



Canais de venda na agricultura familiar e registro de custos: um estudo de caso com produtores da feira da agricultura familiar na UFRRJ
Sales in family farmer and cost recording: a case study with producers at the Family Farming Fair at UFRRJ

OLIVEIRA, Nataly¹; DIAS, Anelise²; FARIA, Daniele³; PIMENTA, Terezinha⁴
¹UFRRJ, natalyfreire@ufrj.br; ²UFRRJ, anelisedias@ufrj.br; ³UFRRJ, danielerfaria@gmail.com;
⁴ONG CAPINA, terezinha.j.pimenta@gmail.com

RESUMO EXPANDIDO

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: O presente artigo tem como objetivo identificar os principais custos dos produtores da Feira da Agricultura Familiar (FAF) realizada no Campus Seropédica da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, além de explorar como os produtores definem os preços dos seus produtos e relacionar essas decisões aos canais de comercialização acessados. Esta pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. Seus dados foram coletados no período de março a abril de 2023, por meio de entrevistas semiestruturadas com 17 produtores da FAF envolvidos em atividades diversificadas. A metodologia utilizada para o estudo foi o roteiro de entrevistas, juntamente com a técnica de observação participante em razão da atuação da autora enquanto residente do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar da UFRRJ. Os resultados da primeira entrevista mostram que além da FAF, grande parte dos produtores possuem outros canais de venda, seja em lojas, outras feiras ou entregas. Dentre os 17 entrevistados, 10 praticam o mesmo preço em todos canais acessados e 4 deles levam em consideração apenas o preço convencional de mercado ou o preço de outros feirantes para formular seu próprio preço de venda. Em relação aos registros dos custos, 10 produtores(as) relataram que utilizam registros por escrito, entretanto, 5 desses apontaram que apesar das anotações guardam maior parte desses custos de memória. Outros 4 responderam não ter registro nenhum e 3 utilizam o controle através de planilha eletrônica. Em relação aos custos levantados com os 3 produtores, através da segunda entrevista que compõe essa pesquisa, foi possível apontar que os maiores custos no caso dos produtores especializados na produção primária vegetal estão relacionados à mão-de-obra e maquinários + combustível. No caso da processadora de alimentos, o principal custo refere-se aos insumos de origem orgânica. Conclui-se, portanto, que a maior parte dos produtores da FAF ainda não identificam claramente quais são os custos incorridos e a receita real da atividade, precificando de suas mercadorias de forma imprecisa. Os resultados desta pesquisa sugerem que a formação de preço nos canais de circuitos curtos é muito particular, de modo que cada produtor possui uma estrutura de custo específica, impossibilitando a determinação de preços somente pela concorrência.

Palavras chaves: agricultura familiar. agroecologia. circuitos curtos de comercialização. custos de produção.



Introdução

O conceito de agricultura familiar está definido na lei 11.326, de 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006) e este universo da agricultura familiar no Brasil é muito heterogêneo e definido por diversas tipologias. No presente trabalho, o foco é a produção familiar na baixada fluminense que mais se aproxima das relações com o campesinato, como modo de vida de caráter familiar que se expressa na associação entre patrimônio, trabalho e consumo, no interior da família (WANDERLEY, 2003). Essa configuração exige um nível diferenciado de planejamento e gerenciamento da produção, que inclui o autoconsumo, as trocas entre os próprios produtores e a comercialização de excedentes.

É importante que a discussão sobre gestão na agricultura familiar esteja atrelada ao conceito de economia solidária que propõe ser um contraponto à economia capitalista buscando relações de trabalho mais justas e igualitárias, segundo o princípio da cooperação, partilha, autogestão, democracia, valorização das diversidades, e do saber local, emancipação, autonomia, dentre outros (RAZZETO, 1997). Existe a necessidade de trabalhar o conceito de gestão na agricultura familiar como exercícios já realizados no dia-a-dia e não através da lógica empresarial, munido de termos técnicos que na prática não se aplicam a realidade do produtor rural (BEZERRA, *et. al.* 2009). Nesse sentido a extensão rural exerce um importante papel no modo de construção de novas tecnologias baseado em um modelo que promove o diálogo dos saberes, buscando valorizar o saber tradicional e colocá-lo como complementar ao conhecimento científico.

A gestão dos custos é um instrumento que pode contribuir para uma boa administração na unidade de produção. Ao controlar os custos, analisa-se de forma mais assertiva os resultados, para assim poder planejar estrategicamente o plantio, manejo, colheita e comercialização. O conhecimento sobre custos também é fundamental para formação de preços e para avaliar a viabilidade da produção (ALVES, 2010).

Em relação à comercialização, os espaços de venda direta, sobretudo as feiras agroecológicas, vão muito além da interação de compra e venda. Nas feiras o consumidor tem a possibilidade de conhecer e trocar conhecimentos com os produtores, visualizando o caminho daquela produção desde sua origem no campo até a banca que é comercializado. Há um intercâmbio de experiências, no qual, os agricultores educam os clientes para estarem atentos ao consumo consciente, na defesa pela agroecologia e agricultura familiar local. Além disso, a feira dinamiza a economia da região, dando autonomia ao produtor estabelecer seu preço de venda. Nas feiras, o processo de formação de preços ocorre através da concorrência perfeita ou pura, que apresenta características como: grande variedade de compradores e vendedores, livre entrada de novos vendedores, produtos



homogêneos (substituíveis entre si) e todos são tomadores de preços (SANTANA, et. al., 2015).

Dentro do universo da produção orgânica, a maior parte dos agricultores que produzem e comercializam são de base familiar, e isso está atrelado ao fato de que grandes empresas não veem o sistema de produção orgânico atrativo para investir, pois existe ainda uma carência de tecnologias adaptadas a esse tipo de cultivo, de modo que muitas operações acabam sendo manuais, ou então pela baixa demanda comparado aos produtos convencionais. Porém, atualmente esse cenário vem sendo alterado e hoje é nítido a presença de grandes empresas nesse ramo, provocando a discussão sobre a convencionalização da produção orgânica, que é definido como uma apropriação dos princípios e valores da agroecologia, convertendo-a em uma agricultura de substituição de insumos, produção em larga escala e monoculturas, muito similar a agricultura convencional. No entanto, esse debate não está restrito apenas ao campo da produção, mas se estende a comercialização, visto que os produtos orgânicos são vendidos nas grandes redes de supermercado, perdendo assim o contato produtor-consumidor (NIERDELE; ALMEIDA, 2013).

Dessa forma, o maior desafio é empoderar os produtores desse ato de realizar os registros dos custos e como utilizar esses dados para tomada de decisão na propriedade. Analisando a viabilidade econômica da atividade é possível pensar na ideia do preço justo, que remunere de forma adequada o agricultor e seja acessível ao maior número de consumidores, ainda que o mercado de produtos orgânicos seja considerado um mercado de nicho, que se enquadra na definição de mercado encaixado, ou seja produtos que estão associados a especificidades em relação a preço, qualidade que foi assim construído graças a certos processos e trocas que dão outro valor ao produto (SCHMITT; GRISA, 2013). Justifica-se a relevância desse estudo tendo em vista a ausência de pesquisas direcionadas a desenvolver ferramentas de gestão práticas e que sejam realmente aderidas pelos agricultores.

A pesquisa foi realizada no município de Seropédica, região metropolitana do Rio de Janeiro. O município que no passado contava com forte tradição agrícola, hoje sofre um apagamento das áreas rurais que vem sendo transformadas com o êxodo rural e com a interrupção na sucessão familiar. A Feira da Agricultura Familiar acontece na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, instituição que possui um programa de extensão cujo objetivo é fortalecer a agricultura familiar da baixada fluminense com apoio desde a produção à comercialização dos produtos. Hoje a feira conta com 17 famílias agricultoras, totalizando 24 pessoas envolvidas no programa. Em 2022 a Feira da Agricultura Familiar criou uma associação (AFAF) com os produtores participantes. Alguns objetivos para o acordo foi o de pleitear projetos e unir o grupo para que juntos façam coro frente o governo, empresas e demais atores da sociedade civil.



Metodologia

Este estudo se classifica em exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. O estudo de caso exploratório foi realizado com os produtores da Feira da Agricultura Familiar na UFRRJ (FAF Rural), no qual a autora também participa atuando como agrônoma residente no programa, caracterizando o método de observação participante. Foi realizada pesquisa bibliográfica e investigação a campo através de entrevistas semiestruturadas para levantamento das informações.

A FAF Rural foi criada em 2016, fruto de uma parceria entre a UFRRJ e a Emater-Rio (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural), a partir de um programa de extensão voltado para o fortalecimento da agricultura familiar da região. A feira acontece todas as quartas de 8 às 13 h no corredor do Pavilhão Central do campus Seropédica e conta com uma equipe coordenadora que inclui extensionistas da Emater-Rio, professores, agrônomos residentes do projeto e agricultores. Além de representar um canal de escoamento dos produtos dos agricultores, a FAF também oportuniza a oferta aos participantes de apoio técnico e organizacional, e, se constitui em um espaço que vai além da comercialização, com a finalidade de aproximar a comunidade acadêmica, demais moradores da Baixada Fluminense e sujeitos da agricultura local tão invisibilizada no município.

Foram realizadas entrevistas individuais com 17 integrantes da FAF ao longo do mês de março e abril de 2023.

Vale ressaltar que cada produtor(a) que foi entrevistado representa a unidade familiar, visto que na FAF tem aqueles que trabalham em conjunto, marido e esposa ou irmãos, logo, nesse caso foi entrevistado somente um representante da família. As perguntas foram orientadas a definir o perfil do feirante, da atividade, os canais de comercialização acessados; como definem os preços; como registram os custos e a percepção sobre adoção de ferramentas de registro de custos.

Resultados e Discussão

Com relação ao perfil de produtores entrevistados, foram 11 mulheres e 6 homens. Desses 64% (11 produtores) se enquadram na categoria de transição agroecológica (ainda sem a certificação, mas realizam as práticas de manejo agroecológico) e 36% (6 produtores) são orgânicos com a certificação realizada através do mecanismo de Sistema Participativo de Garantia. A maior parte trabalha com produção primária vegetal e processados, poucos são os que trabalham com produtos de origem animal.

Quanto aos canais de comercialização acessados, 17% atuam em feiras municipais, visto que a FAF Rural abrange um grupo de agricultores de diversas cidades da Baixada Fluminense e centro sul do estado do Rio de Janeiro, apenas 1 produtor realiza entrega de mercadoria para o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Outros



31% participam do sistema de vendas online da Cesta da Agricultura Familiar, criado durante a pandemia de COVID-19 para suprir a ausência da feira que ficou suspensa com a interrupção das atividades presenciais na universidade. O site de compras permaneceu ativo após a retomada da feira no interior da UFRRJ e ainda hoje contribui para renda dos produtores. Há ainda produtores que realizam vendas individuais através das redes sociais (22%). Em porcentagens menores, tem aqueles que vendem para canais de compras institucionais, como PAA e PNAE¹ (6%), ou ainda tem também quem comercialize para mercados e padarias (8%) ou ainda restaurantes (5%), no qual a venda é contínua e o comprador financia parte da produção, caracterizando um modelo semelhante ao CSA (Comunidade que Sustenta a Agricultura). Por último, 8% participam da Feira da Agricultura Familiar que acontece no campus da UFRRJ em Nova Iguaçu.

Para definição dos preços, observou-se que dentre os 17 produtores 24% afirmaram colocar os preços com base na concorrência, 41% levam em consideração os custos de produção para formação dos preços e 35% além de tomarem por base os registros de custos também analisam os valores da concorrência para precificar seus produtos. Dentre esses que afirmaram realizar o registro dos custos, 29% fazem através de anotações manuais em cadernos e outros 29% relataram que apesar de fazerem anotações, a maior parte desses custos é contabilizado apenas de memória, ou seja, não possuem registros reais desses custos como um todo. Outros 24% não utilizam qualquer instrumento para controle, e 18% fazem uso de planilha do Excel para registrar esses custos.

Através dos resultados obtidos com a aplicação do roteiro de entrevistas e observação participante da autora, foi possível perceber a importância da diversificação dos canais de comercialização para agricultura familiar, visto que com diferentes locais de venda, os produtores conseguem assegurar uma renda maior, atingir públicos diversos e praticar preços condizentes com os custos de entrega. É válido ressaltar que as feiras são uma parcela relevante da renda dos produtores, mas também aqueles que atuam em canais de compra institucional (PAA e PNAE) e venda para restaurantes possuem um retorno garantido com um preço justo que já é estabelecido pelo comprador e não sofre variações.

A participação da mulher também é um fator que vale a pena ser levantado para discussão. Através dos relatos obtidos, observa-se que as atividades de gerenciamento da atividade, processamento dos alimentos *in natura* e venda na feira ficam sob responsabilidade das mulheres em grande parte das famílias, ainda que em alguns casos a comercialização e entrega de mercadorias fique a cargo do homem.

Em relação a contabilização dos custos de produção na formação dos preços de venda, observa-se que a maioria dos produtores não possuem esse controle, seja pelo acúmulo de funções na produção e venda das mercadorias, seja pela ausência de uma rotina de anotações, tendo como agravante a baixa escolaridade de alguns dos agricultores do grupo. Há ainda aqueles que realizam um controle incipiente, no



entanto não possuem conhecimento de uma metodologia capaz de utilizar essas informações dos custos na hora de colocar o preço, e também há uma certa insegurança em precificar muito diferente do mercado convencional e isso acarretar em perdas na hora da venda.

Conclusões

A partir da pesquisa realizada é possível inferir que dentre os produtores da Feira da Agricultura Familiar na UFRRJ são realizados registros de custos da produção de forma incipiente, de modo que nem sempre esses controles são capazes de formular o preço justo que de fato remunere o agricultor(a), visto que não contabilizam a maior parte dos custos de produção, ou quando é feito o controle, muitas vezes não aplicam esses dados na formação do preço de venda. As ferramentas utilizadas em muitos casos não permitem que este controle seja realizado de forma assertiva e rotineira. Partindo desse ponto, cabe refletir futuramente sobre o desenvolvimento de uma metodologia de registro de custos e formação de preços que seja aplicável a realidade do produtor(a) e tenha um grau de adesão alto para que tenham clareza do planejamento e gestão da atividade.

Referências bibliográficas

ALVES, Carmen. A. **Agricultura familiar e gestão de custos: um estudo de caso na região do semi-árido baiano**. 2010. 109 p. Dissertação (Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural). Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de São Carlos, 2010.

BRASIL, Lei 11.326, de 24 de julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais**.

BEZERRA, A.; COSTA, R.; AGUIAR, K.; KRAYCHETE, G.; FOSSARD, C. **Viabilidade econômica e gestão democrática de empreendimentos associativos**. 68p., v.1. Porto Alegre, 2009.

MIGLIARO, Luis. R. **Os caminhos da economia de solidariedade**. Universitat Nueva Civilización. 213 p. 1996.

NIEDERLE, Paulo. A.; ALMEIDA, Luciano.; VEZZANI, Fabiane. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Kairós edições. v. 393, p. 393. 2013.

RAZZETO, L. **Los caminos de la economía solidária**. Buenos Aires: LUMEN-HVMANITAS, 1997.

SANTANA, Antônio. C.; Santana, Á. L.; Gomes, S. C.; Nogueira, A. K. M.; Oliveira, C. M.; Santos, M. A. S. Evidências do mercado de produtos da pequena produção na região da transamazônica e BR-163 no estado do Pará. **Revista de Estudos Sociais**. 2015. N.34. V.17.



SCHMITT, C. J.; GRISA, C. Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir dos instrumentos de ação governamental. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, v. 1, p. 215-265, 2013.

WANDERLEY, Maria. N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**. n. 21, p. 42-62. 2003