



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## **Estratégias econômicas de comercialização de produtos agropecuários: o caso da Feira Regional de Economia Solidária e Agroecologia**

*Economic strategies for the commercialization of agricultural products: the  
case of the Regional Fair of Solidarity Economy and Agroecology*

OLIVEIRA, Edson Novak de<sup>1</sup>; VAZ, Jakeline Martins<sup>1</sup>; EBERHARDT,  
Patrícia Luiza<sup>1</sup>; SILVA, Marcos Paulo Bertolini<sup>1</sup>; SANTOS,  
Cristina Sturmer dos<sup>1</sup>; XAVIER, Leonardo Pereira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), edsonnovak@hotmail.com; jakeline.m.vaz@hotmail.com; patricialuzaeberhardt@gmail.com; marcosbertolini21@gmail.com; cristinasturmer@gmail.com;

<sup>2</sup>Centro de Desenvolvimento Sustentável e Capacitação em Agroecologia (Ceagro),  
leopxavier@gmail.com

**Tema gerador:** Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

### **Resumo**

A comercialização envolve processos complexos e contínuos, levando à manifestação de estratégias para a permanência no mercado. A partir desta perspectiva, objetiva-se com este estudo analisar as estratégias de comercialização de produtos agropecuários, na IV Feira Regional de Economia Solidária e Agroecologia (FESA), no município de Laranjeiras do Sul, em 2016. Justifica o trabalho a necessidade de estudos para o debate teórico sobre as estratégias de comercialização de produtos de base ecológica, para ampliação de mercados alternativos e desenvolvimento da agroecologia bem como a sistematização das estratégias utilizadas. Foi realizada pesquisa descritiva através de estudo de campo. Os dados foram coletados durante a IV FESA. Os produtos foram separados em categorias, por fim analisados com enfoque nas estratégias de comercialização. Concluiu-se que houve maior comercialização de produtos processados, reforçando a importância destes na geração de renda para os pequenos agricultores.

**Palavras-Chaves:** produtos processados; produção familiar; vendas direta.

### **Abstract**

Commercialization involves complex and continuous processes, leading to the manifestation of strategies for permanence in the market. From this perspective, the objective of this study is to analyze the marketing strategies of agricultural products at the IV Regional Fair of Solidarity Economy and Agroecology (FESA), in the municipality of Laranjeiras do Sul, in 2016. The study justifies the need for studies for the theoretical debate on the strategies of commercialization of organic products, for expansion of alternative markets and development of agroecology as well as the systematization of the strategies used. Descriptive research was conducted through a field study. Data were collected during IV FESA. The products were separated into categories, finally analyzed with a focus on marketing strategies. It was concluded that there was greater commercialization of processed products, reinforcing their importance in income generation for small farmers.

**Keywords:** processed products; family production; direct sales.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Introdução

A comercialização de produtos agropecuários possui papel de destaque na sociedade, pois estabelece a conexão entre o setor produtivo e o consumidor final. Caracteriza-se por um processo contínuo e complexo, que coordena produção e consumo. Os produtos passam por transformações, diferenciações e por fim agregação de valor. Pensar de maneira estratégica e conhecer essa dinâmica de funcionamento permite que os envolvidos no encadeamento tomem a decisão correta (MENDES; PADILHA JUNIOR, 2007).

As estratégias de comercialização podem assumir duas formas básicas, a difusão dos produtos ou a segmentação de mercado. A primeira opção consiste na distribuição dos produtos no mercado, como no caso das *commodities*. A segunda exige do agricultor a definição de mercados-alvos e segmentação, com produtos diferenciados e com atributos de qualidade. A diferenciação dos produtos está presente em diferentes aspectos, como na produção, processamento, comercialização, qualidade, marca e em fatores subjetivos, como sabor, textura, aroma, saudável e preço (WAQUIL; MIELE; SCHULTZ, 2010).

Na agricultura familiar, existem diversas formas de interação no processo de comercialização. Uma das formas que se sobressai é a venda direta, como as feiras livres. Estes são eventos periódicos, que compõem circuitos curtos de comercialização e são fundamentais na dinamização da economia local, com geração de trabalho e renda no campo, além é claro da oferta de alimentos saudáveis para a população urbana, contribuindo na segurança alimentar (PIERRE; VALENTE, 2010).

Voltando-se ao tema central do presente trabalho, objetiva-se, analisar as estratégias de comercialização de produtos agropecuários, na IV Feira de Economia Solidária e Agroecologia (FESA) no município de Laranjeiras do Sul, no ano de 2016.

Justifica-se a realização do presente estudo, a contribuição para o debate teórico sobre as estratégias de comercialização de produtos de base ecológica e a ampliação de mercados alternativos para o desenvolvimento da agroecologia. Como contribuição prática, pretende-se oferecer informações quanto às estratégias de comercialização adotadas pelos agricultores que integram a FESA e que podem ser utilizadas como subsídios à atuação das políticas públicas.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Metodologia

Para a realização do presente trabalho utilizou-se a Metodologia de pesquisa descritiva a partir de Gil (2008), onde faz-se o estabelecimento das relações entre as variáveis das estratégias econômicas, de produtos processados e *in natura* na IV FESA. Trata-se de um estudo de campo, predominantemente qualitativo.

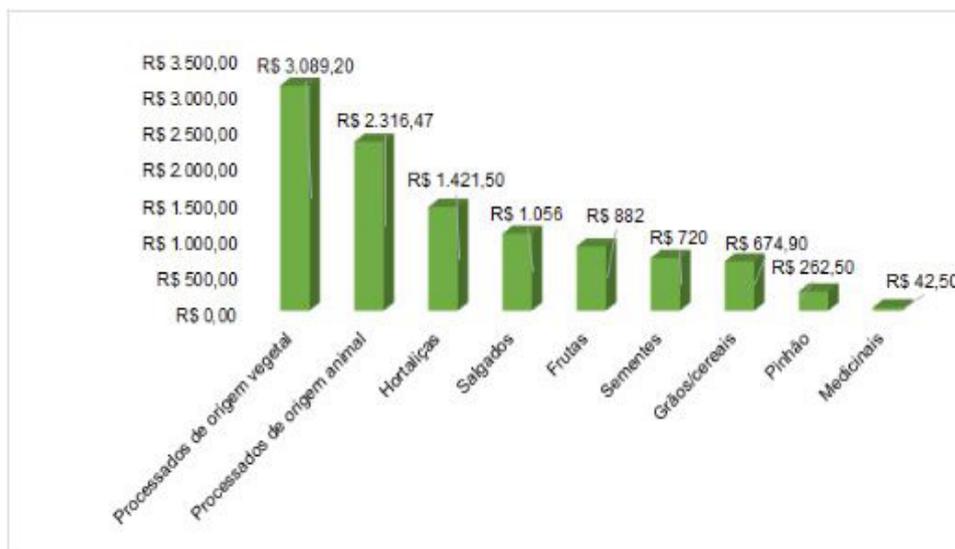
Os dados foram coletados durante a IV FESA, que ocorreu no ano de 2016. Importante situar primeiramente que a FESA é uma feira que ocorre anualmente no município de Laranjeiras do Sul/PR, localizado Território da Cidadania Cantuquiriguaçu, na região centro-sul paranaense. Este evento tem grande importância no que tange a iniciativas de desenvolvimento local, pois é responsável por alocar em um espaço os agricultores familiares da região com suas respectivas produções agropecuárias.

Os dados dos produtos comercializados foram registrados em planilhas do software excel. Para a análise e interpretação, as informações foram separadas em grandes categorias, compostas por produtos semelhantes. Com isso, foi possível atribuir o montante e as quantidades totais de venda em valores monetários e quilogramas, respectivamente em cada categoria. Posteriormente, foram elaborados Tabelas e gráficos, com a finalidade de discutir os dados. Para a discussão as categorias foram divididas em produtos processados (origem vegetal, animal e salgados) e *in natura* (hortaliças, frutas, sementes, grãos/cereais, pinhão e medicinais) com enfoque nas estratégias de comercialização (agregação de valor e agroindústrias).

## Resultados e Discussão

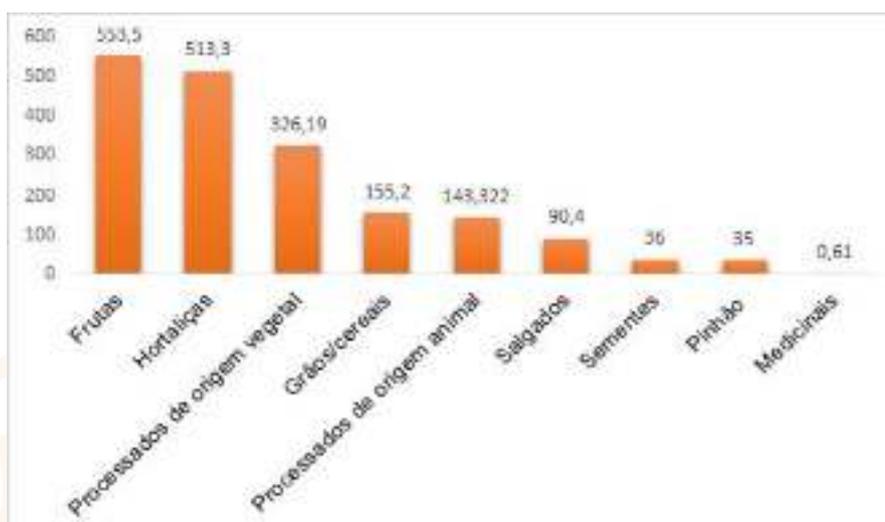
Foram adicionados nas categorias, conforme a Figura 1, os valores monetários correspondentes às vendas de todos os agricultores durante a IV FESA. De imediato, identifica-se a importância dos alimentos processados de origem vegetal (bolos, bolachas, compotas e doces), de origem animal (queijos, manteiga, ovos, nata e frango) e salgados (coxinhas, pastéis e esfihas), pois somaram R\$ 6.461,67, correspondendo a 62% do total vendido.

Os produtos *in natura*: Hortaliças (alface, repolho, cenoura e abóbora), frutas (principalmente banana, laranja e tangerina), sementes para cultivo (feijão, arroz e adubos verdes), grãos/cereais (principalmente arroz e feijão), pinhão e por fim os medicinais (destaque a camomila e melissa) representaram R\$ 4003,4. Este valor corresponde a 38% do faturamento da IV FESA em relação aos produtos agrícolas.



**Figura 1.** Valores comercializados por categoria na IV Feira Regional de Economia Solidária e Agroecologia (FESA), 2016, Laranjeiras do Sul, Paraná-Brasil.

A Figura 2 apresenta a quantidade em quilos por categoria comercializado durante a IV FESA. Quanto aos produtos processados, estes correspondem a 559,912 kg (aproximadamente 30% do peso total). Enquanto os produtos *in natura* pesaram aproximadamente 1293,61 kg (cerca de 70% do peso total). Nota-se que os produtos processados são superiores em faturamento por quilo, uma vez que o maior valor faturado é a aquele com menor quantidade de produtos em quilo. Para se averiguar esta hipótese, foi elaborado o Quadro 1.



**Figura 2.** Quantidade em quilos de produtos comercializados por categoria na IV Feira Regional de Economia Solidária e Agroecologia (FESA), 2016, Laranjeiras do Sul, Paraná-Brasil.



No Quadro 1 encontra-se o faturamento em R\$/kg dos produtos comercializados na FESA. As categorias (Cat) serão: Cat.1 e 2 respectivamente: Processados de origem vegetal e animal; Cat.3: Hortaliças; Cat.4: Salgados; Cat.5: Frutas; Cat.6: Sementes; Cat.7: Grãos/Cereais; Cat.8: Pinhão; Cat.9: Medicinais. O faturamento por quilo em ordem decrescente foi: Medicinais, sementes, processados de origem animal, salgados, processados de origem vegetal, pinhão, grãos/cereais, hortaliças e por fim as frutas.

Os dois maiores valores obtidos por quilo (medicinais e sementes) são referentes aos produtos pouco produzidos pelos agricultores, estes são um complemento da renda e não como atividade principal das unidades de produção. Isto é confirmado com a baixa quantidade (em quilos) levada ao evento. Nos produtos processados observa-se um alto valor agregado, em média por quilo de R\$12,44. Nos produtos *in natura* (desconsiderando medicinais e sementes) tem-se um valor médio de R\$4,05 por quilo, como mostra o Quadro a seguir:

**Quadro 1:** Faturamento em R\$/kg dos produtos comercializados na FESA em 2016, em Laranjeiras do Sul, PR.

Cat.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(R\$ por kg)	9,47	16,16	2,77	11,68	1,59	20	4,35	7,50	69,67

Os produtos processados são oriundos de agroindústrias, organizadas em cooperativas, como o caso: 8 de Junho (Coperjunho), Produção Camponesa (CPC), e Assentamento Ireno Alves (COPAIA), além de grupos e associações como: Nova Alternativa e produtores agroecológicos de Palmital (Apampa). As agroindústrias são importantes no processo de agregação de valor aos produtos agropecuários, pois trazem maiores faturamentos e renda aos agricultores, como observado na Figura 1.

Outro requisito que agrega valor aos produtos comercializados na IV FESA, é o sistema de produção, caracterizado como orgânico. Aliado a isso, Archanjo; Brito e Sauerbeck (2001), destacam a importância de feiras livres para a comercialização de alimentos orgânicos que possuem maior aceitação por consumidores, que cada vez mais buscam algo diferenciado no mercado, por um preço mais acessível e produzido de forma mais saudável.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Conclusão

Os produtos processados que foram comercializados na IV FESA, representaram cerca de 62% de todo montante de saída. Os produtos *in natura*, corresponderam a 38% do valor total comercializado. Ressaltando desta forma a importância dos produtos processados, para a agregação de valor aos produtos agropecuários de pequenos agricultores, contribuindo para a geração de renda às famílias.

Contudo, não é somente a comercialização de processados que constitui vantagem aos agricultores familiares, mas também o processamento e a comercialização de produtos orgânicos, que geram um produto com maior valor agregado. Justificando dessa maneira a importância do desenvolvimento de agroindústrias adequadas para a realidade da agricultura familiar. Tornando-se uma das formas de agregação de valor para a produção em pequena escala contribuindo para a sobrevivência desse tipo de empreendimentos.

## Agradecimentos

A todos os agricultores de base ecológica que participaram direta e indiretamente da IV FESA, 2016, ao CEAGRO, Rede Ecovida de Agroecologia, Universidade Federal da Fronteira Sul e Projeto PET Conexões de Saberes Políticas Públicas e Agroecologia.

## Referências Bibliográficas

ARCHANJO, Léa Resende; BRITO, Karla Francine W. de; SAUERBECK, Sally. Alimentos orgânicos em Curitiba: Consumo e significado. Cadernos de Debate (UNICAMP), Campinas, v. VIII, p. 1-6, 2001.

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

PIERRI, M. C. P; VALENTE, A. L. E. F.. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. In: XLVIII Congresso da Sober, 2010, Campo Grande. XLVIII Congresso da Sober, 2010.

WALQUIL, P. D; MIELE, M; SCHULTZ, G. Mercados e Comercialização de Produtos Agrícolas. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad016.pdf>. Acesso em: 21 abr 2017.