

## **ANALISE MULTIDIMENSIONAL DO ASSENTAMENTO RURAL FAZENDA IPANEMA: COMERCIALIZAÇÃO.**

Apresentado no  
10º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP ou no 4º Congresso de Pós-Graduação do  
IFSP

27 e 28 de novembro de 2019- Sorocaba-SP, Brasil

**RESUMO:** O presente texto tem por objetivo apresentar resultados parciais de pesquisa desenvolvidas pelo Núcleo de Estudos em Agroecologia (NEA -Boituva), no âmbito da região de inserção do IFSP - Campus Boituva, como a análise da inserção e a dinâmica de produção e comercialização de agricultores familiares do Assentamento Rural Fazenda Ipanema em Iperó – SP, buscando compreender se o conceito de circuitos de comercialização se aplica ao sistema local de abastecimento alimentar. Para tanto, a metodologia se apoia na abordagem qualiquantitativa, pesquisa bibliográfica e documental e na aplicação de questionários semiestruturados para 58 agricultores assentados, da Fazenda Ipanema. Como parte dos resultados preliminares com base no diagnóstico realizado, identificamos no assentamento Ipanema uma diversificada produção agropecuária, todavia, podemos inferir a grande dificuldade que, de fato, se apresenta para esses agricultores com relação à comercialização de seus produtos, como vimos há aqueles que ainda conseguem buscar outros compradores, podem assim melhorar o preço recebido para seus produtos da mesma forma que há outros que conseguem segurar a produção, mas o mais preocupante são justamente aqueles que estão a mercê dos atravessadores. Os dados também nos revelam a incipiência do conjunto de políticas públicas, tanto das que incentivam produções sustentáveis e com respeito aos elementos ambientais adequada, quanto das políticas que viabilizam a comercialização.

**PALAVRAS-CHAVE:** agroecologia; agricultura familiar; desenvolvimento regional; comercialização

## **ANALYSIS MULTIDIMENSIONAL SETTLEMENT OF RURAL FINANCE IPANEMA: MARKETING**

**ABSTRACT:** This paper aims to present partial results of research undertaken by the Center for Studies in Agroecology (NEA-Boituva) under the IFSP -Campus Boituva insertion region, such as the analysis of integration and the dynamics of production and marketing of farmers relatives of Rural Settlement in Fazenda Ipanema Iperó - SP, aiming to understand the concept of marketing channels applies to the local system of food supply. Therefore, the methodology is based on qualitative and quantitative approach, bibliographical and documentary research and the application of semi-structured questionnaires to 58 settled farmers, the Ipanema Farm. As part of the preliminary results based on the diagnosis made, identified in the settlement Ipanema a diversified agricultural production, however, we can infer the great difficulty that, in fact, appears to these farmers for the marketing of its products, as we have seen there are those who still manage to seek other buyers, can thus improve the price received for their products just as there are others who They can handle the production, but the most worrying are precisely those who are at the mercy of middlemen. The data also reveal a set of public policies incipient, both of which encourage sustainable production and appropriate with respect to environmental elements, as policies that enable commercialization. can thus improve the price received for its products in the same way that there are others who can handle the production, but the most worrying are precisely those who are at the mercy of middlemen. The data also reveal a set of public policies incipient, both of which encourage sustainable production and appropriate with respect to environmental elements, as policies that enable commercialization. can thus improve the price received for its products in the same way that there are others who can handle the production, but the most worrying are precisely those who are at the mercy of middlemen. The data also reveal a set of public policies incipient, both of which encourage sustainable production and appropriate with respect to environmental elements, as policies that enable commercialization.

**KEYWORDS:** agroecology; agricultural farmer; regional development; commercialization.

## **INTRODUÇÃO**

Carvalho e Costa (2013) discutem que a comercialização agrícola se apresenta como uma atividade complexa, já que opera o que os autores denominaram de Sistema da Agricultura, onde a produção assume o papel de mercadoria ao chegar à ponta da cadeia, refletindo assim a dinâmica que a envolve dentro do circuito integrado de mercados, uma vez que abrange diversos segmentos e setores que se apropriam da produção e passam a impor metas de quantidade e de qualidade, formando cadeias, redes ou arranjos produtivos. Este processo envolve diversos atores sociais que compõem a cadeia produtiva, integrando etapas de beneficiamento ou processamento. O que determina se a cadeia tende a se estender ou encolher conforme a demanda econômica, por um determinado produto, promovendo variações no tempo, no espaço e no número de atores envolvidos para promover a interação produtor-consumidor.

O universo empírico da agricultura familiar difere em muito da grande maioria dos produtores rurais em geral (agronegócio), assim como os assentados da reforma agrária, em ambos segmentos nos deparamos com um conjunto de atores que atuam no caminho entre a produção e o consumo final, são os atravessadores e intermediários. São, via de regra, confundidos, como sendo uma só pessoa.

Na tentativa de melhor comercializar e não ter parte de sua produção na mãos dos atravessadores/intermediários, os agricultores familiares tem usado como estratégia o uso de circuitos curtos de comercialização (CC), o observamos que os circuitos curtos de comercialização, de fato permitem a redução do número de intermediários entre o produtor e o consumidor final, já que consideramos que os circuitos curtos são aqueles em que o produtor entrega diretamente o seu produto ao consumidor (venda direta).

Os circuitos curtos constituem-se ainda, como uma opção para a criação de valor agregado ao território, ligado a especificidades que ele imprime a determinados produtos e a sua região de fabricação.

## **METODOLOGIA**

Trata-se de uma pesquisa, de natureza quali-quantitativa, classificada como explicativa. Os procedimentos técnicos utilizados foram pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e levantamento no campo (KAUARK *et al.*, 2010). A partir dessa conceituação, pode-se, portanto, definir pesquisa social como o processo que, utilizando a metodologia científica, permite a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social. O que corrobora com a definição de Gil (2002) de que realidade social é entendida com sentido amplo, uma vez que envolve um conjunto de aspectos relativos ao homem em seus múltiplos relacionamentos com outros homens e instituições sociais e, nesta pesquisa, também com a terra.

Num primeiro momento realizamos pesquisa bibliográfica e documental, aceitando que a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelos espaços.

Como instrumentos de pesquisa usamos um conjunto de questionários e de entrevistas semiestruturadas e as aplicamos da seguinte forma:

Nos meses de abril e maio de 2018, aplicamos os questionários, para 58 famílias do Assentamento Fazenda Ipanema, o mesmo questionário será aplicado as 28 famílias que compõem atualmente o Assentamento Horto Bela Vista.

Antes da aplicação do questionário realizamos treinamento em 27 e 28 de abril com os entrevistadores que iriam a campo, treinamento este no qual realizamos leitura de cada questão e dúvidas foram tiradas, e ainda houve instrução de como se portar no momento da aplicação do questionário. Cabe destacar que para além dos questionários aplicados, inicialmente realizamos anotações em caderno de campo, as quais servem como uma ferramenta já que é a memória do momento de pesquisa, podendo ser acessada a qualquer momento que se fizer necessária. Buscamos registrar como foi o dia de campo, quais desafios, surpresas e novidades

e outros detalhes que pudessem estar fora do questionário, mas que fossem relevantes à pesquisa e dando maior valor ao seu teor (ANDRADE, 1997 apud LOPES et al., 2002, p. 131).

### **O DESAFIO DA COMERCIALIZAÇÃO**

Em nossos estudos preliminares observamos, se apresentam as 3 formas de CC apresentadas por Darolt et al. (2013), sendo elas: Feira de produtores, CSA, e mercado institucional em especial o PNAE, haja vista que o PAA não está sendo operacionalizado no município neste ano de 2018. Embora, tenha sido executado entre os anos de 2013 e 2017.

No assentamento Fazenda Ipanema entrevistamos 58 famílias, o que corresponde a 38,66 % das 150 famílias que compõem o assentamento. Quanto ao tamanho do lote das famílias entrevistadas observamos que há lotes de 2 hectares a lotes com 7,2 hectares. Quanto aos números de pessoas que moram nos lotes, houve uma grande variedade de respostas, sendo que em sua maioria cerca de 54% são famílias compostas por 4 a 6 pessoas, havendo lotes com 2 pessoas e lotes onde residem até 22 pessoas. Destacando-se como os principais produtos, temos o plantio das seguintes culturas: mandioca, seguida da banana e abóboras, da cultura do feijão e da acerola, cana de açúcar estava presente em 23% dos lotes entrevistados, todavia, a totalidade da plantação se destina à alimentação animal e ou produção de rapadura e cachaça para consumo próprio. Se tomarmos as quatro culturas com maiores áreas cultivadas dentro do assentamento, nota-se tanto o cultivo de banana quanto o da mandioca se destacam com áreas de 3 hectares e 2 hectares respectivamente.

Situação que nos leva a inferir que o plantio de legumes e verduras para autoconsumo é pratica corrente pela maioria das famílias assentadas, todavia, se dá de forma muito diferente em função das características culturais e regionais de cada família.

Embora o assentamento Ipanema tenha um considerável potencial agrícola em função de sua extensão e número de famílias assentadas, notamos a partir dos dados que seu potencial agrícola não vem sendo bem aproveitado, isso poderá ser confirmado ao apresentarmos dados relativos à composição da renda, onde percebemos, que embora denote uma pequena melhora na qualidade de vida das famílias assentadas através da renda obtida com a produção agrícola, quando comparada à situação anterior nos acampamentos, ainda assim a renda não tem sido suficiente para garantir uma vida digna no contexto de uma estrutura de possibilidades aceitáveis para as famílias assentadas.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os agricultores familiares via de regra têm dificuldade em se inserirem nos circuitos de comercialização sejam eles tradicionais, circuitos longos ou mesmo nos circuitos curtos de comercialização. Essa dificuldade deixa os agricultores expostos e fragilizados diante do mercado, isso é evidente quando perguntados sobre os tradicionais canais de escoamento utilizados desde a criação do assentamento até o momento da pesquisa.

Ao analisarmos essas respostas podemos inferir a grande dificuldade que, de fato, se apresenta para esses agricultores com relação à comercialização de seus produtos, como vimos há aqueles que ainda conseguem buscar outros compradores, podem assim melhorar o preço recebido para seus produtos da mesma forma que há outros que conseguem segurar a produção, mas o mais preocupante são justamente aqueles que estão a mercê dos atravessadores.

Os dados também nos revelam a incipiência do conjunto de políticas públicas, tanto das que incentivam produções sustentáveis e com respeito aos elementos ambientais adequada, quanto das políticas que viabilizam a comercialização. Não estamos negando a existência dessas políticas, todavia, na prática elas contribuem muito pouco para transformar o universo produtivo e a realidade dos agricultores familiares, em especial dos assentados da reforma agrária.

### **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, A. J. P.; SOUZA, C. R.; SILVA, N. M. A vulnerabilidade e a resiliência da agricultura familiar em regiões semiáridas: o caso do Seridó Potiguar. **CAMPO-TERRITÓRIO** - Revista de Geografia Agrária, 2013.

CARVALHO, D. M.; COSTA, J. E. Cadeia Produtiva e Comercialização Agrícola no Brasil. Edição Especial dos 30 anos do **NPGeo GEONORDESTE**, Ano XXIV, n.2, 2013.

KAUARK, F. S.; MANHÃES, F.C.; MEDEIROS, C.Henrique. Metodologia da pesquisa: um guia prático. 2010.