

<https://eventos.utfpr.edu.br//sei/sei2018>

Sistema Hortifrúti: uma reflexão sobre a diversificação da cadeia produtiva no mercado municipal de Dois Vizinhos

Hortifrúti System: a reflection on the diversification of the productive chain in the municipal market of Dois Vizinhos

Ivanessa Barth

ivanessabarth@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

Celso Eduardo Pereira Ramos

celedura@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

Dalva Paulus

dalvapaulus@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar e refletir sobre a cadeia hortifrúti no mercado municipal de Dois Vizinhos. Para isso foram analisados os diferentes segmentos que envolvem a cadeia hortifrúti, produtores, consumidores e técnicos. Inicialmente foi feito um diagnóstico com os atores do processo de produção e comercialização que estão envolvidos o sistema. Na elaboração desta atividade foi aplicada uma pesquisa ação quantitativa e qualitativa. Esta foi composta por entrevistas que se utilizou como instrumento de coleta de dados o questionário com questões semiestruturadas. Os dados coletados foram compilados e estruturados em planilhas e gráficos que auxiliaram nas discussões entre técnicos e produtores. As questões buscaram levantar dados sobre as formas de produção do sistema hortifrúti, qualidade e apresentação dos produtos, valores dos produtos e preferências dos consumidores. A partir do levantamento de dados verificou-se que existe a satisfação tanto dos agricultores quanto dos consumidores em relação aos vários aspectos salientados anteriormente, com pequenas ressalvas e demandas levantadas. De maneira geral, o espaço e a organização do espaço para comercialização da produção hortifrúti está auxiliando no incremento e melhoria da cadeia produtiva hortifrúti.

PALAVRAS-CHAVE: Cadeia hortifrúti. Mercado municipal. Agricultores. Consumidores.

ABSTRACT

This work aims to analyze and reflect on the fruits and vegetables chain in the municipal market of Dois Vizinhos. In order to do this, the different segments that involve the fruits and vegetables chain, producers, consumers and technicians were analyzed. Initially a diagnosis was made with the actors of the production and marketing process that are involved in the system. In the elaboration of this activity a quantitative and qualitative action research was applied. This was composed of interviews that used as a data collection instrument the questionnaire with semi-structured questions. The collected data were compiled and structured in spreadsheets and graphs that aided in the discussions between technicians and producers. The questions sought to collect data on the production methods of the fruit and vegetable system, product quality and presentation, product values and consumer preferences. From the survey of data it was verified that there is satisfaction of both the farmers and the consumers in relation to the several aspects emphasized previously, with small reservations and demands raised. In general, the space and the organization space for commercialization of fruits and vegetables production is helping in the increase and improvement of the fruits and vegetables productive chain.

KEYWORDS: Fruits and vegetables chain. Municipal market. Farmers. Consumers.

Recebido: 12 set. 2018.

Aprovado: 05 out. 2018.

Direito autoral:

Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



INTRODUÇÃO

Uma das etapas mais importante da cadeia de produção hortifrúti orgânica é a comercialização da produção. Dependendo da forma, este processo pode agregar valor ao produto final e, conseqüentemente, aumentar a renda do agricultor. A comercialização é feita através dos canais curtos de comercialização, venda direta, em feiras, na própria propriedade e/ou nas casas dos consumidores, ou de forma indireta, nos supermercados. Neste último, com a presença da figura do intermediário, o qual expõe os produtos nas prateleiras dos mercados e quitandas, sendo necessário seu abastecimento periodicamente a cada dois ou três dias durante a semana.

Segundo SEBRAE (2017), a agricultura orgânica apresenta quatro fundamentos básicos, o primeiro é o respeito à natureza, segundo, a diversificação de culturas, terceiro, que o solo é um ser vivo e o quarto, a independência do sistema de produção. Assim, prioriza a utilização dos recursos endógenos provenientes de fontes naturais como adubos orgânicos e plantas de cobertura, minimizando os impactos ao meio ambiente, entre outros. Através da rastreabilidade do produto, os consumidores conseguem avaliar a rota de onde vêm esses alimentos. Outro aspecto importante a ser levantado é a relação entre consumidores e agricultores. Nas feiras livres o consumidor além de comprar o produto, conhece e conversa com o produtor conhecendo o sistema adotado no processo de produção.

A alimentação saudável vem se tornando um hábito muito comum nas gerações atuais. Com ela é possível prevenir e reduzir os sintomas negativos de vários tipos de doenças como a obesidade, câncer e diabetes. Para isso, é importante que todos os grupos de alimentos estejam presentes na dieta diária. Além desta demanda, a busca por alimentos orgânicos e seu consumo vem aumentando nos últimos anos. Isto pode ser comprovado através das feiras orgânicas que ganham espaço nas cidades. Esta forma de comercialização possibilita a comercialização dos produtos da agricultura familiar ao mesmo tempo em que reintroduz a relação direta entre produtores e consumidores.

O trabalho tem por objetivo auxiliar os produtores do sistema hortifrúti no processo de produção, certificação e comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar, em especial, a produção orgânica. Para isso, o projeto buscou motivar e estimular os produtores do sistema hortifrúti, bem como estudar e analisar o público consumidor e suas preferências.

MÉTODOS

Para melhor conhecer os atores participantes e a dinâmica do processo de produção e comercialização dos produtos hortifrúti (produtores e consumidores) foi feito um diagnóstico do público no mercado municipal de Dois Vizinhos. Para isso, foi aplicada a pesquisa ação qualitativa e quantitativa que teve como instrumento de coleta de dados, um questionário com questões semiestruturadas relacionadas com o sistema de produção, limites e dificuldades na comercialização para os agricultores. Já entre os consumidores, buscou-se coletar dados sobre a aceitação dos produtos e aspectos relacionados com a preferência, tais como preço, qualidade, aparência e outros.

Após a coleta, os dados foram compilados em planilhas e gráficos e expostos aos produtores e técnicos responsáveis pelo mercado do produtor e que acompanham os mesmos, tanto na produção quanto na comercialização.

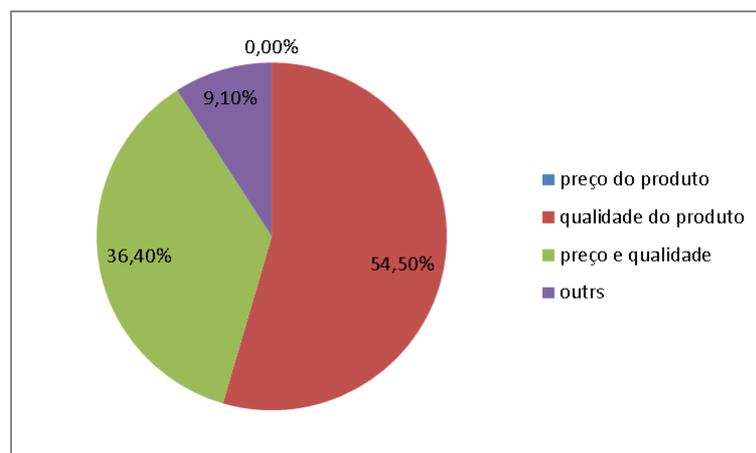
Nesta etapa do projeto discutiu-se com os produtores através da metodologia participativa sobre os dados coletados em relação aos pontos positivos e negativos do processo.

Além deste espaço de comercialização, também foram levantados dados sobre a cadeia produtiva da alface em mercados convencionais de Dois Vizinhos, tendo o objetivo de conhecer a atual situação da produção e alternativas futuras.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a coleta de dados e análise dos instrumentos, foi possível verificar os motivos pelo quais os consumidores compram os produtos no mercado municipal. A Figura 1 apresenta as razões pelas quais os consumidores frequentam a feira.

Figura 1 – Razões as quais levaram o consumidor adquirir os produtos diretamente na feira



Fonte: autoria própria (2018).

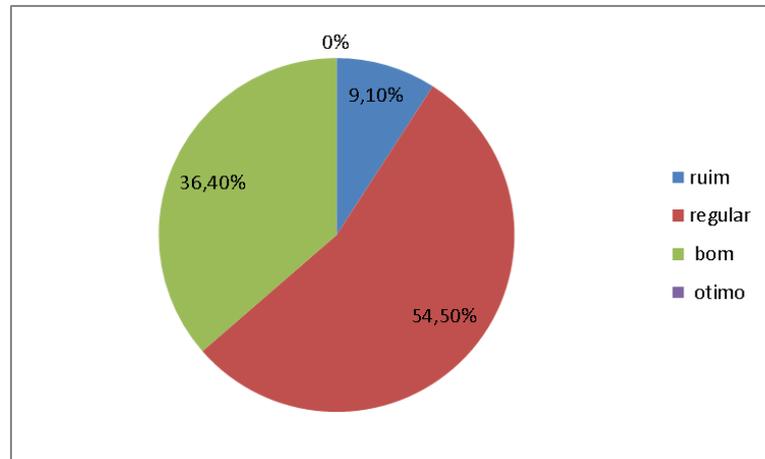
Observou-se que a grande maioria procura os produtos da feira por causa da qualidade do produto, em torno de 54,5 % dos consumidores entrevistados, enquanto 36,4 % compram os produtos movidos pelo preço e qualidade. Já 9,10 % têm outros motivos para frequentar a feira, como por exemplo, a compra de panificados.

Outra questão se refere à qualidade dos produtos que estavam comprando, sobre este aspecto, 81,8 % avaliaram a qualidade do produto como bom, podendo ser melhorada, principalmente sobre a data e a forma de se colher os produtos hortifrúti, porém 18,2 % afirmam que o produto apresenta ótima qualidade, pois conseguem ter uma noção sobre o processo de produção.

A Figura 2 apresenta o gráfico em relação aos valores dos produtos, onde 54,5 % avaliaram o preço como regular. Quando questionados a respeito do preço falaram que este é igual ou parecido ao do supermercado, não levando em conta outros fatores de produção. Enquanto que 36,4% avaliaram o preço como bom e apenas 9,1 % acharam um valor acima daqueles normalmente

encontrados nos supermercados. Nenhum dos entrevistados avaliou o preço como ótimo, desconsiderando os custos envolvidos com o sistema de produção.

Figura 2 – Preços da hortifrúti vendidas na feira do produtor



Fonte: autoria própria (2018)

Foram perguntados aos produtores quais produtos comercializavam. O Quadro 1 apresenta uma média de produção e a quantidade de produtores que produz determinado produto. Foram entrevistados cerca de 10 produtores que participam da feira.

Quadro 1 – Produtos ofertados na feira

Produto	Quantidade de produtor	Media de produção
Alface	3	400 pés/mês
Alho	2	8,75 kg/mês
Banana	1	20 caixas/mês
Cebola	1	0,84 kg/mês
Repolho	3	60 kg/mês
Rúcula	3	147 pacotes/mês
Tomate	2	110 kg/mês

Fonte: autoria própria (2018).

O alho é comercializado em determinada época do ano, quando o produtor tem oferta do produto, já os demais produtos são comercializados durante o ano todo.

Muitos produtores destacaram que a maior dificuldade da produção é a falta de mão de obra presente na propriedade, o que limita a sua produção, além da falta de recursos econômicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A demanda e a busca de qualidade dos produtos hortifrúti pelos consumidores exige uma readequação dos sistemas de produção e os aspectos

que envolvem a comercialização destes produtos. Para isso o conhecimento da dinâmica que envolvem a cadeia de produção dos hortifrúti é fundamental para o crescimento da atividade no município, bem como o comportamento dos diferentes atores que interagem neste processo, técnicos, produtores e consumidores.

AGRADECIMENTOS

A UTFPR – Pró-reitoria de Relações Empresariais e Comunitárias pela disponibilização de bolsa ao executor do projeto.

A Secretaria da Agricultura de Dois Vizinhos/PR e a COAFAR que contribuíram na execução do projeto.

Aos Agricultores e consumidores dos produtos comercializados no mercado municipal de Dois Vizinhos/PR que se dispusera a fornecer os dados para realização da pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. C. O.; SANTOS, A.L.S.; AZEVEDO, R. M. M. C.; **Agricultura Orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória**. Revista Brasileira de Agroecologia. 2012.

BARBOSA, B. F.; SOUSA, E. P. **AGRICULTURA Orgânica no Brasil: características e desafios**. Revista Econômica & Tecnológica. V.8, N.4, P.67-74, 2012.

ESTRUZANI, C.R.; CAVICHIOLI, F.A.; **Agricultura orgânica no Brasil**. VIII SINTAGRO-Simpósio Nacional de Tecnologia em Agronegócio. Jales, São Paulo, outubro de 2016.

REIS, G.Q. A.; PASTRO, I.I.; SEGATO, N.B. **Produtos Orgânicos: um estudo de mercado na feira livre de Pato Branco-Pr**. III Congresso Nacional de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas – III CONAPE. Francisco Beltrão, Paraná. 2014.

SEBRAE- Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas. O que é Agricultura Orgânica. Disponível em:<
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-agricultura-organica,69d9438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acessado em: 29 de agosto de 2018.