



Comercialização da produção agropecuária dos pequenos produtores da comunidade Perímetro Irrigado, no município de Pau de Ferros - RN, Brasil

Commercialization of agricultural production of small farmers in the irrigated community in the municipality of Pau Irons - RN, Brazil

SILVA, Marcelo¹; QUEIROZ, Hector Victor S.²; OLIVEIRA, Mozaniel Santana³;
SABOIA, Andrey Luna⁴; PEREIRA, Daniel Santiago⁵

1. Zootecnista, Estagiário Embrapa Amazônia Oriental, marceloflavioufra@gmail.com; 2. Estudante de Agronomia / UFCG; 3. Bel. em Química, Mestrando em Ciências dos Alimentos / UFPA, mozaniel.oliveira@yahoo.com.br; 4 Lic. em Geografia, Mestrando em Desenv. e Meio Ambiente / UFC, Professor EBTT / IFRN; 5 Pesquisador - Embrapa Amazônia Oriental, Engº Agrônomo, Doutorando / UFRSA, santiagoesam@gmail.com

Seção temática: Estratégias de Desenvolvimento Socioeconômico

Resumo

A produção agrícola em nosso país é conhecida pela diversidade e produção de culturas que oferece, embora tal produção atenda o mercado externo com larga escala, ainda enfrenta problemas relacionados a comercialização, principalmente no que tange aos pequenos produtores. O objetivo do trabalho foi criar um perfil sócio econômico da comercialização da produção dos pequenos produtores da comunidade de Perímetro Irrigado, do município de Pau de Ferros, do estado do Rio Grande do Norte. Foram distribuídos 30 questionários divididos em 4 perguntas objetivas: O produto é vendido preferencialmente para onde?; qual o principal tipo de cliente?; qual o principal problema encontrado no comércio?; qual a interferência da associação, no qual é associado, na comercialização? Concluiu-se que os agricultores da comunidade de Perímetro irrigado, tem potencial para atingir o mercado regional, possuem problemas com atravessadores e baixos preços de comercialização.

Palavras-chave: produtos; agricultura; comércio; familiar

Abstract: Agricultural production in our country is known for the diversity and crop production offering , although this production meets the international market with large scale, still faces problems related to marketing , especially with regard to small producers . The objective was to create an economic profile of the marketing partner of the production of small farmers in the irrigated community , the city of Pau Irons , the Rio Grande do Norte state . 30 questionnaires were distributed divided into four objective questions : The product is sold primarily to where ?; that the main type of client ?; which the main problem during trade ?; which combination of interference , which is associated in marketing ? It was concluded that farmers in the irrigated perimeter of the community, has the potential to reach the regional market , have problems with middlemen and low market prices .

Keyword: products; agriculture; trade; familiar

Introdução



Os processos envolvidos na produção agrícola tiveram a contribuição da revolução industrial através do aumento de capacidade e eficiência. Assim, a atividade da agricultura somente como subsistência se desenvolveu para a atividade de comercialização. A partir desse momento inúmeros mecanismos são desenvolvidos para a melhor comercialização da produção, justamente são esses mecanismos a maior dificuldade encontrada pelos pequenos produtores (Polizel, 2012).

A eficiência de qualquer empresa é necessária para o seu sucesso, incluindo também aquelas com atividade rural, pois o processo que se inicia da produção até a comercialização é assim assegurado. No entanto é necessário estar ciente que existem diversos fatores de risco, inerentes ao meio rural, como é o caso das pragas, doenças e clima das regiões (Polizel, 2012).

A comercialização e produção devem ser planejados estrategicamente, sendo esse um requisito importante a ser considerado pelo produtor, posto que é através da produção que a renda é alcançada, embora existam alternativas como a venda de porta em porta, venda em atacado da CEASA ou entrega em mercados (Milagres, 2014). A partir desses conceitos, o objetivo do atual trabalho é criar o perfil sócio econômico da comercialização da produção dos pequenos produtores da comunidade de Perímetro Irrigado, do município de Pau de Ferros no Estado do Rio Grande do Norte.

Metodologia

A coleta que gerou a base de dados se deu por meio de questionários preenchidos pelos agricultores da comunidade do Perímetro Irrigado no município de Pau de Ferros, Estado do Rio Grande do Norte, região Nordeste do Brasil no ano de 2013.

Realizou-se uma pesquisa aos agricultores com a distribuição de 30 questionários, contendo 4 perguntas objetivas. Foram feitas as seguintes perguntas:



O produto é vendido preferencialmente para onde?; qual o principal tipo de cliente?; qual o principal problema encontrado no comércio?; qual a interferência da associação, no qual é associado, na comercialização? Os dados foram tabulados, sendo feito o posterior agrupamento das informações similares, com análise de frequência e formação de quadros demonstrativos a partir da utilização de ferramentas de estatística básica.

Resultados e Discussão

Quanto ao destino preferencial de venda dos produtos, 40% dos produtores destinam ao mercado local, 46,67% ao mercado regional e 13,33% ao mercado estadual. Não foram encontrados resultados para representar as três demais opções de resposta: Mercado Nacional, mercado internacional e PAA/PNAE (FIGURA 01).

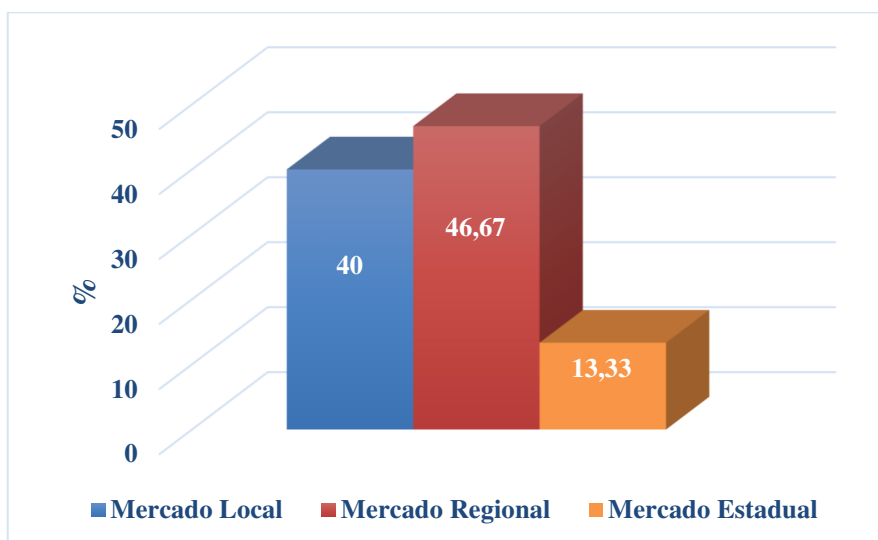


Figura 01 - Comercialização dos Produtos Produzidos pelos Agricultores do Perímetro Irrigado.

Apontando aos principais clientes dos produtores, 3,33% são oriundos do varejo e 90% atravessadores. Não foram encontrados resultados para representar as três demais opções de resposta: Consumidor final, cooperativas, indústrias de pequeno e médio porte, indústrias de grande porte, atacado e distribuidor.



Entre os principais problemas encontrados no comércio, foram 90% relacionado ao preço baixo e 3,33% a falta de comprador. Não foi encontrado resultado significativo para representar as três demais opções de resposta: Falta de comprador, falta de publicidade, alta taxa de imposto, desconhecimento de alternativas de vendas, qualidade do produto não atende mercado, falta de produção para atender o mercado e outros.

Henrique *et al.* (2012), identificaram que na Serra do Mel-RN, por não estarem organizados adequadamente, os agricultores de base familiar têm dificuldades em comercializar e otimizar os lucros.

Quanto ao questionamento de qual a interferência da associação, no qual é associado, na comercialização, 70% dos questionários foram marcados com “nenhuma”, enquanto que 30% dos questionários não foram marcados, ficaram em branco quanto as opções de resposta “outra” e “indicações de compradores”.

Conclusões

Os agricultores da comunidade de Perímetro irrigado em Pau dos Ferros-RN, tem potencial para atingir o mercado regional, mas possuem problemas com atravessadores e baixos preços de comercialização, dificultando assim a expansão mais eficiente de comércio.

Referências bibliográficas

HENRIQUE, R.G.; PEREIRA, D.S.; OLIVEIRA, A.M.; MEDEIROS, P.V.Q.; CUNHA, F.F.. Perfil dos produtores familiares de mel no município de Serra do Mel – RN. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável** (Mossoró – RN – Brasil) v.3, n.4, p29-41, 2008.



MILAGRES, P. R. Comercialização de produtos hortifrutícolas da agricultura familiar em maringá: seus avanços e limites. 2014. 16f. **Tese (Mestrado em Elaboração de Políticas Públicas) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Maringá, Maringá. 2014.**

POLIZEL, J. Análise socioeconômica da comercialização da produção dos pequenos produtores agrícolas no município de rancho alegre. 2012. 13f. **Tese (Bacharelado em Administração) – Universidade Estadual do Norte do Paraná, Cornélio Procópio. 2012.**