Caso: planejamento e método**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

[LOURENZANI, Ana Elisa Bressan Smith](#) ; LOURENZANI, W. L. ; [BATALHA, M. O.](#) . **Barreiras e oportunidades na comercialização de plantas medicinais provenientes da agricultura familiar** . Informações Econômicas. Instituto de Economia Agrícola, São Paulo: IEA, v. 34, n. 3, p. 15-25, 2000.

ROSA et al. **COOPERATIVAS COMO FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR**. XLVI Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Rio Branco – Acre, 20 a 23 de julho de 2008

SCHNEIDER, Sérgio. **Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade**. *Rev. bras. Ci. Soc.*, Feb. 2003, vol.18, nº. 51, p.99-122. ISSN 0102-6909.

SOUZA, Antônio Artur de; NOVELLI Márcio; MINELLO, Ítalo Fernando; ENDRICI, João Otávio Montanha; AVELAR, Ewerton Alex. **Análise de Sistemas de Informações utilizados como suporte para os processos de estimação de custos e formação de preços**. ABCustos Associação Brasileira de Custos - Vol. 1. 2006.

SOUZA , Josicleide Venâncio de; CAMELO, Gerda Lúcia Pinheiro. **Políticas de exportação da fruticultura irrigada e suas implicações para a inclusão e desenvolvimento social**. IV Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte e Nordeste de Educação Tecnológica. Belém, PA, 2009.

WILLIAMSON, O.E. **The economic institutions of capitalism**. New York: The New York Free Press, 1985. 449 p.

ZEITUNE, Carmo Rubilota. **Manual Operacional Das Ceasas do Brasil**. AD2 Editora. Belo Horizonte: 2011.

ZYLBERSZTAJN, D. Economia da organizações. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M.F. (Orgs.) **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000, p. 23-38.