



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



Circuitos curtos de comercialização: Uma estratégia para escoamento da produção agroecológica no município de Sete Lagoas - MG

Short marketing circuits: A strategy for the dissemination of agroecological production in the municipality of Sete Lagoas - MG

CALBINO, Daniel¹; COSTA, Jônatas²; VIEIRA, Renato da Silva³;
MELO, Angelina Moreira⁴, SILVA, Fabiola Paulino⁵

¹UFSJ, dcalbino@ufs.edu.br, ²UFSJ, jonatasmcosta@yahoo.com.br; ³UFSJ, renatovieira@ufs.edu.br, ⁴UFSJ angelinamoreiramelo@hotmail.com, ⁵ EMATER, paulino.fabiola@yahoo.com.br

Tema gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

Resumo

A crise do modelo agroalimentar tradicional abre espaço para a discussão de novas proposições que visam transpor os modelos convencionais de comercialização. Os circuitos curtos constituem uma dinâmica que se baseia no estabelecimento de relações mais diretas entre agricultores e consumidores. Neste sentido, com o intuito de contribuir com os circuitos curtos nas hortas comunitárias de Sete Lagoas, o artigo teve por objetivo analisar o processo de implementação das feiras de produtos de hortaliças em condomínios residenciais da Sete Lagoas. Os Resultados do projeto apontaram para o aumento da renda dos produtores, bem como o estreitamento dos laços solidários por meio da comercialização direta entre produtores e consumidores, apesar dos desafios referentes à sazonalidade dos produtos e expansão para demais produtores da cidade.

Palavras-Chaves: Feiras Agroecológicas, Produtores rurais, Hortas comunitárias.

Abstract

The crisis of the dominant agro-alimentary model opens space for the discussion of new propositions that aim to transpose the conventional models of commercialization. The short circuits constitute a dynamic that is based on the establishment of more direct relations between farmers and consumers. In this sense, in order to contribute to the short circuits in the community gardens of Sete Lagoas, the objective of this article was to analyze the process of implementation of vegetable product fairs in the residential condominiums of Sete Lagoas. The results of the project pointed to the increase in producers' incomes, as well as closer ties of solidarity through direct marketing between producers and consumers, despite the challenges related to seasonality of products and expansion for other producers in the city.

Keywords: Agroecological Fairs, Rural producers, Community gardens.

Introdução

Os intensos processos de avanço da economia mercantil, baseada na racionalidade estritamente econômica que tangencia as sociedades modernas, implicam em restrições para os pequenos produtores oriundos da agricultura familiar. Há exemplo Darolt et al. (2013) aponta que no Brasil, a partir dos anos 1990, os supermercados, ícones dos circuitos longos, suplantaram os canais curtos de comercialização, inclusive no setor de alimentos de base ecológica (GUIVANT, 2003). Nas principais capitais do Brasil,



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



a maioria dos consumidores de produtos orgânicos (72%) realizam suas compras em grandes redes de supermercados, o que sustentam uma cadeia produtiva repleta de intermediários.

Em contrapartida, a preocupação com o fortalecimento de práticas produtivas e com relações comerciais tradicionais, deu origem à consolidação de iniciativas que visam à aproximação de produtores e consumidores e que são reconhecidas internacionalmente como circuitos curtos de comercialização.

Os circuitos curtos de comercialização de alimentos (CCCA) constituem-se em dinâmica sócio produtiva recente, que se baseia em um modo de comercialização de produtos agrícolas que visa o estabelecimento de relações mais diretas entre agricultores e consumidores (GUZZATTI et al., 2014).

É neste sentido, que o presente trabalho teórico-empírico teve enquanto objetivo geral compreender como ocorreu a implementação dos CCCA no município de Sete Lagoas, enquanto canal de escoamento da produção das hortas comunitárias, que se caracterizam como uma produção familiar e agroecológica.

Metodologia

A estruturação metodológica para implementação dos CCCA seguiu os pressupostos da pesquisa ação participante, entendida pela investigação que visa estabelecer um processo concomitante da investigação e da ação, com a participação de pesquisadores e pesquisados, tendo a proposta de contribuir diretamente para a produção de conhecimento e resolução de problemas de interesse coletivo (BRANDÃO, 1984). Deste modo, realizou-se o convite de todos os produtores das hortas comunitárias interessados em participar do projeto. Em seguida foram propostos com a realização de reuniões, que os CCCA fossem realizados uma vez por semana através de feiras em condomínios de Sete Lagoas com produtos das hortas comunitárias. Por fim houve a criação de uma agenda de reuniões semanais entre os produtores participantes das feiras com o intuito de organizar a gestão da mesma e acompanhar os feedbacks dos atores envolvidos. No que se refere à coleta de dados foram realizadas através da participação dos pesquisadores nas reuniões com base em observações, anotações e entrevistas conversacionais livres com produtores e consumidores.



Resultados e Discussão

A implementação das feiras nos condomínios teve início no mês de janeiro de 2016, pelo qual a princípio, 7 produtores se disponibilizaram a participar do rodízio das feiras. Porém, logo o número de envolvidos passou a 10, que acontecia por sorteios, e cada semana um produtor era responsável por levar seus produtos para as feiras. A primeira feira ocorreu no mês de janeiro de 2016 no condomínio Ermitage e no Residencial da Vinci em março de 2016.

Durante as feiras os produtores buscaram identificar o gosto do cliente na tentativa de diminuir perdas, pois uma hortaliça que já foi colhida não era possível comercializá-la no dia seguinte. Assim foi acordado entre os produtores, enfatizando os gastos e perdas de hortaliças, os preços situados na Tabela 1, e ofertados nos Condomínios, tendo em vista que seria um preço maior do que o mercado o qual estavam acostumados.

Tabela 1. Relação de Produtos e Preços comercializados

| Produto | Preço | Produto | Preço |
|------------------|----------|-----------|----------|
| Abobora | R\$ 4,00 | Cebolinha | R\$ 3,00 |
| Acerola | R\$ 3,00 | Cenoura | R\$ 4,00 |
| Agrião | R\$ 3,00 | Couve | R\$ 3,00 |
| Alface | R\$ 3,00 | Mamão | R\$ 5,00 |
| Alface americana | R\$ 3,00 | Mandioca | R\$ 5,00 |
| Alface crespa | R\$ 3,00 | Maracujá | R\$ 5,00 |
| Alface lisa | R\$ 3,00 | Peixinho | R\$ 3,00 |
| Alface roxo | R\$ 3,00 | Pimentão | R\$ 4,00 |
| Alho poro | R\$ 3,00 | Quiabo | R\$ 4,00 |
| Azedinha | R\$ 3,00 | Repolho | R\$ 4,00 |
| Berinjela | R\$ 4,00 | Rúcula | R\$ 3,00 |
| Beterraba | R\$ 4,00 | Salsa | R\$ 3,00 |
| Brócolis | R\$ 4,00 | Tomate | R\$ 5,00 |

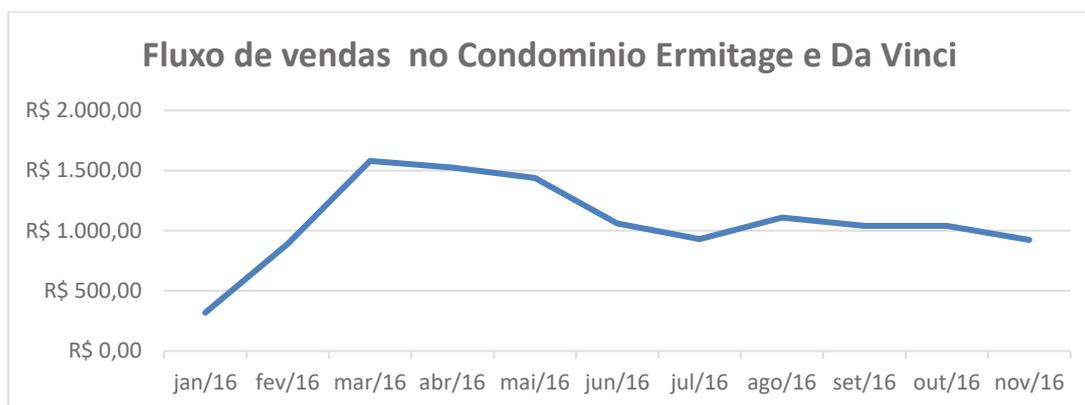
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Outro aspecto positivo é a dimensão econômica. Desde o primeiro mês de ocorrência das feiras, houve um crescimento significativo marcado por uma estabilidade conforme o Gráfico 1. Com uma média de compra de R\$ 30,00 por consumidor, observou-se um avanço significativo no faturamento dos produtores. Se no primeiro mês das feiras as vendas giraram em torno de R\$ 250,00, no final do primeiro ano estabilizou-se em R\$ 1.000,00.



Do mês de janeiro até o mês de abril a arrecadação aumentou devido à divulgação e a tendência do cliente em conhecer a feira e seus produtos. Do mês de maio ao mês de julho houve uma queda no faturamento, devido a questões climáticas. Nos períodos frios, o consumo de hortaliças que é o produto central das feiras diminuiu.

Gráfico 1: Evolução do número de vendas por mês



Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Os produtores também evidenciaram através de falas durante as reuniões a satisfação e a contribuição dos CCCA para alavancar o faturamento da econômica familiar e até investimentos na produção.

“Foi muito bom e me ajudou, porque vendendo mais eu pude ter mais dinheiro e com dinheiro a gente projeta mais as coisas. Agora eu fiz até uma estufa aqui. Fui o primeiro a ir às feiras e o primeiro a fazer uma estufa aqui na horta, e agora no verão vamos ter tomate e outras verduras difíceis de plantar nessa época.” (Produtor 1)

“A renda nossa aumentou a gente tem que produzir mais pra vender nas feiras e nas nossas vendas aqui. Ai eu vou organizando aqui pra não deixar faltar nada.” (Produtor 2)

Além da contribuição para aumento do faturamento mensal dos produtores, as feiras contribuíram para o aumento na produção e diversidade de hortaliças, sendo este fator enfatizado pelos produtores em suas conversas:

“Tive que fazer mudanças né, lá vende mais legume ai hoje eu já produzo um monte de coisa que eu não produzia antes e são mais difíceis produzir, mas como tem saída a gente não deixa de levar” (Produtor 3)

“Quando começou as feiras eu não plantava vários legumes e hoje eu tenho eles aqui direto. Hoje eu to produzindo até coisa que não gostava de produzir.”(Produtor4)



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



Outra dimensão positiva dos CCCA envolve a questão do planejamento e autoestima dos produtores. A diversidade de produtos e higiene foram pontos elogiados por parte dos consumidores, o que refletiu substancialmente no orgulho dos produtores, observado nas falas:

“Foi muito bom vender lá, os clientes lá são mais instruídos e mais civilizado a gente aprende muito. Eles lá são mais exigentes e a gente acaba aprendendo né.” (*Produtor 5*)

“Os clientes nas feiras são muito bons, eles valorizam os produto da gente, compram sabendo que o nosso não tem agrotóxico que é a gente mesmo que produz.” (*Produtor 6*).

Apesar das vantagens das feiras nos Condomínios que melhoram os hábitos alimentares do público, renda dos produtores e associação entre eles, há desafios a serem superados. Desafios estes registrados durante o ano do projeto na qual a sazonalidade alta do projeto relacionada as questões climáticas e hábitos de consumo, comprometeram o planejamento da produção dos produtores.

Somado a esta questão, observou-se também que os produtores tiveram dificuldade no deslocamento da horta até o condomínio, devido à maioria não terem condução adaptadas a levarem a parte física da feira, onde aconteceram de algumas vezes a barraca ficar no condomínio e a lona ter sido danificada por roedores. Ainda, em dias de chuva, a necessidade de ter um local apropriado para receber os clientes é um desafio a ser superado nos próximos anos.

Conclusão

Com o intuito de contribuir com os CCCA nas hortas comunitárias de Sete Lagoas, o presente trabalho apresentou Resultados que apontaram para o aumento da renda dos produtores, bem como o estreitamento dos laços solidários por meio da comercialização direta entre produtores e consumidores, diversificação da produção, fortalecimento da agricultura familiar e práticas agroecológicas.

Porém, o projeto também possui limitantes. O primeiro deles é a restrição no número de produtores participantes. O motivo da não inclusão de novos produtores se refere ao fato de as feiras ocorrerem apenas uma vez por semana em dois condomínios, o que dificulta o aumento da rotatividade entre os produtores. Da mesma forma, a constituição de uma cartela de produtos de hortaliças e algumas leguminosas que representam hábitos de consumo mais intensos nos períodos quentes, implica na dificuldade de manter um volume constante de comercialização.



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



Enquanto desdobramentos busca-se a expansão dos CCCA para outros condomínios do município no intuito de aumentar o número de produtores participantes e intensificar a cartela de produtos agroecológicos ofertados, mantendo o constante volume de comercialização.

Agradecimentos

Os autores agradem ao apoio financeiro da Agência FAPEMIG.

Referências Bibliográficas

BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). Repensando a pesquisa participante. São Paulo: Brasiliense, 1984, p. 7-14.

DAROLT, Moacir R.; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG, Alfio. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Construção Social dos Mercados*, v. 10, n. 2, p. 8, 2013.

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente e Sociedade*, Campinas, v. 4, n. 2, p. 62-82, 2003.

GUZZATTI et al. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: Perspectivas recentes no Brasil e na França. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, Lavras, v. 16, n. 3, p. 363-375, 2014.