

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESENVOLVIMENTO RURAL -  
PLAGEDER

WELLINGTON MIGUEL HOMRICH DOS SANTOS

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS CULTIVADOS NA  
LOCALIDADE PASSO DO FIÚZA – VIAMÃO/RS

BALNEÁRIO PINHAL - RS

2013

WELLINGTON MIGUEL HOMRICH DOS SANTOS

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS CULTIVADOS NA  
LOCALIDADE PASSO DO FIÚZA – VIAMÃO/RS

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação Tecnológica em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Glauco Schultz  
Co-orientador: Tutor Elvis A. R. Wandscheer

BALNEÁRIO PINHAL - RS

2013

WELLINGTON MIGUEL HOMRICH DOS SANTOS

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS CULTIVADOS NA  
LOCALIDADE PASSO DO FIÚZA – VIAMÃO/RS

Trabalho de conclusão submetido ao  
Curso de Graduação Tecnológica em  
Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da  
Faculdade de Ciências Econômicas da  
UFRGS, como requisito parcial para  
obtenção do título de Tecnólogo em  
Desenvolvimento Rural.

Aprovado com Conceito (\_\_\_\_\_)

---

Prof. Dr. Glauco Schultz  
Orientador  
UFRGS

---

Prof(a). \*\*\*\*\*  
UFRGS

---

Prof(a). Dr(a). \*\*\*\*\*  
Instituição

Balneário Pinhal \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

## **AGRADECIMENTOS**

A Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela oportunidade a mim concedida de obtenção de graduação em uma Instituição de Excelência no Ensino, na Pesquisa e na Extensão.

Aos Professores e Tutores pela paciência, dedicação e presteza nas tarefas de transmitir ensinamentos, especialmente ao Professor Orientador, Dr. Glauco Schultz, ao Tutor Co-orientador Elvis Albert Robe Wandscheer e a Tutora Presencial do Pólo de Balneário Pinhal, Professora Paula Fogaça Marques.

A Prefeitura Municipal de Pinhal, por ter concedido espaço físico para sede de um pólo de aprendizagem à distância.

A minha família, composta de Esposa, Filhos e Netos, pela paciência em momentos difíceis, especialmente ao Filho e a Nora, Cobausc e Juliana, também colegas formandos, pela ajuda dedicada em diversas oportunidades, inclusive naquelas em que o primeiro impulso era de desistência.

## RESUMO

A agricultura no município de Viamão encontra-se caracterizada em três frentes distintas, compreendendo a produção de arroz, cultivado nas grandes várzeas existentes, a criação extensiva de gado e a produção hortigranjeira. Esta última é cultivada em pequenas áreas, variando de zero a 20 hectares, desenvolvida em sua quase totalidade pela agricultura familiar, cuja produção é comercializada junto a CEASA – Central de Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul. Este trabalho procura descrever as dificuldades encontradas pelos produtores rurais do município, especialmente aqueles existentes na localidade Passo do Fiúza, envolvidos com as atividades hortigranjeiras, para o desenvolvimento das tarefas de comercialização da produção. Para o desenvolvimento dos trabalhos foi utilizado o método de amostragem não-probabilístico intencional, onde os produtores entrevistados respondem as questões existentes em um roteiro semi-estruturado de entrevista, previamente confeccionado. Para a escolha da amostra entrevistada os produtores da localidade Passo do Fiúza foram classificados em tipos diferenciados, sendo considerada a área cultivada, a antiguidade na atividade e o fato de possuírem ou não caminhão para o transporte da produção. Foi utilizada a pesquisa de natureza exploratória, com objetivo de gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista, dirigidos para a solução futura de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais. Juntamente com as realidades e dificuldades encontradas pelos produtores para promover as atividades de comercialização da produção, os mesmos também identificaram alternativas de comercialização passíveis de serem adotadas, necessitando, para isto, maior planejamento e união entre os pequenos produtores rurais do município.

Palavras chave: Hortigranjeiros. Comercialização. Agricultura Familiar.

## **ABSTRACT**

The agriculture in the city of Viamão is divided into three different types including the production of rice, grown in large existing floodplains, extensive livestock and horticultural and small farming. This last cultivated in small areas, up to 20 hectares and developed in its entirety by families whose production is marketed along the CEASA - Supply Center of the State of Rio Grande do Sul. This work aims to describe the difficulties encountered by rural producers in the county; especially those existing in the locality Passo do Fiúza, involved in activities for the development of the marketing tasks of small farming production. To this work was used the method of sampling non-probabilistic intentional, where the producers respond to an interview about existing issues in a non-structured interview guide, previously prepared. For the choice of the sample interviewed the producers of Passo do Fiúza were classified in to different types, being considered the area cultivated, time of experience in the activity and the fact of having or not truck to transport the production. It was adopted exploratory research, to generating new knowledge, useful for the advancement of science, without practice al application provided, directed to the future solution of specific problems, involving truths and local interests. along with the difficulties encountered the reality and difficulties encountered by producers to promote the activities of marketing of production, the same also identified alternatives for marketing likely to be adopted, requiring, for this, better planning and partnership between the small rural producers in the county.

Key words: Horticulture. Marketing. Family Agriculture.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1 - Caracterização sintética de uma cadeia produtiva .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabela 2 -Mercados dos produtos agropecuários.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabela 3 - Tipificação dos Produtores Rurais.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabela 4 - Resultado da Tipificação.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabela 5 - Características sociais, econômicas e produtivas dos agricultores entrevistados .....</b>	<b>42</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 – Mapa de localização do Município de Viamão .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 2 – Propriedade do Produtor 01 - Área 11 Ha .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 3 – Foto da Área Cultivada Produtor 01 .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 4 – Propriedade do Produtor 02 - Área 01 Ha .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 5 – Foto da Área Cultivada Produtor 02 .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 6 – Preparação dos canteiros.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 7 – Plantio de couve manteiga .....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 8 – Irrigação dos canteiros de alface.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 9 – Capina manual dos canteiros.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 10 – Colheita de salsa verde .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 11 – Vista do pavilhão de hortigranjeiros da CEASA .....</b>	<b>49</b>



## SUMÁRIO

<b>1INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1JUSTIFICATIVA .....	12
1.2OBJETIVOS .....	13
<b>1.2.1Objetivo Geral</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2.2Objetivos Específicos</b> .....	<b>13</b>
1.3ESTRUTURA DO TRABALHO .....	14
<b>2DESCRIÇÃO DO MEIO FÍSICO E SÓCIO-ECONÔMICO DA REGIÃO</b> .....	<b>15</b>
2.1CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA E AMBIENTAL .....	16
2.2CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS SOLOS DA REGIÃO .....	16
2.3CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA .....	16
2.4ESTRUTURA FUNDIÁRIA DA REGIÃO .....	17
<b>3REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>18</b>
3.1COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS .....	18
3.2CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – CEASA - RS .....	19
3.3CADEIA PRODUTIVA DE HORTALIÇAS .....	21
3.4MERCADO .....	23
3.5DEMANDA .....	26
3.6OFERTA .....	27
3.7POLÍTICAS PÚBLICAS E POLÍTICAS PARA O MEIO RURAL .....	28
<b>4METODOLOGIA</b> .....	<b>34</b>
4.1TIPOS DE ESTUDO .....	34
4.2CAMPOS DE ESTUDO/UNIDADES DE ANÁLISE .....	35
4.3CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA .....	35
4.4COLETA DE DADOS .....	39
4.5ANÁLISE DOS DADOS .....	39
4.6ASPECTOS ÉTICOS .....	40
<b>5RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>41</b>

5.1	CONDIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS DOS PRODUTORES RURAIS .....	41
5.2	PROBLEMAS E DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS PRODUTORES RURAIS.....	45
5.3	ENTRAVES A INTRODUÇÃO DE NOVAS FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO.....	50
5.3.1	<b>Necessidade de União entre os Produtores Rurais da Região .....</b>	<b>51</b>
5.3.2	<b>Implantação de uma nova forma de comercialização .....</b>	<b>54</b>
5.3.3	<b>Beneficiamento da Produção .....</b>	<b>56</b>
6	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>58</b>
7	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>60</b>
8	<b>APÊNDICES .....</b>	<b>65</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais e, principalmente, no futuro, a humanidade necessita e necessitará, cada vez mais, dos produtos cultivados e produzidos pela agricultura. A densidade populacional do planeta aumenta vertiginosamente a cada dia que passa e os alimentos produzidos pela agricultura são fontes de energia, nutrientes, produtos farmacêuticos e químicos, tendo um papel indispensável em nosso meio para amenizar os problemas da fome e saúde existentes. Dentre esses produtos importantes para a nossa saúde encontram-se os hortigranjeiros, cultivados, principalmente, em pequenas propriedades rurais.

O cultivo de produtos hortigranjeiros chegou ao Brasil junto com a colonização portuguesa, concentrando-se, inicialmente, nas regiões sul e sudeste, devido às semelhanças existentes com o continente europeu, em termos de clima e relevo.

Desde o período colonial até os dias atuais o setor hortigranjeiro passou por inúmeras transformações, ocupando hoje um importante espaço no agronegócio brasileiro, no que se refere aos aspectos econômicos, social e alimentar. Esta importância está diretamente ligada com o seu volume de comercialização, que já é maior do que o volume de grãos e oleaginosas, podendo ser considerado o setor da agricultura que mais cresce no mundo.

O crescimento da economia nacional apresentado nos últimos anos tem possibilitado um aumento considerável no consumo, proporcionando às classes menos favorecidas, o acesso a determinados produtos antes inatingíveis. Conforme observado de modo geral na população brasileira, à medida que se eleva a faixa de renda, aumenta o consumo, o que está condicionado às condições socioculturais da população (IBGE, 2004). Conforme o estudo da Hortifruti Brasil e do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), que analisa o comportamento brasileiro quanto ao consumo de frutas e hortaliças, um dos fatores para o atual aumento do consumo de produtos hortigranjeiros é o recente aumento de renda da população, em especial das classes C e D (IBGE, 2008).

Outro fator para o aumento de consumo de produtos hortigranjeiros é a crescente conscientização dos efeitos benéficos de uma dieta rica em frutas e hortaliças na saúde humana (CERDEÑO, 2006). Sabe-se, por exemplo, que o consumo insuficiente de frutas e hortaliças aumenta o risco de doenças crônicas não

transmissíveis, como as cardiovasculares e alguns tipos de câncer, além de estar entre os dez fatores de risco que mais causam mortes e doenças em todo o mundo (JAIME, 2007).

Estes fatores que levaram ao aumento do consumo de produtos hortigranjeiros vêm provocando um maior interesse em verduras e hortaliças, levando a conseqüente necessidade de aumento da área cultivada e de maior produtividade.

Estes acontecimentos deram aos produtos hortigranjeiros uma significativa importância no faturamento do varejo. Por outro lado, o valor agregado nestes produtos pode ser considerado muito baixo, fazendo com que a rentabilidade para os produtores rurais seja muito pequena. Aliada a essa problemática, as perdas ocorridas desde a colheita até o consumo são demasiadamente altas em função dos produtos serem extremamente perecíveis.

Em todo o território brasileiro, como também no Estado do Rio Grande do Sul e, mais especificamente, na região estudada neste trabalho, as atividades relacionadas com o cultivo e comercialização de produtos hortigranjeiros são desenvolvidas, em sua quase totalidade, pela Agricultura Familiar. São produtores rurais formados pela família proprietária da terra, esposo, esposa e filhos, que se dedicam em produzir hortaliças em pequenas áreas de terra, equivalentes, em média, a 10 hectares, segundo o último censo do IBGE (IBGE, 2006).

Este Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, tem como tema principal a Comercialização de Produtos Hortigranjeiros cultivados na localidade Passo do Fiúza, do município de Viamão – RS.

Para a confecção deste trabalho foi selecionado um total de aproximadamente 50 (cinquenta) produtores rurais locais que utilizam as águas do Arroio Fiúza para irrigação de suas plantações. Para estudo de caso, foram considerados alguns aspectos relacionados com a realidade enfrentada diariamente por estes produtores rurais, transmitidas pelos mesmos e por suas famílias, através das entrevistas realizadas, com a utilização de um roteiro de questões semi-estruturado previamente confeccionado.

Considero como principal dificuldade, a qual será identificada como a problemática a ser respondida no desenvolvimento deste trabalho, aquela diretamente relacionada com promoção das atividades de comercialização dos produtos cultivados junto às pequenas hortas familiares.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A localidade Passo do Fiúza, utilizada como base de pesquisa para o desenvolvimento do presente trabalho, embora esteja próxima ao centro da cidade de Viamão – RS, tem como ocupação econômica principal de grande parte dos seus moradores, a produção rural de hortaliças, mais especificamente de alface, couve folha, radite, rúcula e tempero verde. São produtores rurais de pequena escala que tem mão-de-obra disponibilizada pelos membros da família, com utilização de pouca tecnologia, na exploração de pequenas áreas que variam de 1 a 20 hectares.

Segundo informações obtidas durante as entrevistas realizadas, estes produtores rurais, em sua totalidade, são pessoas trabalhadoras muito simples, desprovidas de estudo, podendo ser considerados como analfabetos funcionais, ou seja, apenas sabem desenhar o próprio nome.

Os produtos produzidos e colhidos nessas propriedades são comercializados junto a CEASA – RS, onde os agricultores possuem um contrato de aluguel de um quadro existente no chão do galpão de comercialização, medindo 2,00 metros por 1,50 metros, para o qual é pago mensalmente o valor aproximado de R\$ 450,00 (quatrocentos e cinqüenta reais).

Estes agricultores familiares de pequena escala são sócios do Sindicato Rural e da Associação Rural, ambos de Viamão. Além dessas entidades existe também a possibilidade de buscar apoio e informações junto à Prefeitura Municipal de Viamão, por meio do Departamento de Crédito Rural. Entretanto, de acordo com as manifestações dos produtores rurais do município, as empresas e entidades acima mencionadas prestam serviços de assistência técnica e assessoria aos médios e grandes produtores de arroz do Município. É queixa constante entre estes pequenos produtores a ausência de palestras, debates e cursos para os produtores rurais, com o intuito de informá-los sobre o que acontece em nosso mundo, especialmente sobre processos de prevenção e desenvolvimento rural com sustentabilidade.

Conforme demonstrado nas respostas do roteiro de entrevista aplicado, existe uma carência muito grande de apoio aos agricultores familiares de pequena escala, no que se refere à produção e a comercialização de seus produtos. Esta carência evidencia a necessidade do desenvolvimento de estudos relacionados às dificuldades enfrentadas por estes produtores, sendo este o principal incentivo para

a escolha do tema deste trabalho, no intuito de auxiliar estes trabalhadores propondo alternativas e novas possibilidades de comercialização de seus produtos, permitindo o acesso a informação e o aperfeiçoamento de suas atividades, tão importantes para a economia local e, também, para a nossa economia em geral.

O motivo pelo qual foi escolhido este local, no município de Viamão, para o desenvolvimento deste trabalho, foi à proximidade dos produtores entrevistados, possibilitando levantar as dificuldades enfrentadas diariamente por essas famílias, procurando apresentar outras formas mais rentáveis de comercialização da produção.

Como resultados a serem deixados para os produtores rurais envolvidos com este estudo encontram-se em destaque a identificação dos problemas relacionados com o critério de comercialização utilizado e a possibilidade de apresentar novas formas de venda da produção hortigranjeira da localidade.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar e compreender os canais de comercialização dos produtos hortigranjeiros produzidos na localidade Passo do Fiúza, pertencente ao Município de Viamão, identificando os problemas e dificuldades enfrentados pelos produtores rurais.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

Como objetivos específicos podem ser considerados como parte do estudo, um número de dois, diretamente ligados com as famílias agrícolas produtoras da região, bem como com as dificuldades por elas encontradas nos processos de comercialização da produção de hortaliças, conforme segue:

- Caracterizar as condições socioeconômicas e produtivas das famílias envolvidas com o cultivo e comercialização de produtos hortigranjeiros;
- Identificar quais são os entraves existentes à introdução de novas estratégias de comercialização.

### 1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

Procurando responder aos problemas apresentados no presente trabalho, contemplando os objetivos propostos, o mesmo foi dividido em seis capítulos, subdivididos em seções, sendo que o primeiro capítulo apresenta a introdução com suas considerações iniciais, a justificativa argumentada para o desenvolvimento do estudo, contextualizando o tema de pesquisa, os seus respectivos objetivos geral e específicos a serem atingidos.

No segundo capítulo é apresentada a descrição do meio físico e socioeconômico da região estudada. O terceiro capítulo contempla a Revisão Bibliográfica, identificando os principais conceitos utilizados, algumas informações relevantes sobre os processos de comercialização dos produtos hortigranjeiros, a cadeia produtiva de hortaliças e a estrutura e funcionamento da Central de Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul – CEASA – RS, bem como as Políticas Públicas existentes em prol da comercialização de produtos do meio rural.

O quarto capítulo é descrito os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento do trabalho. No quinto capítulo são apresentados os resultados e discussões alcançados no estudo realizado, bem como algumas proposições que possam ser utilizadas, identificadas pelos próprios produtores rurais, visando simplificar o processo de comercialização utilizado pelos produtores, possibilitando maiores rentabilidades as famílias produtoras. No sexto e último capítulo apresentamos as considerações finais do trabalho de conclusão de curso.

## 2 DESCRIÇÃO DO MEIO FÍSICO E SÓCIO-ECONÔMICO DA REGIÃO

O município de Viamão encontra-se localizado na região metropolitana de Porto Alegre, no limite entre a Depressão Central e o Litoral Norte do Estado. Em 1880 foi desmembrado de Porto Alegre tornando-se município. A importância histórica e social de Viamão iniciou quando foi sede das primeiras estâncias de criação de gado. Os grandes rebanhos de gado e cavalos, que existiam na campanha do Rio do Prata, transitavam por Viamão para serem comercializados em Laguna (SC) (VIAMÃO, 2011).

A sede do município de Viamão apresenta a seguinte posição geográfica: Latitude, 30°05"00' ao sul da linha do Equador e Longitude, 50°47"00' a Oeste de Greenwich, ficando situado na confluência da RS-118 com a RS-040, apresentando ao sul a Lagoa dos Patos, a Leste o município de Capivari do Sul e a Oeste o município de Porto Alegre, a 24 km.



**Figura 1 – Mapa de localização do Município de Viamão**  
Fonte: Wikipédia (s/d)



## 2.1 CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA E AMBIENTAL

A área do município é de 1.494,2 km<sup>2</sup>, sendo cerca de 280 km<sup>2</sup> de zona urbana e o restante de zona rural. A população atual está em torno de 240.000 habitantes, sendo aproximadamente apenas 14.000 residentes na zona rural (VIAMÃO, 2011).

O relevo apresenta uma variedade de aspectos geomorfológicos. No sentido Nordeste/Sudeste, o município é contornado por morros, abrangendo os distritos do Espigão, Passo da Areia e Itapuã. No mesmo sentido, aparecem planícies e várzeas, conhecidas como “Campos de Viamão”. O município é constituído por relevo colinoso. Em termos de altitude varia desde o nível do mar até 289m. A média municipal é de 9m, mas a altitude da sede é de 52m. O município não possui rios (VIAMÃO, 2011).

Quanto ao clima, se caracteriza pelo domínio quase absoluto do mesotérmico tipo temperado, úmido, com precipitação em todos os meses do ano. Em relação ao regime térmico, o inverno é frio e o verão é quente. A média do ano passado ficou entre 14° e 21°. A pluviosidade média anual é de 1.250mm (VIAMÃO, 2011).

## 2.2 CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS SOLOS DA REGIÃO

Os solos existentes no município de Viamão são predominantemente argilossolos vermelhos e amarelos, planossolos e gleissolos, que se caracterizam por terrenos com intenso intemperismo (STRECK *et al.*, 2008). Os solos típicos de zonas alagadiças variam de arenosa a argilosa. São ácidos e deficientes em cálcio e fósforo, mas são importantes por manterem os pastos no período de seca e servirem de elo na cadeia alimentar de peixes, aves e mamíferos (VIAMÃO, 2011).

## 2.3 CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA

Em termos econômicos o município de Viamão apresenta, segundo Produto Interno Bruto dos Municípios (IBGE Cidades, 2006), um Valor Adicionado na Agricultura correspondente a R\$ 63.032, na Indústria R\$ 310.189 e nas atividades de Serviços um total de R\$ 906.340.

Esta pequena economia resgata como Imposto sobre produtos líquidos de subsídios equivalentes a R\$ 145.826, com um PIB a preço de mercado corrente de R\$ 1.425.387 e um PIB per capita anual de R\$ 5.441.

## 2.4 ESTRUTURA FUNDIÁRIA DA REGIÃO

O Censo Agropecuário do IBGE (2006) apurou a área total de estabelecimentos agropecuários do Município de Viamão equivalente a 103.079 hectares de terra, dos quais fazem parte 2.562 estabelecimentos rurais.

A divisão de classes nesta extensão de terras e em suas 2.562 propriedades, pode ser considerada em termos de Unidade de Produção Agrícola – UPA, como mais de 70 por cento possuem menos de 50 hectares de terras e, menos de 14 por cento dessas UPAs, possuem mais de 100 hectares de terras.

### 3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O presente capítulo procura apresentar um breve relato da literatura apropriada para o desenvolvimento desse estudo, relacionada com comercialização agrícola, especialmente aquela inerente aos produtos hortigranjeiros. Da mesma forma, encontram-se em destaque, os principais conceitos utilizados no trabalho, envolvidos diretamente nos processos de comercialização de produtos agropecuários.

#### 3.1 COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS

A comercialização de produtos agrícolas, apesar de sua vital importância para a economia, se difere dos demais setores produtivos por sofrer influência direta de fatores como a 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 que tornam a atividade um investimento de risco.

Em uma visão tradicional, a comercialização agrícola – como a hortigranjeira - pode ser considerada como uma simples transferência de produtos entre o produtor rural e outros agentes dentro da cadeia produtiva. Segundo Brand:

[...] entendemos por comercialização o desempenho de todas as atividades necessárias ao atendimento das necessidades e desejos dos mercados, planejando a disponibilidade da produção, efetuando transferência de propriedade de produtos, provendo meios para a sua distribuição física e facilitando a operação de todo o processo de mercado. (BRAND, 1980, p.11)

Ainda de acordo com o autor, as decisões de natureza macroeconômicas são influenciadas pelo mercado e refletem na comercialização. Em termos de mercado agrícola, essas decisões podem ser as políticas de crédito rural adotadas, as

concessões de crédito e os investimentos colocados à disposição das pesquisas agropecuárias.

Entretanto, os autores Mendes e Padilha Junior (2007, p. 8), 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.

De acordo com esses autores existe uma associação entre a produção e o consumo de produtos agropecuários, incluindo, também, a transferência de direitos de propriedade, bem como a manipulação de produtos e os arranjos institucionais que contribuem para a satisfação dos respectivos consumidores.

Os autores Waquil, Mielee e Schultz (2010), considerando uma visão mais tradicional, definem o processo de comercialização agrícola como uma transferência de propriedade do produto, passando do produtor para qualquer outro agente existente nesta cadeia produtiva, configurando dessa forma, uma relação entre o setor agrícola produtivo e o consumidor final.

No que se refere à produção e a comercialização de produtos hortigranjeiros, segundo Maimon (1996), existem poucas informações e muito desencontro em termos estatísticos. Entretanto, no ano de 1996, um trabalho realizado pela Empresa de Consultoria *Saturtun Agribusiness* (1999), aponta a produção de hortaliças como responsável por 4% do PIB - Produto Interno Bruto brasileiro. Da mesma forma, mas com informações um pouco menores, Camargo e Camargo (1999), apontam que os produtos hortigranjeiros participam do PIB do Brasil com um percentual de 3,5%, atribuída a uma produção de 11.571.236 toneladas.

Ainda em termos estatísticos, Nogueira (1999) registra uma produção de hortaliças equivalente a 36 milhões de toneladas, das quais 11 milhões foram comercializados através das Centrais de Abastecimento (CEASAs) existentes em 27 Estados brasileiros.

### 3.2 CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – CEASA - RS

A Central de Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul S/A – CEASA – RS cumpre um papel muito importante no processo de comercialização de produtos agrícolas em nosso Estado. A CEASA é uma sociedade por ações de economia mista, tendo capital do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, a quem cabe a gestão, através da Secretaria de Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo e da Prefeitura Municipal de Porto Alegre.

Segundo informações existentes no site da CEASA - RS<sup>1</sup>, a mesma conta com uma área de aproximadamente 420.000 m<sup>2</sup>, sendo 73.000 m<sup>2</sup> de área construída, distribuídos da seguinte forma: prédio da administração, 10 pavilhões de atacadistas com 400 lojas, pavilhão dos produtores com 994 módulos, pavilhão da melancia com 5 estruturas cobertas e 1 estacionamento para veículos com 10.000 vagas, pavilhão dos carregadores autônomos com 800 vagas, pavilhão para depósito e desdobramento com 15 galpões, 1 galpão para frigoríficos, central de lavagens de caixas plásticas e centro de utilidade pública com: postos médico e policial, tele centro e agências bancárias.

Oferece um mix com mais de 110 produtos, produzidos em 198 municípios gaúchos, 18 Estados brasileiros e 9 países, distribuídos entre boxes e lojas, separados em vários pavilhões do complexo onde se comercializam flores, frutas, legumes, ovos, além de produtos não perecíveis e prestação de serviços, destinando seus produtos a produtores, comerciantes, atacadistas, clientes compradores/distribuidores e prestadores de serviço.

A CEASA - RS é o grande centro distribuidor de hortigranjeiros do Rio Grande do Sul. Conforme o site da instituição<sup>2</sup>, cerca de 35% do total consumido no Estado são comercializados pelas empresas e produtores que operam na CEASA - RS.

É uma cidade dentro da cidade com toda infra-estrutura de serviços, tais como bancos, lanchonetes, restaurantes, churrascaria, escritório de prestação de serviços, além de serviço médico de urgência.

A CEASA – RS foi inaugurada em 1972 no Município de Porto Alegre, tendo como principais objetivos:

[...] a) construir, instalar, abrir filiais e administrar Centrais de Abastecimento e mercados destinados a orientar e disciplinar a distribuição e colocação de

---

<sup>1</sup>Disponível em [www.ceasars.com.br](http://www.ceasars.com.br)

<sup>2</sup>Disponível em [www.ceasars.com.br](http://www.ceasars.com.br)

hortigranjeiros e outros produtos alimentícios, em todo o território do Estado do Rio Grande do Sul; [...] b) participar de planos e programas de Governo para a produção e o abastecimento, interagindo com outras vinculadas ao setor; [...] c) estabelecer relações com pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, regionais, nacionais ou estrangeiros, através de convênios, acordos ou contratos, relacionados à sua atividade; [...] d) auxiliar e subsidiar as políticas de preços do Governo, através de estudos e pesquisas de processos, condições e veículos de comercialização de gêneros alimentícios, dentro de sua competência operacional; [...] e) comprar, vender, transportar e distribuir gêneros alimentícios diretamente a varejistas e/ou consumidores, exclusivamente quando lhe competir a participação em programas sociais oriundos de políticas governamentais.(CEASA – RS)

A Missão da CEASA – RS, no universo atacadista de hortigranjeiros, é de promover o uso das Ferramentas de Qualidade Total, atuando nas áreas de Classificação de Produtos, Padronização de Embalagens, Diminuição de Perdas, Prestação de Serviços, Informação de Mercado, visando à melhoria da Qualidade de Vida de todos.De acordo com o site CEASA – RS<sup>3</sup>, destacam-se as seguintes descrições dos valores institucionais:

[...] a) ética entre produtores, atacadistas e varejistas; [...] b) credibilidade – entre agentes e embalagens; [...] c) responsabilidade e profissionalismo; [...] d) imagem, conceito, reconhecimento; [...] e) resgate da auto estima do cliente interno [...]. (CEASA – RS)

### 3.3 CADEIA PRODUTIVA DE HORTALIÇAS

O seguimento de hortaliças apresenta uma importante evolução de consumo, acrescido, conforme já salientado, pela maior procura por parte de novos consumidores, devido a sua vinculação com alimentos promotores de saúde, considerados como principais fontes de vitaminas e sais minerais na alimentação humana.

A produção de hortaliças, de um modo geral, pode ser considerada predominantemente intensiva, considerando o uso da força braçal em seu cultivo e a produtividade alcançada por área cultivada. De acordo com esses dois enfoques, o cultivo de hortaliças traz consigo um alto valor social, provocado pela sua

---

<sup>3</sup>Disponível em [www.ceasars.com.br](http://www.ceasars.com.br)

capacidade de produção de empregos, bem como pelo considerável valor econômico, devido ao valor agregado por área cultivada. De acordo com a EMBRAPA (2000)<sup>4</sup>, as estimativas são de que cada hectare cultivado gere entre três e seis empregos diretos e um número idêntico de indiretos, além de proporcionar uma renda anual, por hectare, de U\$ 2 mil a U\$ 25 mil, contra menos de U\$ 500 das culturas de grãos.

Segundo Batalha (1997) o estudo e a abordagem de cadeias de produção iniciaram-se pelos pesquisadores franceses, através de uma visão sistêmica, que considerava que a análise sobre o sistema agro alimentar deveria passar pela forma de encadeamento e articulação, gerando diversas atividades econômicas e tecnológicas, envolvidas na produção de um determinado produto agroindustrial. Este pensamento surgiu na escola francesa das Cadeias de Produção Agroindustrial (CPA), cuja denominação em francês é *Filières Agroalimentaires* (FAA).

A escola francesa CPA estuda os processos de integração a partir do setor agro alimentar, analisando o itinerário do produto agrícola e os autores nele envolvidos, desde a produção até o consumo propriamente dito.

Em 1957, Davis e Goldberg começaram a utilizar o termo “agronegócio”, vinculado a abordagem adotada pela escola norte-americana dos Sistemas Agroindustriais (SAG), cuja denominação em inglês é *Commodity System Approach* (CSA), elaborando um instrumental próprio para que seja avaliada a importância do setor agropecuário.

Os autores Miele, Waquil e Schultz (2010, p. 19) apresentam uma tradução do inglês do autor Goldberg (1968), sobre conceituação de agronegócio, onde considera todos os participantes envolvidos na produção, processamento e distribuição de um dado produto agropecuário. Sistemas assim incluem insumos agropecuários, produtores rurais, operações de estocagem, processadores, atacadistas e varejistas envolvidos no fluxo de uma mercadoria, da produção inicial de insumos ao consumidor final. Também incluem todas as instituições que afetam e coordenam estágios sucessivos desse fluxo de mercadorias, tais como o governo, os mercados futuros e as associações de interesse.

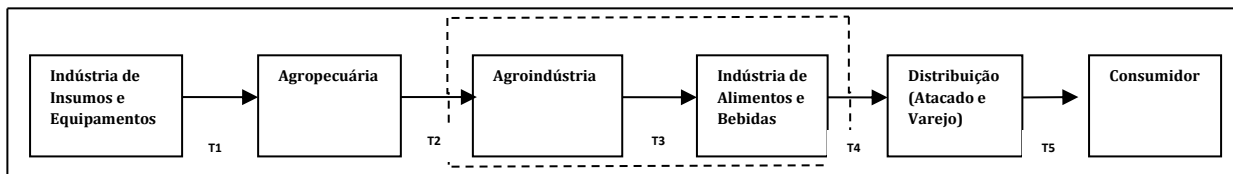
Uma terceira escola a estudar a comercialização agrícola foi a Gestão de Cadeias de Suprimento (GCS), denominada em inglês de *Supply Chain*

---

<sup>4</sup>Centro Nacional de Pesquisas de Hortaliças.

*Management* (SCM), apresentando um foco mais gerencial sobre as funções e os processos de uma determinada empresa, bem como sobre as empresas que compõem a cadeia de suprimento analisada. De acordo com Lambert (1998), esse pensamento surgiu em 1980, tendo origem à logística e ao marketing.

A tabela a seguir apresentada expõe a caracterização sintética dos seguimentos e transações de uma cadeia produtiva agrícola que envolve todos os três seguimentos mencionados.



**Tabela 1 - Caracterização sintética de uma cadeia produtiva.**  
*Adaptado de: ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000; BATALHA, 1997.*

### 3.4 MERCADO

O mercado é o ambiente social ou virtual que possibilita condições para a troca de bens e serviços, onde os ofertantes (vendedores) e os demandantes (compradores) estabelecem uma relação comercial com o fim de realizar transações, acordos ou trocas comerciais.

Para os economistas de um modo geral, o termo mercado está vinculado a um local, físico ou não, onde os respectivos compradores e vendedores estabelecem as condições para realizar uma transação, relacionadas com o preço e as quantidades de um determinado bem ou serviços a ser comercializado. O principal mecanismo regulador do mercado é o preço, ou seja, o valor atribuído ao produto ou serviço. Quando as partes chegam a um acordo na transação, significa que para o comprador o produto adquirido vale tanto ou mais que o valor a ele atribuído e, para o vendedor, o produto vendido vale tanto ou menos que o preço estabelecido.

Em termos de mercado, os economistas costumam enfatizar a conhecida lei de mercado ou lei da oferta e da procura que estabelece a relação entre a procura de um determinado produto pelos consumidores e a quantidade ofertada desse produto pelos respectivos produtores. Com base nesta relação é possível conhecer



o comportamento dos preços de um determinado produto ou serviço. (MORCILLO; TROSTER, 1997).

Os produtos agropecuários são bastante suscetíveis as variações de preços em função dos seus correspondentes períodos de safras. Em períodos em que a oferta de um determinado produto agrícola excede a sua procura o seu preço de mercado tende a cair. Por outro lado, em épocas de entre safra, quando a oferta é menor e limitada, a procura ultrapassa a oferta e, conseqüentemente, ocorre o aumento do preço.

De acordo com Kotler (1998) em seu livro *Administração de Marketing – Análise, Planejamento, Implementação e Controle*, o conceito de troca leva ao conceito de Mercado:

Um mercado consiste de todos os consumidores potenciais que compartilham de uma necessidade ou desejos específicos, dispostos e habilitados para fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo. Assim, o tamanho do mercado depende do número de pessoas que mostram a necessidade ou desejo, que têm recursos que interessam a outros e estão dispostos e em condição de oferecer esses recursos em troca do que desejam. (KOTLER, 1998).

A organização desse processo de troca de bens e serviços formam os sistemas econômicos, os quais conhecemos três. O primeiro é o sistema socialista ou de economia planificada, onde o controle e o planejamento é centrado e executado pelo governo que toma as decisões econômicas sobre o que, quanto, como e para quem produzir determinado produto. O segundo sistema é conhecido como economia de mercado ou sistema capitalista, onde as decisões de mercado são tomadas pelas empresas e pelas famílias, com plena liberdade de escolha. Por último existe o sistema de mercado misto, o mais utilizado pelas sociedades modernas, onde o governo exerce algumas ações de controle sobre o mercado (WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009).

Considerando principalmente o avanço tecnológico atual, os autores Samara e Morsch (1997), em sua obra *Comportamento do Consumidor*, definem mercado como:

[...] o processo de troca entre o grupo de produtores/vendedores e os consumidores acontece no ambiente que denominamos de mercado. Esse local de troca, que no passado era geralmente um espaço físico específico

e delimitado, como mercado público ou feira, por exemplo, hoje se expandiu e envolve até mesmo o virtual, como o ciberespaço e as compras pela internet. (SAMARA; MORSCH, 1997).

O mercado representa também o conjunto de compradores reais ou potenciais em posição de demandar produtos. Na obra Dicionário de Economia do Século XXI, Sandroni (2006) define mercado como sendo:

[...] o termo designa um grupo de compradores e vendedores que estão em contato suficientemente próximo para que as trocas entre eles afetem as condições de compra e venda dos demais. Um mercado existe quando compradores que pretendem trocar dinheiro por bens e serviços estão em contato com vendedores desses mesmos bens e serviços. Desse modo, o mercado pode ser entendido como o local, teórico ou não, do encontro regular entre compradores e vendedores de uma determinada economia. Concretamente, ele é formado pelo conjunto de instituições em que são realizadas transações comerciais (feiras, lojas, Bolsas de Valores ou de Mercadorias, etc.). Ele se expressa, entretanto, sobretudo na maneira como se organizam as trocas realizadas em determinado universo por indivíduos, empresas e governos. (SANDRONI, 2006, p. 528, *apud* WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009)

Considerando apenas o ponto de vista dos consumidores os autores Kupfer e Hasenclever (2002), vêem o mercado como à demanda por um grupo de produtos substitutos próximos entre si.

A sociedade, de um modo geral, convive com dois tipos de mercados identificados pelo de bens de consumo, exemplificado pelo mercado de produtos agrícolas, e pelo mercado de fatores produtivos, onde destacamos o mercado financeiro, o petrolífero e o mercado de trabalho.

A maneira como os produtos agrícolas são diferenciados é considerada em uma análise de mercado, separando-se os produtos em estado bruto ou com um grau pequeno de industrialização e baixo grau de diferenciação dos demais produtos que recebem um maior grau de processamento e diferenciação (ZUIN; QUEIROZ, 2006).

Os produtos agrícolas também são separados por categorias de análise ligadas diretamente pelo seu grau de similaridade ou pela sua possibilidade de substituição. Os autores Waquil, Schultz e Miele (2010), apresentam uma tabela de representação de produtos de agrícolas e pecuários e os seus respectivos mercados:

**Produtos da lavoura e da pecuária e respectivos mercados**

<b>Produto</b>	<b>Mercado</b>
<b>Grãos</b>	
Arroz	Alimentação (humana)
Cevada	Alimentação (humana e animal) e bebidas
Milho	Alimentação (humana e animal), bebidas e combustíveis
Soja	Alimentação (humana e animal), bebidas e combustíveis
Trigo	Alimentação (humana)
<b>FLVs</b>	
Frutas	Alimentação (humana) e bebidas
Legumes	Alimentação (humana)
Verduras	Alimentação (humana)
<b>Outras lavouras</b>	
Algodão	Fibras
Cana-de-açúcar	Alimentação (humana e animal), bebidas e combustíveis
Café	Bebidas
Ervas	Bebidas, fitoterápicos e fibras
Fumo	Cigarros
Pastagens	Alimentação (animal)
Pinus e eucalipto	Celulose, madeira e combustíveis
<b>Produção animal</b>	
Aves	Alimentação (humana), adubos e combustíveis
Apicultura	Alimentação (humana) e terapicos
Bovinos	Alimentação (humana), lácteos, couro e adubos
Ovinos	Alimentação (humana), lácteos, fibras e adubos
Pesca e piscicultura	Alimentação (humana)
Suínos	Alimentação (humana), adubos e combustíveis

**Tabela 2 - Mercados dos produtos agropecuários.**

**Fonte: Mercado e Comercialização de Produtos Agrícolas (WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009).**

### 3.5 DEMANDA

Demanda pode ser um sinônimo de procura e, conforme conceito atribuído por Sandroni (2006, p. 160 *apud* WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009), demanda é a quantidade de um bem ou serviço que consumidores desejam e estão dispostos a adquirir por determinado preço e em determinado momento em um determinado mercado.

Diante desse conceito a demanda pode ser entendida como a procura de um determinado bem ou serviço, mas não, necessariamente, como consumo desse bem

ou serviço, considerando que consumidores podem querer esse produto ou serviços e não consumi-lo.

A principal variável que influencia a demanda de determinado bem ou serviço é o seu correspondente preço de mercado. Entretanto, as preferências dos consumidores, a renda e riqueza e os limites do orçamento disponível, bem como os preços de bens substitutos e complementares e a expectativa futura sobre a disponibilidade do bem ou serviço também afetam na movimentação da demanda de mercado e são consideradas determinantes de demanda (HALL e LIEBERMAN, 2003; PINHO e VASCONCELLOS, 2004; ARBAGE, 2006 *apud* WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009).

No mercado propriamente dito, a demanda sempre tem influência direta sobre a oferta. Considerando os produtos agropecuários a demanda pode ser sazonal, podendo aumentar ou diminuir o seu desejo de consumo, de acordo com as estações do ano.

Os produtos hortigranjeiros de um modo geral e, acima de tudo os produtos destacados neste trabalho, possuem uma demanda inelástica de preços, ou seja, os preços podem variar muito durante o ano, mas a quantidade demandada varia muito pouco.

Como determinantes de demanda ocorrida por esses produtos durante o ano, podemos considerar como principal às variações de preços do produto, considerando que no inverno alguns preços podem subir em até 650%. Considerando este aspecto, a renda do consumidor também é um fator determinante de demanda do produto. Ainda em termos de demanda, consideramos também como determinante os costumes e os hábitos do consumidor, os quais consomem mais verduras em períodos de calor.

### 3.6 OFERTA

Oferta é a quantidade de bens ou serviços que se produz e se oferece no mercado, por determinado preço e em determinado período de tempo (SANDRONI, 2006, p. 429 *apud* WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009).

Da mesma forma ocorrida com demanda, a principal variável da oferta de um produto é o seu respectivo preço ou valor comercial. Como outros determinantes da oferta, os preços dos insumos de produção, como mão de obra e matéria prima, a lucratividade dos produtos alternativos, os avanços tecnológicos que reduzem custos de produção e aumentam a produtividade, as condições climáticas que podem prejudicar ou favorecer a produtividade e, por último, as expectativas futuras da disponibilidade dos insumos e dos fatores de produção (HALL e LIEBERMAN, 2003; PINHO e VASCONCELLOS, 2004; ARBAGE, 2006 *apud* WAQUIL; SCHULTZ; MIELE, 2009).

Diante dessa igualdade de condições, os autores, em suas respectivas obras, prevêem que quando o valor comercial de um produto sofre aumento, considerando que as demais variáveis ficaram inalteradas, a quantidade ofertada desse produto no mercado também é acrescida, provocado pelo interesse do produtor ou empresário de obter maior lucratividade. O contrário também é verdadeiro, quando o preço diminui e as demais variáveis ficaram inalteradas, a quantidade ofertada é reduzida.

Na agricultura propriamente dita, a oferta de determinado produto pode ser definida através das quantidades que os produtores estão dispostos e aptos a oferecer ao Mercado, considerando vários níveis possíveis de preços, em dado período de tempo.

Em termos de determinantes de oferta ocorrida com os produtos hortigranjeiros durante o ano, destacamos a expansão ou retração da atividade de cultivo, ocasionadas pela variação sazonal, onde no verão o cultivo é bem superior que no inverno. Esta variação está diretamente relacionada com a produtividade e com a qualidade do produto, uma vez que no verão algumas verduras encontram-se pronta para serem comercializadas num período inferior a 25 dias, enquanto que no inverno este espaço de tempo pode alcançar mais de 60 dias.

### 3.7 POLÍTICAS PÚBLICAS E POLÍTICAS PARA O MEIO RURAL

“Políticas públicas” são diretrizes, princípios norteadores de ação do poder público; regras e procedimentos para as relações entre poder público e sociedade, mediações entre atores da sociedade e do Estado (TEIXEIRA, 2002). Essas

políticas documentadas através de leis, programas ou linhas de financiamentos orientam as ações do Estado envolvendo aplicações de recursos públicos.

As políticas públicas traduzem formas de exercício do poder político, envolvendo a distribuição e redistribuição de poder, o papel do conflito social nos processos de decisão, a repartição de custos e os benefícios sociais, gerando a necessidade de mediações sociais e institucionais, para que se possa obter um mínimo de consenso.

Conforme Teixeira, as políticas públicas visam:

[...] responder a demandas, principalmente dos setores marginalizados da sociedade, considerados como vulneráveis. Essas demandas são interpretadas por aqueles que ocupam o poder, mas influenciadas por uma agenda que se cria na sociedade civil através da pressão e mobilização social [...] visam ampliar e efetivar direitos de cidadania, também gestados nas lutas sociais e que passam a ser reconhecidos institucionalmente [...] objetivam promover o desenvolvimento, criando alternativas de geração de emprego e renda como forma compensatória dos ajustes criados por outras políticas de cunho mais estratégico (TEIXEIRA, 2002, p.3).

Para formulação das políticas públicas é preciso entender a composição de classe, mecanismos internos de decisão dos diversos aparelhos, seus conflitos e alianças internas da estrutura de poder, que não é monolítica ou impermeável às pressões sociais, já que nela se refletem os conflitos da sociedade.

Nas áreas tradicionalmente consideradas como objeto de políticas públicas, como assistência social, meio ambiente, habitação, saneamento, produção agrícola e pecuária, abastecimento alimentar, educação e saúde, o Município tem competência comum com a União e o Estado, exercendo essa competência através da cooperação entre as esferas de poder, por meio da transferência de recursos ou pela cooperação técnica. As fronteiras entre essas esferas de poder não são devidamente definidas, resultando na superposição de atividades.

No caso das políticas voltadas à produção agrária e ao desenvolvimento rural, como o setor de hortigranjeiros, o grande desafio encontra-se caracterizado na distribuição e alocação dos recursos públicos e na composição do poder público.

A grande desigualdade no controle de terra constitui-se num dos grandes obstáculos para o desenvolvimento rural, em bases amplas, para muitos países em desenvolvimento (BARRACLOUGH, 1998).

Conforme Barraclough (1998), o acesso à terra se conecta, nessa perspectiva, ao direito e ao desenvolvimento. Visto pela ótica da cidadania o acesso à terra se caracteriza pelo direito de homens e mulheres em promover seu próprio sustento e pela obrigação de serem produtivos, para seu grupo familiar e para a sociedade. O autor ainda destaca:

As formas pelas quais os governos lidam com o que eles chamam de múltiplos problemas agrários são determinadas, em boa parte, pelas circunstâncias, pelas estruturas socioeconômicas ou pelo sistema político. As políticas públicas são, inevitavelmente, fortemente influenciadas pelo discernimento político sobre o que é factível, diante de interesses e demandas conflitantes, entre os grupos de apoio e os adversários, potencialmente perigosos, que são cruciais, tanto domesticamente, quanto externamente. Quem são esses grupos, e qual será a sua influência relativa, dependerá das instituições sociais (BARRACLOUGH, 1998).

No Brasil, a partir da década de 90, o movimento sindical dos trabalhadores rurais ligados à confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura (CONTAG) e ao Departamento Nacional de Trabalhadores Rurais da Central Única dos Trabalhadores (DNTR/CUT), passou a organizar-se e direcionar suas reivindicações e lutas para a chamada “reconversão e reestruturação produtiva” dos agricultores familiares (SCHNEIDER *et al.*, 2004). Conforme Schneider (2004), até o início da década de 1990, não existia nenhum tipo de política pública especial com abrangência nacional, voltada ao atendimento das necessidades do setor agropecuário.

Graziano da Silva (2003, *apud* Pereira e Silva, 2009) considera que a ótica que tem prevalecido nas políticas agrícolas no Brasil é de estimular a oferta de produtos agrícolas de maneira geral, através de crédito subsidiado ou por meio de medidas específicas, como políticas por produto e programas regionais.

Segundo os autores, as políticas públicas voltadas para a agricultura familiar surgiram no Brasil em decorrência do contexto macroeconômico da reforma do Estado, motivados pelo fortalecimento dos movimentos sociais rurais e pela necessidade de intervenção estatal visando amenizar o quadro exclusão social existente.

O fortalecimento do Ministério do Desenvolvimento Agrário, a criação do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural (CMDR) e do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF, 2006) podem ser considerados

avanços importantes, em termos de políticas públicas, ocorridas para o setor agropecuário brasileiro.

O PRONAF, criado em 1995 pelo Governo Federal, é um Programa de apoio ao desenvolvimento rural que tem como princípio o fortalecimento da agricultura familiar, considerado como um segmento gerador de postos de trabalho e renda. O Programa é executado de forma descentralizada e tem como protagonistas os agricultores familiares e suas organizações (PRONAF, 2006). Como princípios básicos, o PRONAF promove negociações de políticas públicas com órgãos setoriais, o financiamento de infra estrutura e serviços públicos nos municípios, o financiamento da produção da agricultura familiar por meio do crédito rural e a profissionalização dos agricultores familiares.

Programas e políticas públicas como o PRONAF e outras, desenvolvidas e legitimadas pelo Estado, possibilitaram o surgimento de uma nova categoria social, originária no meio rural, conhecida como os agricultores familiares.

A agricultura familiar passou a ser vista como um sistema de produção específico e particular, com grande capacidade de adaptação. Esse discurso, construído também pelo engajamento das universidades, generalizou-se através de pesquisadores, técnicos e lideranças apoiados pela mídia e instituições diversas, como as igrejas, por exemplo. O modelo familiar, bem estruturado, com políticas adequadas, é econômica e socialmente eficiente, sensível às questões ambientais e, por isso, se firma crescentemente como sustentável ou durável (GEHLEN, 2004).

A partir destas ações de fortalecimento do meio rural foram criadas também, pelo Governo Federal, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, diversos programas voltados ao desenvolvimento da agricultura familiar e incentivo à comercialização de seus produtos. Exemplos dessas ações são o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos e o PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar.

O Programa de Aquisição de Alimentos – PAA foi instituído pelo artigo 19 da Lei 10.696/2003, sendo desenvolvido com recursos dos Ministérios do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - MDS e do Desenvolvimento Agrário – MDA. Este programa é uma das ações do Programa Fome Zero e promove o acesso a alimentos às populações em situação de insegurança alimentar, possibilitando inclusão social e econômica no campo por meio do fortalecimento da agricultura



familiar. Com ele, o Governo Federal propicia a aquisição de alimentos de agricultores familiares, com isenção de licitação, a preços compatíveis aos praticados nos mercados regionais. Os produtos são destinados a ações de alimentação empreendidas por entidades da rede sócio assistencial.

Conforme site do Ministério de Desenvolvimento Agrário – MDA<sup>5</sup>, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado em 2003, é uma ação do Governo Federal para colaborar com o enfrentamento da fome e da pobreza no Brasil e, ao mesmo tempo, fortalecer a agricultura familiar. Para isso, o programa utiliza mecanismos de comercialização que favorecem a aquisição direta de produtos de agricultores familiares ou de suas organizações, estimulando os processos de agregação de valor à produção.

Junto ao Município de Viamão, segundo informações obtidas da Prefeitura Municipal, o Programa PAA no ano de 2011 representou a aquisição de 954,4 mil toneladas de alimentos de 72 agricultores rurais, totalizando R\$ 543.999,10, correspondente a R\$ 7.555,54 por produtor rural envolvido.

Porém, os 72 agricultores que vendem seus produtos para a Secretaria de Assistência Social de Viamão não são moradores do município, pois os produtores locais não estão organizados para realizar esta comercialização com a Prefeitura Municipal.

Por sua vez, o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, também conhecido como Merenda Escolar, consiste na transferência de recursos financeiros do Governo Federal, em caráter suplementar, aos Estados, Distrito Federal e Municípios, para a aquisição de gêneros alimentícios destinados à merenda escolar. Os beneficiários da Merenda Escolar são alunos da educação infantil (creches e pré-escolas), do ensino fundamental, da educação indígena, das áreas remanescentes de quilombos e os alunos da educação especial, matriculados em escolas públicas dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, ou em estabelecimentos mantidos pela União, bem como os alunos de escolas filantrópicas, em conformidade com o Censo Escolar realizado pelo INEP no ano anterior ao do atendimento.

Ainda de acordo com as informações do site do MDA<sup>6</sup>, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) também é uma ação do Governo Federal, regulado pela Lei nº 11.947/2009, que determina a utilização de, no mínimo, 30% dos

---

<sup>5</sup>Disponível em <http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/paa>

<sup>6</sup>Disponível em <http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/alimentacaoescolar>

recursos repassados pelo FNDE – Fundo Nacional de Desenvolvimento, para alimentação escolar na compra de produtos da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações, priorizando os assentamentos de reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas.

A aquisição de gêneros alimentícios será realizada, sempre que possível, no mesmo município das escolas. As escolas poderão complementar a demanda entre agricultores da região, território rural, estado e país, nesta ordem de prioridade.

Conforme informações recebidas dos servidores municipais, o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, coordenado pela Secretaria Municipal de Educação, da Prefeitura Municipal de Viamão atendeu, com base nos dados do ano de 2011, a 25.215 estudantes, com gastos originários do Ministério de Educação equivalente a R\$ 2.093.568,28, acrescido de R\$ 763.260,65, em forma de contra partida do município.

A Secretaria de Educação fez questão de salientar que os gêneros alimentícios são comprados através de processo licitatório, com exceção das compras originadas na agricultura familiar, onde é realizada uma chamada pública, cujo total da compra em 2011 chegou a R\$ 721.457,40, para a compra da merenda escolar.

## 4 METODOLOGIA

### 4.1 TIPOS DE ESTUDO

A abordagem do Trabalho de Conclusão de Curso foi uma pesquisa qualitativa, procurando descrever os processos utilizados pelos produtores para realizar a comercialização da produção hortigranjeira, dando ênfase à qualidade das atividades desenvolvidas e apontando as dificuldades encontradas.

Conforme definido por Gerhardt e Silveira (2009. p. 32), a pesquisa qualitativa não pode ser quantificada, preocupando-se com aspectos relacionados com a realidade. Neste caso em especial, a preocupação do presente estudo está relacionada com a realidade diária vivida pelos produtores rurais, atores principais, buscando identificar e registrar as dificuldades por eles enfrentadas nas atividades de comercialização dos produtos hortigranjeiros.

Como toda a pesquisa qualitativa os resultados não serão apresentados em forma numérica, mas sim pelo aprofundamento da compreensão do trabalho e das dificuldades relatadas pelo grupo social correspondente aos produtores rurais pesquisados

Ainda conforme Gerhardt e Silveira (2009), a natureza deste estudo é básica objetivando gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista, dirigidos para a solução futura de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais.

No que se refere à possibilidade de alcançar os objetivos propostos, a pesquisa foi exploratória, identificando e registrando os problemas e dificuldades detectados, envolvendo levantamento bibliográfico, entrevistas com os produtores rurais, utilizando um roteiro semi-estruturado, e análise dos dados levantados (GIL, 2007).

Quanto aos procedimentos foi uma pesquisa de campo, caracterizada pelo levantamento das informações e de problemas identificados pelos produtores rurais, utilizando, como instrumento uma entrevista, em roteiro de entrevistas semi-estruturado, aplicado diretamente aos produtores envolvidos, composto de perguntas relacionadas com o cotidiano dos produtores, as atividades desenvolvidas

nos processos de produção (plantio, manutenção e colheita) e na comercialização, bem como identificando algumas informações sobre as condições socioeconômicas das famílias envolvidas.

O método utilizado para o desenvolvimento do estudo partiu de uma teoria sobre cadeia produtiva e mercados para a verificação no ambiente empírico, de um caso em particular, utilizando-se de dedução e indução para realização de um estudo de caso.

#### 4.2 CAMPO DE ESTUDO/UNIDADE DE ANÁLISE

Esta pesquisa foi realizada com uma amostra empírica, não-probabilística, junto ao universo dos produtores rurais de produtos hortigranjeiros da localidade Passo do Fiúza, do município de Viamão do Estado do Rio Grande do Sul.

#### 4.3 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

O plano de amostragem foi definido e planejado de forma criteriosa porque dele depende todo o resultado da pesquisa. De acordo com os autores Schiffman e Kanuk (2000), o plano de amostragem deve contemplar questões básicas, como qual o público a ser pesquisado (unidade de amostra), que quantidade pesquisar (tamanho da amostra) e como selecionar este público alvo (procedimento da amostragem).

Com base no método explicitado por Almeida (1989), conhecido como método de amostragem não-probabilístico, a amostragem procurou selecionar uma parcela da população viamonense de produtores hortigranjeiros para o estudo, buscando correlações a partir das respostas dadas por esta pequena parcela de população ao roteiro de entrevista aplicado. Ainda segundo este autor, o método de amostragem não-probabilística intencional é adequado para estudos nas áreas rurais, considerando as dificuldades em estabelecer contatos com os produtores pela

dificuldade de acesso às propriedades e, também, pela desconfiança manifestada pelos agricultores em participar de processos de investigações.

Para o desenvolvimento da pesquisa de campo foi utilizada amostragem não-probabilística intencional, em que produtores das relações de vizinhança do pesquisador, fato que facilitou a abordagem, foram entrevistados e aceitaram responder as questões do roteiro previamente.

Para Matar (1996, p. 132) a amostragem não-probabilística intencional determina a seleção dos elementos da população para compor a amostra a partir do julgamento do pesquisador ou do entrevistador de campo.

De acordo com Aaker, Kumar e Day (1995. p. 375), a amostragem não probabilística intencional é usada tipicamente em pesquisas exploratórias envolvendo uma população homogênea.

Curwin e Slater (1991, p. 8), afirmam que existem ocasiões em que a amostragem não probabilística é, não só adequada, como até mesmo preferível, à amostragem probabilística. A utilização da uma amostragem não probabilística bem conduzida pode produzir resultados plenamente satisfatórios, com maior rapidez e com menos custos.

Conforme identificado no início deste estudo, os produtores rurais, atores principais, cultivam verduras no Município de Viamão, na localidade Passo do Fiúza, utilizando as águas do Arroio Fiúza para a irrigação de suas plantações. Atualmente existem em torno de 50 (cinquenta) propriedades rurais produtoras de hortaliças que se encaixam nessas particularidades.

Considerando que esses 50 produtores rurais correspondem à população total estudada, para efeito de critério de amostragem foi realizada uma classificação desse público total, identificando características comuns entre eles, também chamadas de tipologias, levando em consideração a área cultivada por cada produtor, antiguidade na profissão e se o produtor possui caminhão próprio para o transporte da produção para a CEASA. O apêndice 04 – Tipologia Utilizada para a Amostragem, anexo ao final desse trabalho, apresenta a classificação dos 50 produtores rurais, utilizados como público alvo da pesquisa, de acordo com a tipologia enquadrada.

Foram escolhidos os critérios de tipologias, área cultivada, antiguidade na profissão e propriedade de caminhão, porque os mesmos estão diretamente

relacionados com as condições socioeconômicas das famílias produtoras, muitas vezes determinando as suas condições produtivas.

As tipificações dos produtores rurais consideram os seguintes critérios:

- Produtores Tipo 1: produtores rurais que cultivam menos de 10 hectares de terra, com menos de 10 anos na profissão e que possuem caminhão para transporte da produção;
- Produtores Tipo 2: produtores rurais que cultivam menos de 10 hectares de terra, com menos de 10 anos de profissão e que não possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 3: produtores rurais que cultivam menos de 10 hectares de terra, com mais de 10 anos de profissão e que possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 4: produtores rurais que cultivam menos de 10 hectares de terra, com mais de 10 anos de profissão e que não possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 5: produtores rurais que cultivam mais de 10 hectares de terra, com menos de 10 anos de profissão e que possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 6: produtores rurais que cultivam mais de 10 hectares de terra, com menos de 10 anos de profissão e que não possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 7: produtores rurais que cultivam mais de 10 hectares de terra, com mais de 10 anos de profissão e que possuem caminhão própria para transporte da produção;
- Produtores Tipo 8: produtores rurais que cultivam mais de 10 hectares de terra, com mais de 10 anos de profissão e que não possuem caminhão própria para transporte da produção;

A tabela 3, a seguir, exemplifica as tipificações dos produtores rurais:

	Área Cultivada		Antiguidade		Possui Caminhão	
	< 10 Há	> 10 Ha	< 10 Anos	> 10 Anos	Sim	Não
Tipo 1	X		x		X	
Tipo 2	X		x			X
Tipo 3	X			x	X	
Tipo 4	X			x		X
Tipo 5		X	x		X	
Tipo 6		X	x			X
Tipo 7		X		x	X	
Tipo 8		X		x		X

**Tabela 3 - Tipificação dos Produtores Rurais**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Considerando as tipologias adotadas para a escolha da amostragem, em termos de quantidade, observamos o seguinte quadro:

Total da População	População escolhida para amostragem	Tipologia Adotada	Descrição da Tipologia
3	1	Tipo 1	< 10 Ha - < 10 anos - Sim Caminhão
10	2	Tipo 2	< 10 Ha - < 10 anos - Não Caminhão
2	1	Tipo 3	< 10 Ha - > 10 anos - Sim Caminhão
7	1	Tipo 4	< 10 Ha - > 10 anos - Não Caminhão
4	1	Tipo 5	> 10 Ha - < 10 anos - Sim Caminhão
9	1	Tipo 6	> 10 Ha - < 10 anos - Não Caminhão
4	1	Tipo 7	> 10 Ha - > 10 anos - Sim Caminhão
11	2	Tipo 8	> 10 Ha - >10 anos - Não Caminhão
<b>50</b>	<b>10</b>		

**Tabela 4 - Resultado da Tipificação**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Procurando explicar o critério utilizado para a escolha da amostragem, foi escolhido um produtor rural de cada tipificação adotada, totalizando 8 produtores rurais, acrescido de mais um produtor das duas maiores tipificações.

Desse total de propriedades rurais, a amostra escolhida para efeito de estudo, utilizando o critério de tipificação acima mencionado, foi de um montante de 10 empreendimentos ou famílias de pequenos produtores, que fizeram parte do roteiro de entrevista aplicado.

Neste caso em particular, conforme previsto pelo método de pesquisa utilizado (não probabilístico intencional), o entrevistador responsável pela pesquisa de campo, autor do presente estudo, reside nas vizinhanças do público alvo selecionado e que, por também ser técnico agrícola, conhece as dificuldades enfrentadas e atividades desenvolvidas pelos produtores rurais.

Para possibilitar maior confiabilidade a amostragem não-probabilística intencional procura utilizar profissionais especializados como entrevistadores (*experts*). Os autores Aaker, Kumar e Day (1995, p. 376) argumentam que a escolha de *experts* é uma forma de amostragem intencional usada para escolher elementos "típicos" e "representativos" para uma amostra.

#### 4.4 COLETA DE DADOS

As informações foram coletadas através de entrevistas, utilizando, conforme já mencionado, um roteiro de perguntas semi-estruturado, cujas respostas foram analisadas no desenvolvimento do estudo. Este trabalho de entrevistas foi realizado com um total de 10 famílias de pequenos produtores rurais, no decorrer de 30 dias.

#### 4.5 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados foi elaborada pela análise de conteúdo das respostas atribuídas à pesquisa formalizada, sendo estudadas e analisadas todas as dificuldades apontadas pelos produtores rurais, iniciando-se pelas leituras das falas



e transcrição das entrevistas realizadas. Foi realizada esta análise por ser adequada para pesquisas qualitativas, trabalhando com a noção do tema, relacionado com as dificuldades demonstradas pelos produtores em promover a comercialização da produção. Conforme Minayo (2007, p. 316), a análise de conteúdo consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõe uma comunicação cuja presença ou frequência signifique alguma coisa para o objeto analítico visado.

Ainda conforme Gerhardt e Silveira (2009, p.84), a análise do conteúdo caracteriza-se, de forma metodológica e objetiva, pela capacidade de sistematizar as ações referentes ao tema estudado.

#### 4.6 ASPECTOS ÉTICOS

As questões éticas serão respeitadas quanto à coleta e análise dos dados das entrevistas, assim como os direitos autorais serão respeitados com a citação de fontes e autores, em atendimento às especificações da legislação vigente, lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 5.1 CONDIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS DOS PRODUTORES RURAIS

As entrevistas mantidas com os produtores rurais selecionados tem como resultado unânime que as suas famílias têm uma vida relativamente tranqüila, mesmo não havendo período de férias anual, pois cultivam o ano todo.

Conforme manifestação de um produtor rural entrevistado:

[...] as atividades de produção, manutenção e comercialização de produtos hortigranjeiros são consideradas árduas e pesadas, realizadas praticamente nos 365 dias do ano, independentemente do tempo e do clima, com sol ou chuva, com calor ou frio [...]. (PRODUTOR RURAL, nº. 2)

Aliado a todas essas dificuldades, conforme foi possível verificar durante as entrevistas realizadas nas propriedades, o rendimento familiar líquido disponibilizado para a manutenção e para o conforto dos familiares envolvidos é muito pequeno, sendo calculado, em termos médios, pelos entrevistados, algo em torno de 5 a 10 por cento do custo total de produção, podendo haver prejuízos em determinados períodos do ano.

Todos os produtores considerados para o estudo residem em casa própria com algum conforto, localizada próxima ao centro do município, tendo acesso a serviços como hospital, bancos e correio, por exemplo, e ao varejo, como farmácias e supermercados.

Os produtores possuem, em sua maioria, carro próprio, sendo que alguns possuem caminhões para o transporte da produção. Os produtores que não possuem caminhões transportam a produção com o seu vizinho, como uma troca de favores.

No decorrer das entrevistas com os produtores foram considerados como pontos fortes na atividade o fato de trabalharem em um ramo que conhecem desde criança, a possibilidade de manterem a família unida também no trabalho e a certa facilidade de comercialização da produção na CEASA. Ainda em termos positivos, comentam que conhecer bem a região, possuir terra própria com água para a

irrigação e dispor de equipamentos e maquinários próprios necessários à atividade também podem ser considerados como pontos fortes.

Segundo outro depoimento recebido de produtor rural:

[...] a vida rural não tem facilidades, necessitando de muito trabalho e pouco descanso e, também, contar com a ajuda divina para a proteção contra as enchentes e a seca [...] (PRODUTOR RURAL, n. 5).

Considerando as informações dos dez produtores entrevistados, a tabela abaixo (Tabela 5) apresenta as características socioeconômicas dos produtores rurais entrevistados, correspondentes ao fato de possuir ou não caminhão para transporte da produção e ter concluído o curso fundamental, bem como uma correlação correspondente ao faturamento bruto anual inferior ou superior a R\$ 20.000,00 e uma característica produtiva, considerando a quantidade colhida anualmente, em pés, do produto mais comercializado pelos produtores, o alface.

Produtores	Características Sociais				Características Econômicas		Características Produtivas Produto Alface	
	Possui Caminhão p/Transporte Produção	Não Possui Caminhão p/Transporte Produção	Possui Curso Fundamental Completo	Não Possui Curso Fundamental Completo	Faturamento anual < R\$ 20 Mil	Faturamento anual > R\$ 20 Mil	Produção Anual < 200 Mil Pés	Produção Anual > 200 Mil Pés
Produtor 01	X			X	X			X
Produtor 02	X			X		X	X	
Produtor 03	X		X		X			X
Produtor 04		X		X		X		X
Produtor 05		X		X		X	X	
Produtor 06		X	X			X		X
Produtor 07		X		X	X			X
Produtor 08		X	X			X	X	
Produtor 09		X		X		X		X
Produtor 10		X	X		X		X	

**Tabela 5 - Características sociais, econômicas e produtivas dos agricultores entrevistados**  
Fonte: Trabalho de Campo (2013)

Esta tabela também reflete a realidade socioeconômica dos produtores entrevistados, podendo ser analisada junto aos critérios de tipificação dos produtores, realizados para apurar a amostragem, correspondentes a área cultivada, antiguidade na profissão e a propriedade de caminhão para transporte da produção. Os critérios de tipificação adotados associados a esta tabela socioeconômica possibilitam identificar que os produtores que cultivam uma área maior dispõem mais recursos financeiros e podem promover maiores investimentos em suas propriedades.

Referente às cotações dos preços no mercado, as mesmas têm relação direta com a variação dos efeitos climáticos ocorridos na região, fazendo com que as hortaliças sofram uma expansão ou uma retração em sua atividade de cultivo. Quando há um prolongamento do verão na região, os pequenos produtores aventuram-se em plantar novos canteiros, ficando na expectativa da estabilidade do tempo e, conseqüentemente, de realizarem uma boa colheita para ser comercializada.

Diante disto, se houver a existência de excesso de chuvas, calor, ocorrência de queda de granizo ou geada, a cotação dos preços dos produtos hortigranjeiros passa por constantes variações, fazendo com que alguns produtores, não afetados por essas ocorrências, obtenham resultados econômicos na comercialização maiores que os demais.

Os produtos hortigranjeiros, de um modo geral, possuem uma grande sazonalidade no que se refere a sua produção e produtividade, tendo como conseqüência a ocorrência de grandes variações de preço durante o ano comercial. Os produtos de verão, como o alface, possuem preços máximos nos meses de julho a agosto, em função da produtividade baixa e da pouca oferta, podendo alcançar valor superior a R\$ 30,00 a caixa com 12 unidades. Por outro lado, os preços mínimos são identificados nos meses de dezembro a março, onde há maior oferta e grande produtividade, chegando a um valor inferior a R\$ 3,00 a mesma caixa com 12 unidades.

Da mesma forma que outros produtos agrícolas, os hortigranjeiros possuem demanda inelástica de preços, ou seja, conforme referências anteriormente apresentadas, os preços podem variar muito durante o ano, mas a quantidade demandada varia muito pouco.

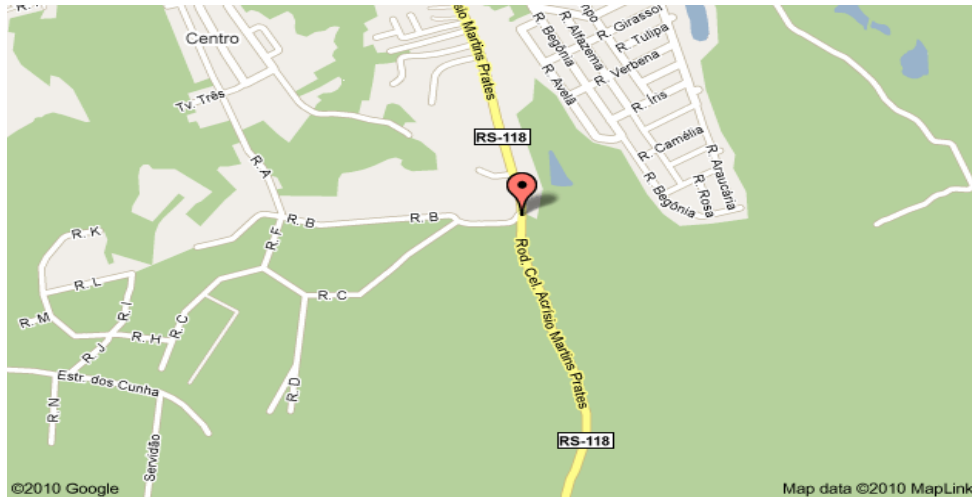
Procurando exemplificar e localizar o campo de estudo, estão sendo apresentados, abaixo, os croquis de duas propriedades rurais:



**Figura 2– Propriedade do Produtor 01 - Área 11 Ha**  
**Localização: Rodovia RS 040, Viamão – RS**  
**Fonte: Google Maps (2013)**



**Figura 3– Foto da Área Cultivada Produtor 01**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**



**Figura 4– Propriedade do Produtor 02 - Área 01 Ha**  
**Localização: R. Gomercindo Caetano da Rocha, Viamão – RS**  
**Fonte: Google Maps (2013)**



**Figura 5– Foto da Área Cultivada Produtor 02**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

## 5.2 PROBLEMAS E DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS PRODUTORES RURAIS

O censo 2006 do IBGE, no subtítulo Produto Interno Bruto, consta para o Município de Viamão que o valor adicionado a Agropecuária representa apenas R\$ 63.032, representando 20,30% do total econômico do município.

Ainda segundo o censo 2006, a produção agrícola correspondente à atividade hortigranjeira representa 11% do total de propriedades agrícolas do município de

Viamão. A área cultivada dessas propriedades encontra-se entre zero e 20 hectares, sendo utilizado nível médio de tecnificação, com utilização de sementes e mudas de variedades de polinização aberta em sua maioria. A utilização de híbridos ainda é muito incipiente.

O nível de mecanização é de baixo a médio, sendo utilizado algum maquinário para a elaboração dos canteiros para o cultivo. A venda normalmente é comercializada na CEASA em Porto Alegre.

Junto às propriedades estudadas na amostra realizada, os produtores rurais cultivam hortaliças, sendo as mais plantadas a alface, couve folha, radite, rúcula e tempero verde, dependendo do período do ano.

A terra para o plantio é preparada com o auxílio de trator acoplado a um equipamento que promove a lavragem, quebra dos torrões, discagem e montagem dos canteiros, de aproximadamente 1,5 metros de largura, com comprimento variável, em torno de 100 a 150 metros (Figura 6). É aplicado sobre a terra de 3 a 4 vezes por ano algum tipo de adubagem, procurando repor os seus nutrientes naturais.



**Figura 6 – Preparação dos canteiros**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Após esse preparo, quando a terra estiver bem macia, preferencialmente após uma chuva, é realizado o plantio das hortaliças, conforme figura 7. Esse trabalho é desenvolvido de forma manual, onde são plantadas as respectivas mudas, uma a uma, com tamanho variado, dependendo da cultura.



**Figura 7– Plantio de couve manteiga**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Diariamente é promovida a irrigação dos canteiros por meio de motor movido à luz, localizado no Arroio Fiúza, o qual bombeia a água através de canalização e bicos que aspiram para a plantação (Figura 8).



**Figura 8– Irrigação dos canteiros de alface**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Periodicamente é aplicado na plantação algum tipo de fungicida e/ou herbicida, no intuito de tratar possíveis doenças e controlar a incidência de ervas daninhas.



Comprovando que as atividades são, em sua maioria, manuais, no período de desenvolvimento das hortaliças são realizadas, por duas vezes, os serviços de capina manual dos canteiros, de acordo com o demonstrado na figura 9.



**Figura 9– Capina manual dos canteiros**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

A colheita da produção também é realizada diariamente (Figura 10), dependendo do que será comercializado, sendo os produtos acondicionados em caixas plásticas para serem embarcados no caminhão.



**Figura 10 – Colheita de salsa verde**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Toda a produção colhida é comercializada junto a CEASA – RS, local onde os produtores possuem uma área alugada no galpão de hortigranjeiros que corresponde a um espaço físico de 2,00 metros por 1,50 metros, pelo qual é pago mensalmente o valor aproximado de R\$ 450,00 (quatrocentos e cinquenta reais). Neste espaço os produtores empilham suas caixas para exposição, contendo a produção diária, e aguardam a chegada dos clientes para promover a venda dos produtos (Figura 11).



**Figura 11– Vista do pavilhão de hortigranjeiros da CEASA**  
**Fonte: Trabalho de Campo (2013)**

Mesmo comercializando a produção junto a CEASA, com objetivo de obter lucro, os produtores rurais enfrentam diversos tipos de concorrência, desde a concorrência proveniente de outros agricultores, de sua região ou de outras, até aquela proveniente do poder de negociação de compradores e de fornecedores de insumos (PORTER, 1996).

Os produtos hortigranjeiros não vendidos no dia retornam para a propriedade e, geralmente, são jogados fora, servindo de adubo para os próximos canteiros.

O desenvolvimento dessas atividades, realizadas com mão-de-obra braçal e familiar, requer imensuráveis sacrifícios com baixos resultados econômicos, conforme manifestado pelos produtores.

Procurando amenizar essas dificuldades os produtores entrevistados acreditam ser extremamente necessário um envolvimento maior do Estado, neste caso representado pela CEASA, em termos de apoio e assessoramento técnico.

Considerando que no galpão de hortigranjeiros são expostos diariamente produtos de mais de 1.000 produtores rurais, geralmente agricultores familiares de pequena escala, a Secretaria de Desenvolvimento Rural, através da CEASA - RS, poderia reduzir os valores cobrados pelo espaço físico destinado para a comercialização, conforme desejo manifestado pelos produtores entrevistados.

Da mesma forma, poderiam ser disponibilizadas para os produtores câmaras frias para armazenamento dos seus produtos, quando não comercializados no dia. Seria de vital importância implantar, também, atividades de forma mais enfáticas, de assessoramento técnico e de aplicação de cursos e palestras aos seus associados.

A forma de comercialização utilizada pelos produtores estudados, em sua totalidade, é bastante precária, dependendo única e exclusivamente da venda realizada no dia junto a CEASA - RS. Os mesmos não possuem garantia de venda, pois os possíveis clientes não têm responsabilidade de compra, formalizados em algum documento ou contrato.

Os custos de comercialização são demasiadamente altos, correspondentes, em média, conforme apresentado pelos produtores rurais, em torno de 25 por cento do custo total, quando comercializado.

Os trabalhos braçais realizados são muito pesados para, após um dia inteiro de trabalho, aliado a um determinado período de tempo para o desenvolvimento da planta, jogar a produção não comercializada fora, porque é impossível vendê-la no dia seguinte.

Além disso, a variação de preços demonstrada é grande, em função de aumento ou redução da produtividade, sazonalidade da produção, demanda e oferta de mercadoria. Todos esses aspectos fazem com que os produtores tenham algum lucro em um determinado dia, mas, no dia seguinte, amargam com constantes prejuízos.

Segundo Batalha (2001), o grande desafio da comercialização e, por sua vez, dos produtores rurais, é saber equilibrar a sazonalidade da oferta com a estabilidade da demanda.

### 5.3 ENTRAVES A INTRODUÇÃO DE NOVAS FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO

As informações levantadas através das entrevistas mantidas com os produtores rurais, seguindo o roteiro semi-estruturado previamente preparado, aliado ao conhecimento das atividades por eles desenvolvidas, bem como pelo fato das pessoas entrevistadas serem conhecidas, não se mostram suficientes para evitar surpresas frente ao trabalho árduo realizado, resultando em pouco rendimento financeiro.

Embora essas famílias de produtores de pequena escala possuam certa tranquilidade em suas vidas, usufruindo, inclusive, de determinados confortos disponibilizados para poucos, o trabalho braçal desenvolvido pelos mesmos é muito grande e sem garantias de retorno.

Em determinados períodos do ano a rentabilidade conquistada pode ser considerada negativa, resultando em grandes prejuízos financeiros.

Diante das dificuldades, conforme exposto neste trabalho, um produtor rural entrevistado manifestou a sua preocupação, demonstrando interesse na busca por alternativas para minimizar os problemas enfrentados:

[...] chegou o momento de pensar em outras formas de comercialização com maiores garantias de venda, mantidas em acordos formais ou contratos, com prazos, quantidades e preços previamente definidos [...] (PRODUTOR RURAL, n. 4).

### **5.3.1 Necessidade de União entre os Produtores Rurais da Região**

No decorrer do levantamento das informações e nas citações das entrevistas, foi possível identificar que os produtores rurais dessa região, envolvidos com o cultivo e comercialização de produtos hortigranjeiros, carecem de um suporte institucional que lhes garanta poder de barganha para fazer frente à concentração de compradores na comercialização de sua produção. Da mesma forma, existe uma maior necessidade de planejamento nas atividades de logística, na formalização dos contratos realizados nas comercializações, bem como na divulgação da qualidade e da imagem dos produtos.

No que se refere à aquisição de sementes, os produtores rurais afirmam a existência de uma acentuada dependência externa de tecnologia, deixando a cadeia produtiva, demasiadamente fragilizada.

Foi identificado, também, pelos entrevistados no desenvolvimento desse trabalho, que os produtores rurais da região dependem quase que exclusivamente da CEASA para comercializar sua produção *in natura*.

A dependência dos produtores rurais da comercialização exclusiva em um único local físico, no caso representado pela CEASA, certamente é um problema complexo, considerando que produtos hortigranjeiros devem ser vendidos no dia, por serem extremamente perecíveis.

Segundo contato mantido com técnicos da Gerência Técnica da CEASA – RS, a resistência do pequeno produtor rural em permanecer dependente da comercialização exclusiva naquele espaço físico deve-se ao seu baixo poder de barganha frente a outras possíveis formas de comercialização, como também ao fato de que o pequeno produtor de hortigranjeiros não possui produção regular no decorrer do ano (GERÊNCIA TÉCNICA - CEASA - RS).

Essas dificuldades poderiam ser amenizadas ou reduzidas, de acordo com o pensamento dos produtores, com uma maior união dos produtores rurais em torno de interesses comuns, podendo concretizar essa união através da criação de uma cooperativa ou associação. Segundo Souza (2009), na agricultura familiar é normal que se adote a organização coletiva para conseguir espaço no mercado.

Os produtores rurais, em sua grande maioria, principalmente aqueles vinculados a culturas extensivas e de *commodities*, utilizam e tem a seu dispor inúmeros mecanismos e instrumentos, sejam públicos ou privados, para apoio a produção e a comercialização da produção e para minimizar riscos provocados pelas oscilações de preços ocorridas no mercado.

Como exemplo dessas políticas públicas que estão à disposição da produção de alimentos em larga escala (*commodities*) citamos a existência de diversas linhas de crédito de custeio e comercialização (EGF, AGF e linhas de custeio), como também programas de proteção a eventos climáticos (PROAGRO e Seguro Agrícola), bem como o Programa de Garantia de Preços Mínimos (PGPM), que de certa forma, evita que o grande produtor tenha prejuízos na comercialização.

Entretanto, produtores rurais que desenvolvem atividades de pequenos cultivos e criações, como os agricultores familiares de pequena escala, não tem

acesso semelhante aos instrumentos públicos de apoio para a realização do seu trabalho. Esta é uma queixa unânime entre os produtores rurais entrevistados.

A falta de acesso às políticas públicas também afeta diretamente os produtores rurais que cultivam produtos hortigranjeiros, destacando-se entre os mesmos, aqueles localizados na micro região estudada para o desenvolvimento desse trabalho. Esses produtores de hortigranjeiros desconhecem e não têm acesso a créditos e financiamentos. Diante dessa realidade, Moro afirma que:

[...] o crédito rural concentrou-se nas maiores propriedades em tecnologia de produção mais intensivas de capital, nas regiões mais desenvolvidas do país e nas culturas mais tecnificadas e de maior peso da balança comercial. (MORO, 1991, p.125).

Os melhores programas de financiamento de crédito rural oferecidos pela rede bancária brasileira contemplam, principalmente, os médios e grandes produtores rurais que cultivam produtos considerados *commodities*. Outras culturas que se encontram fora da lista de exportação, entre as mesmas os produtos hortigranjeiros, encontram dificuldades de serem financiadas pelo Sistema Nacional de Crédito Rural – SNCR, contrariando o que estabelece a Lei 4826/65, artigo 3º, alínea III, que tem como objetivo possibilitar o fortalecimento econômico dos produtores rurais, notadamente pequenos e médios (BOBBIO, 1965).

Nos últimos anos, a agricultura familiar passou a ser mais valorizada fazendo com que produtos como verduras, legumes, frutas, ovos, bolachas caseiras, macarrão colonial, frango caipira, dentre outros, produzidos de forma mais sustentável, tivessem um incentivo a mais no mercado, destacando a produção local e contribuindo para a geração de renda.

Conforme manifestado pelos produtores rurais entrevistados, se houvesse maior união entre os mesmos, através da formação de associação ou cooperativa, seria possível firmar parcerias com o Governo do Estado e com a Prefeitura Municipal, visando à implantação no município do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA e do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE. A cooperação, nas suas diversas formas (grupos, associações, cooperativas), oferece caminhos para os pequenos agricultores enfrentarem a competição cada vez mais acirrada no sistema alimentar (SOUZA 2009).

Conforme já mencionado anteriormente, os agricultores que vendem seus produtos para a Secretaria de Assistência Social de Viamão não são moradores do município, pois os produtores locais não estão organizados para realizar esta comercialização com a Prefeitura Municipal.

A Lei que regula o PNAE estabelece que do total dos recursos financeiros repassados pelo FNDE, no mínimo 30% (trinta por cento) deverá ser utilizado na aquisição de gêneros alimentícios diretamente da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações.

Porém, até o dia 17 de junho de 2013 esta mesma Lei Federal determinava que quando este percentual de 30% a ser adquirido da agricultura familiar fosse superior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), os Órgãos Públicos somente poderiam adquirir os produtos agrícolas de Grupos Formais, ou seja, organizações produtivas detentoras de Declaração de Aptidão ao PRONAF – DAP Jurídica.

Essas exigências foram extintas através da Resolução CD/FNDE nº 26, de 17 de junho de 2013, quando passou a ser permitida a aquisição de produtos agrícolas de Grupos Informais, correspondentes a agricultores familiares detentores de Declaração de Aptidão do PRONAF – DAP Física, organizados em grupo ou fornecedores individuais.

Entretanto, esta Resolução também permite, através do seu Artigo nº 30, que nos Municípios onde o valor do repasse do PNAE seja superior a R\$ 700.000,00 (setecentos mil) por ano, as autoridades locais poderão optar por aceitar propostas apenas de organizações com DAP Jurídica, desde que previsto na chamada pública. Sendo assim, a aquisição de produtos da agricultura familiar por meio de produtores individuais fica a exclusivo critério dos Senhores Secretários de Educação e Prefeitos Municipais.

Diante do exposto, até o presente momento, os produtos hortigranjeiros adquiridos para alimentação dos estudantes do município de Viamão são todos comprados de produtores de cidades vizinhas, detentores da documentação exigida e/ou organizados em associações e cooperativas.

### **5.3.2 Implantação de uma nova forma de comercialização**

Considerando o que já foi relatado, com base nas manifestações explanadas nas entrevistas, os agricultores familiares de Viamão, envolvidos com as tarefas de cultivo de produtos hortigranjeiros, encontram-se carentes de apoio técnico e de suporte às atividades de produção e, especialmente, de comercialização de seus produtos.

A criação de uma Cooperativa de Produtores/Agricultores Familiares de Pequena Escala, envolvidos com as atividades de cultivo, manutenção e comercialização de hortigranjeiros, devidamente estruturada e administrada pelos próprios cooperados, poderia suprir esta carência. Em termos de força e poder de negociação a união desses produtores poderá trazer resultados plenamente satisfatórios, principalmente quando essa força for associada com outros parceiros, tais como governos Federal, Estadual e Municipal, visando facilitar as tarefas de comercialização dos produtos.

Dessa forma, segundo pretensões dos produtores, essas tarefas poderão ser simplificadas através da formalização de contratos de fornecimento de produtos hortigranjeiros para suprir as necessidades do Governo do Estado e da Prefeitura Municipal de Viamão, impostas pelos programas assistências PAA e PNAE.

Conforme informações obtidas pelos servidores da Prefeitura Municipal de Viamão, os produtos hortigranjeiros que compõe os programas assistências supracitados são provenientes de outros municípios. De acordo com essas informações, e conforme visto anteriormente, a Prefeitura não pode adquirir os produtos dos produtores de Viamão porque os produtores rurais locais não estão devidamente organizados para promover vendas para organismos públicos Estaduais ou Municipais.

Em seu Trabalho de Conclusão de Curso, Correa (2011) apresenta o PNAE como um canal de comercialização da agricultura familiar que vem dando certo, a exemplo da COOPAR – Cooperativa Mista de Pequenos Agricultores da Região Sul, mas evidencia a necessidade de organização dos produtores, ressaltando no decorrer do estudo a presença da organização social como fator importante no acesso ao mercado e às diversas políticas públicas. O trabalho evidencia ainda que o acesso aos mercados por parte dos agricultores locais se dá predominantemente através de Cooperativas, o que ressalta um dos maiores desafios da agricultura familiar: sua capacidade de organização.



### 5.3.3 Beneficiamento da Produção

Conforme já abordado anteriormente, os produtos hortigranjeiros possuem uma significativa importância no faturamento do varejo. Porém o valor agregado nestes produtos pode ser considerado muito baixo, fazendo com que a rentabilidade dos produtores rurais seja também muito pequena. Aliada a essa problemática, as perdas ocorridas desde a colheita até o consumo são demasiadamente altas em função dos produtos serem extremamente perecíveis.

Procurando apresentar uma forma mais vantajosa de comercialização, alguns produtores rurais estão agregando valor ao produto final através da adoção de novos manejos no processamento das verduras. Como novos manejos, identificamos, inicialmente, a seleção, lavagem e embalagem do produto hortigranjeiro em pequenas bandejas ou sacos, facilitando, dessa forma, o trabalho de preparo do consumidor final.

Este mercado de processamento mínimo de hortaliças está em pleno crescimento no Brasil, trazendo aos consumidores finais inúmeros benefícios, tais como a padronização dos produtos, a otimização do espaço das cozinhas e a baixa exigência de mão-de-obra para a sua manipulação.

Em busca desses benefícios os consumidores finais de produtos hortigranjeiros já buscam nos supermercados o produto minimamente processado.

As atividades relacionadas com o processamento mínimo de frutas e hortaliças tiveram, nos últimos anos, um crescimento considerável no mundo como um todo, especialmente nos Estados Unidos e nos países europeus, ocasionado pela necessidade de maiores cuidados com a produção por parte dos produtores, visando à exportação, como pela crescente preocupação dos consumidores com a qualidade e facilidade no seu manuseio.

Segundo informações obtidas junto a Gerência Técnica da CEASA – RS, esta tendência mundial certamente resultará na obrigatoriedade de comercializar frutas e hortaliças somente após o desenvolvimento de algum tipo de beneficiamento, principalmente em função de uma higienização prévia dos produtos (GERÊNCIA TÉCNICA DA CEASA – RS).

No Brasil este processo de beneficiamento mínimo está apenas começando, com um grau de aceitabilidade plenamente satisfatório em função do aumento do

poder de compra da população. Atualmente, as classes antes menos favorecidas têm acesso e possibilidade de aquisição desses produtos que facilitam o seu dia a dia. Da mesma forma, a preocupação dos consumidores em adquirir produtos saudáveis e naturais tem favorecido o processo de beneficiamento mínimo de produtos hortigranjeiros.

Infelizmente no Brasil pouquíssimos produtores rurais desenvolvem algum tipo de beneficiamento de suas produções. Em nossa área de estudo, localizado no Passo do Fiúza, junto ao Município de Viamão, existem em torno de 50 produtores rurais envolvidos com o cultivo de hortigranjeiros e nenhum deles promove algum tipo de beneficiamento mínimo da produção. Entretanto, conforme manifestado pelos produtores existe o interesse de adotar procedimentos de beneficiamento da produção para agregar maior valor comercial aos produtos hortigranjeiros.

Diante dessa realidade, relacionada com a reduzida oferta de produtos minimamente processados no mercado e a crescente demanda por parte dos consumidores locais, é possível concluir que promover algum tipo de beneficiamento dos produtos hortigranjeiros é um ótimo negócio, agregando valor comercial e facilitando a comercialização final.

Procurando exemplificar iniciativas de beneficiamento de produtos hortigranjeiros, merecem destaque as empresas Lotus Produtos Higienizados, de Porto Alegre e Vila Verde, de Gravataí, que promovem o beneficiamento de alface para comercialização na rede de supermercados da região metropolitana e vem obtendo sucesso como novas práticas de comercialização.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente existem e são colocados à disposição da agricultura familiar, pelos Governos Federal e Estadual, uma série de programas e incentivos de apoio a atividade agrícola desenvolvida por agricultores familiares de pequena escala. São programas controlados pelo Governo do Estado e pelos Ministérios de Desenvolvimento Agrário e de Desenvolvimento Social.

Conforme foi possível observar no decorrer desse trabalho, especialmente durante os contatos realizados, que os produtores rurais, atores principais desse estudo, desconhecem esses programas. São políticas públicas que poderiam incentivar a comercialização de seus produtos e facilitar a vida desses agricultores familiares, mas os mesmos desconhecem a sua existência ou não têm acesso aos seus benefícios. Para que estes produtores rurais possam usufruir destes programas e projetos de incentivo à agricultura familiar os mesmos deveriam estar mais organizados, em sua classe de agricultores, procurando conhecer e buscar os seus direitos.

Os programas específicos de comercialização da produção, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), possibilitariam 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 contratos de prestação de serviços.

Da mesma forma, procedem as manifestações colocadas pelos produtores de que o Sistema Financeiro promove maior apoio aos médios e grandes produtores, especialmente aqueles ligados a culturas extensivas e *commodities*. Atualmente esse Sistema Financeiro não tem programas de crédito para custeio de hortigranjeiros e, conseqüentemente, inexistente PROAGRO – Programa de Garantia da Atividade Agropecuária ou Seguro Agrícola para este setor. Outro programa que ainda não ampara a produção hortigranjeira é o PGPM – Programa da Garantia de Preços Mínimos, que poderia amenizar possíveis prejuízos dos produtores em caso de queda do preço na hora da comercialização.

Os dados coletados a campo demonstraram que as maiores áreas cultivadas possibilitam aos proprietários maiores rentabilidades e a possibilidade de maiores investimentos, como, por exemplo, a aquisição de maquinários e tratores.

Outro aspecto também observado no decorrer dos estudos diz respeito à vontade demonstrada por cada produtor em promover a criação de uma associação ou cooperativa que tenha como objetivo auxiliar os seus associados em suas atividades diárias. Entretanto, esse desejo associativo não se realiza por falta de união entre os produtores, bem como pela carência de informações e de assessoramento sobre as vantagens possíveis de se obter através dessa iniciativa. Certamente as atividades de comercialização poderiam ser realizadas mais facilmente por meio de compras institucionais, por parte do poder público, se os produtores estivessem unidos através de uma associação ou cooperativa, ou ainda, poderiam ser desenvolvidas novas formas de comercialização, através do beneficiamento de produção.

Os aspectos relacionados com as dificuldades de obtenção de informações dos produtores, durante os processos de entrevistas, podem ser considerados com pontos limitantes no desenvolvimento do presente estudo, considerando que os mesmos têm dificuldades de promover uma maior abertura de suas vidas pessoais.

As dificuldades e carências registradas pelos produtores rurais entrevistados identificam uma importante demanda para o profissional formado na área de Desenvolvimento Rural, visando contribuir com esse processo de informação e de assessoramento aos produtores rurais, com o intuito de colocar em prática o desenvolvimento de uma agricultura preocupada com a sustentabilidade da nossa economia.

## 7 REFERÊNCIAS

AAKER, David; KUMAR, V. & DAY, G. **Marketing research**. John Wiley & Sons, Inc. 1995.

ALMEIDA, Joaquim Anécio. **Pesquisa em Extensão Rural: um Manual de Metodologia**. Brasília, MEC/ABEAS, 1989.

ARBAGE, Alessandro Porporatti. **Fundamentos de Economia Rural**. Chapecó: Argos, 2006.

BARRACLOUGH, S. **Land reform in developing countries: the role of the State and other actors**. Genebra: United Nations Research Institute for Social Development, 1998.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. Vol. I. São Paulo. Atlas (1997).

BATALHA, M. O. Recursos Humanos para o Agronegócio brasileiro. Brasília, CNPq, 2001.

BRANDT, Sérgio Alberto. **Comercialização Agrícola**. Piracicaba: Livroceres, 1980.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. Guia Alimentar para a População Brasileira: promovendo a alimentação saudável. (Série A. Normas e Manuais Técnicos). Brasília; 2005.

BOBBIO, P.V. *et. al.* **Lex coletânea de legislação**. São Paulo: Ed. LEX Ltda. Ano XXIX, 1965.

BORK, Flavia Suzana. Caracterização da Percepção dos Associados na sua relação com a COOPAR. São Lourenço do Sul, 2011.

CEASA – RS entrevista com o Sr. Claiton Colvelo da Rosa, Divisão Técnica. Em Abril de 2013.

CAMARGO FILHO, W. P. **Acomodação da Produção Olerícola**. Instituto de Economia Agrícola de SP. 2010.

Cartilha Associativismo e Cooperativismo. Instituto Ecológica. Palmas – TO. 2007.

CERDEÑO, V.J.M. Hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas - Resultados del Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria. Ver. Distribución y Consumo, n.88, p.5-28, 2006. Disponível em: [http://www.mercasa.es/nueva/revista/08\\_dyc\\_88.php](http://www.mercasa.es/nueva/revista/08_dyc_88.php). Acesso em Julho de 2013.

CONAB, Companhia Nacional de Abastecimento. **Diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros**. 1ª Edição Brasília: Copri Coordenadoria de Comunicação e Promoção Institucional, 2009.

CORREA, Edilene dos Santos. Programa Nacional de Alimentação Escolar – Um Canal de Comercialização da Agricultura Familiar de São Lourenço do Sul. São Lourenço do Sul, 2011.

COSTA, Michele. **Hortaliças: Fonte de Saúde e Riquezas para o País**. Guia da Terra. EMBRAPA, Brasília. Ano 4, n. 1, p. 4, junho 2000.

CURWIN, Jon & SLATER, Roger. **Quantitative methods for business decisions**. 3ª ed. 1991.

DENACOOP - Departamento de Cooperativismo e Associativismo Rural. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo- SDC. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/cooperativismo-associativismo/o-denacoop>. Acesso em Março de 2013.

FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2007, 10 de agosto. Faostatdatabase: core consumption data. Disponível em: <http://faostat.fao.org/default.aspx>. Acesso em Março, 2013.

FERNANDES, O. A.; BUENO, A. F. MIP Receituário Agrônomo, 2002.

FILHO, Waldemar Pires de Camargo; CAMARGO, Ana Maria Montragio Pires. Mercado Regional de Hortaliças e Mercosul: ações de governo e economia globalizada. **Informações Econômicas**. SP, v. 29, n. 12. Dezembro 1999.

FRÖHLICH, Egon Roque e DORNELES, Simone Bochi (Org.). **Elaboração de Monografia na Área de Desenvolvimento Rural**. (Série Educação a Distância). Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

GEHLEIN,IVALDO. Políticas Públicas e Desenvolvimento Social. São Paulo em Perspectiva, 18(2): 95-103, 2004.

GERHARDT, Tatiane E, SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2007.

GOLDBERG, Ray Allan. Agribusiness coordination: a systems approach to the wheat, soybean, and Florida orange economies. Boston: Harvard University, Division of Research, Graduate School of Business and Administration, 1968.

HALL, Robert Ernest; LIEBERMAN, Max. **Microeconomia: princípios e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Senso Agropecuário 2004, 2006, 2007, 2008 e 2009. Disponível em <[www.ibge.gov.br/cidadesa](http://www.ibge.gov.br/cidadesa)>. Acesso em Março de 2013.

IDESAM - Instituto de Cooperação e Desenvolvimento Sustentável do Amazonas. Cartilha de Associativismo e Cooperativismo. Disponível em: <http://www.idesam.org.br/publicacoes/pdf/Cartilha%20de%20Associativismo%20e%20Cooperativismo.pdf>. Acesso em Março de 2013.

JAIME, P.C. *et. al.* Educação nutricional e consumo de frutas e hortaliças: ensaio comunitário controlado. Revista Saúde Pública, [online], v.41, n.1, p.154-157, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.org>. Acesso em Julho de 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: Análise, Planejamento. Implementação e Controle. 5ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (Org.). Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LAMBERT, Douglas. M. **Supply Chain Management: what does it involve?** Ohio: Ohio State - University, 1998.

LEITE, Sérgio Pereira [et. al]. Políticas públicas, atores sociais e desenvolvimento territorial no Brasil. Série desenvolvimento rural sustentável; v.14. Brasília: IICA, 2011.

MAIMON (1996) – MAIMOM, Dalia. **Passaporte Verde – Gestão Ambiental e Competitividade**. Qualitymark Editora, 1996.

MATTAR, F. **Pesquisa de marketing**. Ed. Atlas. 1996.

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

MINAYO, M. C. de S. O Desafio do Conhecimento. 10ª Edição. São Paulo: Hucitec, 2007.

MORCILLO, F. M; TROSTER, R. L. Introdução à Economia. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

MORO, D.A. Desenvolvimento econômico e dinâmica espacial da população no Paraná contemporâneo. **Boletim de geografia**, Maringá, ano 16, n. 01, p.1-55, 1998.

NOGUEIRA, Eduardo. Mercados Atacadistas – Mudanças Necessárias. **Revista Agroanalysis**, v. 19. N. 6, 1999. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de (Org.). **Manual de Economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

PEREIRA, Viviane Santos; SILVA, Andre Wagner Barata. Políticas Públicas e Desenvolvimento Rural: o caso de São Thomé das Letras. Universidade Federal de Lavras/MG. Lavras, 2009.

PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

PRONAF. O que é PRONAF. Disponível em: [http://www.pronaf.gov.br/quem\\_somos/perguntas.htm](http://www.pronaf.gov.br/quem_somos/perguntas.htm). Acesso em Julho 2013.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do Consumidor. Pearson, 1997.

SANDRONI, Paulo (Org.). **Dicionário de Economia do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTURTUN AGRIBUSINESS – CONSULTORIA E PARTICIPAÇÕES LTDA. Coordenação Fundação ABC. **Oportunidades para o estabelecimento de um programa de Frutas & Vegetais no Paraná**. 1999.

SCHIFFMAN, L. & KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. LTC Editora. 6<sup>a</sup> ed. 2000.

SCHNEIDER, S. (2010). Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. Revista de Economia Política, v.30, n.3, p. 511-531, jul./set.

SOUZA, Marcelo Santos de. Redes de cooperação no pequeno varejo: a construção social dos mercados de hortifrutigranjeiros no rio grande do sul. Série PGDR – Tese Nº 23 Porto Alegre 2009.

STRECK, E. V.; KÄMPF, N.; DALMOLIN, R. S. D.; KLAMT, E.; NASCIMENTO, P. C. do; SCHNEIDER, P.; GIASSON, E.; PINTO, L. F. S. **Solos do Rio Grande do Sul**. 2<sup>a</sup> Edição. EMATER/RS - ASCAR. 222 p. Porto Alegre, 2008.

TEIXEIRA, Elenaldo Celso. **O local e o global: limites e desafios à participação cidadã**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Cortez; Recife: EQUIP; Salvador: UFBA, 2001.

\_\_\_\_\_. **O papel das Políticas Públicas no Desenvolvimento Local e na Transformação da Realidade**. São Paulo: Cortez; Recife: EQUIP; Salvador: UFBA, 2002.

VIAMÃO. 2011. Prefeitura Municipal de Viamão. Disponível em <<http://www.viamao.rs.gov.br/viamao>>. Acesso em Março de 2013.

WAQUIL, P.D. SCHULTZ, G. MIELE, M. 2009. Material Didático. DERAD 016 **Mercado e Comercialização de Produtos Agrícolas**. PLAGEDER/UFRGS. Disponível <<http://moodleinstitucional.ufrgs.br/mod/resource/view.php?id=160814>>. Acesso em Março de 2013.



ZUIN, Luís Fernando Soares; QUEIROZ, Timóteo Ramos (Coord.). Agronegócios: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva, 2006.

## 8 APÊNDICES

### Apêndice A–ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.

#### Perguntas utilizadas para facilitar o Roteiro da Entrevista.

#### IDENTIFICAÇÃO DA PROPRIEDADE:

Nome do Proprietário:

Condição do Produtor:

Localização:

Área:

Atividade predominante:

Outras atividades:

#### ROTEIRO DE PERGUNTAS:

- 1 – A propriedade utilizada para cultivo é própria?
- 2 – A família reside em casa própria? Quantos quartos possui a residência?
- 3 – A família possui automóvel?
- 3 – Quais eletrodomésticos existentes na residência?
- 4 – Possui filhos em idade escolar? Qual o grau de estudo mais elevado?
- 5 – Possui computador em casa?
- 6 – Quais os maquinários existentes na propriedade?
- 7 – Que hortaliças são cultivadas?
- 8 – O sustento da família provém do cultivo de hortaliças?
- 9 – Existe alguma outra renda familiar?
- 10 – A produção pode ser considerada Familiar?
- 11 – Quais as atividades desenvolvidas para o cultivo de hortaliças?
- 12 – Qual o percentual de trabalho manual?
- 13 – Como são desenvolvidas as atividades de comercialização da produção?
- 14 - Como os produtos são levados para a CEASA?
- 15 – Porque toda a produção é comercializada na CEASA?
- 16 – Toda a produção é vendida no dia?
- 17 – O que é feito com os produtos não vendidos no dia?

- 15 – Qual a variação de preço dos produtos comercializados?
- 16 – Ocorrem prejuízos na comercialização?
- 17 – Existe união entre os produtores rurais de hortigranjeiros da região?
- 18 – Porque não experimentar outra forma de comercialização?
- 19 – Os produtores conhecem os programas federais PAA e PNAE?
- 20 – Os produtores não gostariam de fornecer produtos para os programas federais PAA e PNAE?
- 21 – Os produtores não gostariam de fornecer produtos garantidos contratualmente, em termos de prazos, quantidades e preços?
- 22 – São usados agrotóxicos na produção?
- 23 – Como é feito o descarte de embalagens de agrotóxicos na propriedade e na região?
- 24 – Existem áreas de baixada (várzeas), topo de morro, nascentes ou cursos d'água na área de propriedade? São áreas utilizadas para produção?
- 25 – Quais são as práticas de preservação e proteção ao meio ambiente realizadas na propriedade?
- 26 – A propriedade já recebeu visitas de órgãos fiscalizadores da produção e/ou do meio ambiente? Já houve propriedades multadas na região?
- 27 – Qual o maior problema ambiental enfrentado pelas propriedades da região?  
Nota-se poluição do meio ambiente?
- 28 – Como o produtor se informa a respeito do que acontece sobre a agricultura?  
Como se informa a respeito do que acontece sobre o meio ambiente?
- 29 – Como o produtor se informa ou é informado a respeito de leis relacionadas à sua atividade produtiva e ao meio ambiente?
- 30 – O que o produtor pensa a respeito das leis de preservação do ambiente no meio rural?
- 31 – O que o produtor pensa a respeito dos defensivos agrícolas (ou agrotóxicos)?

**Apêndice B - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO, LIVRE E  
ESCLARECIDO**

**Trabalho de Conclusão de Curso  
INSTITUIÇÃO RESPONSÁVEL – UFRGS**

**NOME:**

**RG/CPF:**

Este **Consentimento Informado** explica o Trabalho de Conclusão de Curso **“COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS CULTIVADOS NO MUNICÍPIO DE VIAMÃO, LOCALIDADE PASSO DO FIÚZA”** para o qual você está sendo convidado a participar. Por favor, leia atentamente o texto abaixo e esclareça todas as suas dúvidas antes de assinar.

Aceito participar do **Trabalho de Conclusão de Curso “COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS CULTIVADOS NO MUNICÍPIO DE VIAMÃO, LOCALIDADE PASSO DO FIÚZA”**– *do Curso de Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural – PLAGEDER*, que tem como objetivo “Analisar e compreender os canais de comercialização dos produtos hortigranjeiros produzidos na localidade conhecida como Passo do Fiúza localizada no Município de Viamão, Estado do Rio Grande do Sul”.

A minha participação consiste na recepção do aluno **“Wellington Miguel Homrich dos Santos”** para a realização de entrevista.

Fui orientado de que as informações obtidas neste Trabalho de Conclusão serão arquivadas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS e que este projeto/pesquisa resultará em um **Trabalho de Conclusão de Curso** escrito pelo aluno. Para isso, (  ) **AUTORIZO** / (  ) **NÃO AUTORIZO** a minha identificação.

Declaro ter lido as informações acima e estou ciente dos procedimentos para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso, estando de acordo.

**Assinatura** \_\_\_\_\_

**(Cidade local), \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/2013**

**Apêndice C - PRODUÇÃO HORTIGRANJEIRA DO MUNICÍPIO DE VIAMÃO  
COMERCIALIZADA JUNTO A CEASA  
ANO DE 2012**

PRODUTO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
ABOBRINHA ITALIANA	11.322	11.448	13.554	3.726	1.782	1.224	0	1.620	6.660	10.296	9.648	10.080	81.360
ABOBRINHA TRONCO	0	80	0	0	0	0	0	0	0	320	1.472	0	1.872
ACELGA	0	0	0	0	0	0	0	270	318	174	0	0	762
AGRIAO	35.815	26.679	33.328	35.595	37.459	29.400	32.558	33.842	26.421	36.769	34.459	31.121	393.446
AIPO SALSÃO	224	91	0	0	20	429	494	419	786	999	694	479	4.635
ALFACE	187.051	157.576	168.332	149.557	154.436	124.418	122.485	119.789	100.414	130.084	141.395	165.957	1.721.494
ALFACE AMERICANA	17.135	10.850	17.890	11.635	6.420	3.610	1.950	505	1.020	1.570	3.395	10.910	86.890
ALHO MACHO	0	0	0	200	50	0	0	0	0	0	0	0	250
ALHO PORRO	351	0	0	372	687	606	258	87	390	651	378	1.206	4.986
ALMEIRAO/RADITE	4.835	4.103	4.239	3.985	4.790	5.074	5.654	5.773	4.703	5.591	5.067	4.809	58.623
BERINJELA	12.500	10.490	12.100	10.060	8.164	4.140	2.420	150	480	1.470	890	1.540	64.404
BETERRABA	5.148	3.060	4.608	5.724	3.906	11.070	9.990	19.476	15.210	37.530	15.210	4.050	134.982
BETERRABA MOLHO	10.170	5.220	6.966	6.840	18.090	18.900	23.526	15.876	11.196	12.024	13.122	10.926	152.856
BROCOLIS	0	0	50	30	0	590	2.480	1.010	120	310	100	0	4.690
BROCOLIS HIBRIDO	2.670	1.860	2.232	2.340	3.054	3.522	9.972	17.322	8.454	15.900	5.394	3.930	76.650
BROTOS/MOYASHI	1.505	1.287	1.793	1.555	1.726	1.404	1.499	1.457	1.383	1.282	1.673	1.706	18.270
CAQUI CHOCOLATE	0	0	900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900
CAQUI FUYU	0	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
CENOURA	4.500	3.800	4.900	5.100	5.200	1.800	32.560	68.300	26.900	77.960	27.400	3.800	262.220
CENOURA MOLHO	2.880	1.665	3.366	4.095	4.545	3.357	3.465	3.240	3.060	8.199	3.825	3.420	45.117
CHEIRO VERDE/TEMPERO	13.105	10.426	11.242	11.187	12.221	11.880	13.790	14.141	11.564	13.068	11.757	10.987	145.368
CHICORIA/ESCAROLA	1.450	850	865	290	215	405	1.140	895	410	385	535	385	7.825
COUVE	79.019	64.361	70.401	80.221	90.056	89.874	102.699	96.184	76.814	90.666	79.004	70.672	989.971
COUVE CHINESA	2.763	972	1.890	2.007	1.818	3.366	4.329	3.771	2.664	6.543	5.292	2.988	38.403
COUVE FLOR	480	1.200	240	744	1.200	0	1.776	2.520	840	4.872	2.160	600	16.632
ERVILHA TORTA	0	0	0	0	0	0	0	0	243	180	0	0	423
ESPINAFRE	1.302	1.632	804	450	2.118	1.380	1.914	4.368	3.558	3.870	2.526	1.200	25.122
MANDIOCA	180	2.484	12.798	12.096	25.272	5.598	720	450	0	0	0	0	59.598
MELÃO COMUM (GAUCHO)	2.760	1.134	720	0	792	0	0	0	0	0	0	11.592	16.998
MELÃO ESPANHOL	0	2.301	4.069	7.954	0	0	0	0	0	0	0	5.046	19.370
MELÃO GALIA/CANTALOUPE	3.930	2.070	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.180
MELÃO SUNRISE	3.087	1.470	1.330	0	0	0	0	0	0	0	0	2.184	8.071
MOGANGO	0	0	300	2.380	160	0	0	0	0	0	0	0	2.840
MORANGA CABOTIA, PRETA	0	0	200	0	80	0	0	0	0	0	0	0	280
MOSTARDA	2.694	2.478	1.866	2.388	3.744	2.982	4.482	4.026	2.502	1.776	2.232	2.478	33.648
NABO	0	0	0	36	504	180	630	396	972	1.620	144	0	4.482
NABO COMPRIDO	2.340	984	852	1.320	300	1.692	564	468	744	2.184	1.332	1.416	14.196
NABO REDONDO	6.615	3.045	3.285	2.535	5.115	7.860	7.785	9.495	7.470	3.570	5.370	4.695	66.840
PEPINO JAPONES	1.192	3.607	2.869	480	0	0	0	0	0	0	560	4.877	13.585
PEPINO SALADA	14.220	21.276	14.778	5.472	1.188	90	0	0	0	8.910	3.654	4.824	74.412
PIMENTA	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
PIMENTÃO	7.940	4.930	3.970	2.640	550	150	0	0	0	120	4.440	4.480	29.220
PIMENTÃO VERMELHO	0	0	230	490	0	0	0	0	0	0	0	0	720
RABANETE	0	0	0	0	990	1.116	666	1.350	810	0	360	90	5382
RABANETE MOLHO	5.508	4.446	4.404	5.640	5.346	3.792	5.442	6.972	5.076	4.602	5.088	4.464	60.780
REPOLHO ROXO	0	0	0	0	276	60	3.118	6.412	6.533	7.148	900	36	24.483
REPOLHO VERDE	36	384	360	650	144	3.444	6.294	13.026	15.608	27.820	22.440	1.356	91.562

RUCULA	12.598	10.946	10.814	11.814	14.722	12.404	13.832	12.206	7.226	9.368	11.392	10.814	138.136
TOMATE CAQUI (GAUCHO)	2.000	0	440	3.470	6.850	2.300	100	0	0	1.810	920	200	18.090
TOMATE CAQUI LONGA VIDA	84.660	920	1.320	600	93.822	71.880	27.860	1.000	0	2.600	27.420	100.840	412.922
TOMATE CEREJA	1.152	589	541	874	1.689	60	0	96	592	1.356	448	888	8.285
TOMATE ITALIANO/PAULISTA	2.000	0	0	0	480	1.800	300	220	0	2.180	4.560	8.740	20.280
VAGEM	500	0	0	832	216	0	0	0	0	120	360	0	2.028
<b>TOTAL MUNICIPIO====&gt;</b>	<b>547.637</b>	<b>380.723</b>	<b>425.326</b>	<b>397.384</b>	<b>520.197</b>	<b>431.857</b>	<b>446.752</b>	<b>467.132</b>	<b>351.141</b>	<b>535.897</b>	<b>457.016</b>	<b>509.786</b>	<b>5.470.848</b>

Produção hortigranjeira de Viamão comercializada na CEASA - RS.

Fonte: CEASA – RS

### Apêndice D – TIPOLOGIA UTILIZADA PARA AMOSTRAGEM

	Tipologia	Área Cultivada		Antiguidade		Possui Caminhão	
		<10 Hectare	>10 Hectare	<10 Anos	>10 Anos	Sim	Não
Produtor 1	Tipo 1	X		X		X	
Produtor 2	Tipo 1	X		X		X	
Produtor 3	Tipo 1	X		X		X	
Produtor 4	Tipo 2	X		X			X
Produtor 5	Tipo 2	X		X			X
Produtor 6	Tipo 2	X		X			X
Produtor 7	Tipo 2	X		X			X
Produtor 8	Tipo 2	X		X			X
Produtor 9	Tipo 2	X		X			X
Produtor 10	Tipo 2	X		X			X
Produtor 11	Tipo 2	X		X			X
Produtor 12	Tipo 2	X		X			X
Produtor 13	Tipo 2	X		X			X
Produtor 14	Tipo 3	X			X	X	
Produtor 15	Tipo 3	X			X	X	
Produtor 16	Tipo 4	X			X		X
Produtor 17	Tipo 4	X			X		X
Produtor 18	Tipo 4	X			X		X
Produtor 19	Tipo 4	X			X		X
Produtor 20	Tipo 4	X			X		X
Produtor 21	Tipo 4	X			X		X
Produtor 22	Tipo 4	X			X		X
Produtor 23	Tipo 5		X	X		X	
Produtor 24	Tipo 5		X	X		X	
Produtor 25	Tipo 5		X	X		X	
Produtor 26	Tipo 5		X	X		X	
Produtor 27	Tipo 6		X	X			X
Produtor 28	Tipo 6		X	X			X
Produtor 29	Tipo 6		X	X			X
Produtor 30	Tipo 6		X	X			X
Produtor 31	Tipo 6		X	X			X
Produtor 32	Tipo 6		X	X			X
Produtor	Tipo 6		X	X			X

33							
Produtor 34	Tipo 6		X	X			X
Produtor 35	Tipo 6		X	X			X
Produtor 36	Tipo 7		X		X	X	
Produtor 37	Tipo 7		X		X	X	
Produtor 38	Tipo 7		X		X	X	
Produtor 39	Tipo 7		X		X	X	
Produtor 40	Tipo 8		X		X		X
Produtor 41	Tipo 8		X		X		X
Produtor 42	Tipo 8		X		X		X
Produtor 43	Tipo 8		X		X		X
Produtor 44	Tipo 8		X		X		X
Produtor 45	Tipo 8		X		X		X
Produtor 46	Tipo 8		X		X		X
Produtor 47	Tipo 8		X		X		X
Produtor 48	Tipo 8		X		X		X
Produtor 49	Tipo 8		X		X		X
Produtor 50	Tipo 8		X		X		X