

A COMERCIALIZAÇÃO INFORMAL DE HORTALIÇAS EM NAVIRAÍ/MS

**Daniela Albuquerque dos Santos,
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul,
dannialbuquerque0109@gmail.com**

**Thayane da Mota Santana,
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul,
thayane.santana@estudante.ifms.edu.br**

**Daniel Zimmermann Mesquita,
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul,
daniel.mesquita@ifms.edu.br**

**Anderson Bem,
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul,
anderson.bem@ifms.edu.br**

**André Carvalho Baida,
Instituto Federal de Mato Grosso do Sul,
andre.baida@ifms.edu.br**

RESUMO

O comércio informal de produtos agropecuários, principalmente frutas e hortaliças, é uma prática que ocorre nos pequenos e grandes centros urbanos, seja na forma de feiras pré-organizadas ou até mesmo pequenas barracas nas esquinas das ruas. O objetivo deste trabalho foi realizar um levantamento dos pontos informais de venda de hortaliças no município de Naviraí-MS, e caracterizar o perfil das pessoas que trabalham nesse mercado informal. A pesquisa foi realizada no espaço urbano de Naviraí, Mato Grosso do Sul, entre os meses de abril a junho de 2019. Como instrumento de coleta de dados a campo fez-se uso de aplicação de questionário-entrevista semiestruturado. A elaboração do questionário foi ordenada a partir dos eixos temáticos “Caracterização do perfil do comerciante”, “Comercialização” e “Rendimentos e Produção”. Observou-se na pesquisa que a maioria dos comerciantes informais de hortaliças em Naviraí/MS são agricultores familiares que encontram nessa atividade uma forma de aumentar sua renda mensal. As hortaliças folhosas como alface, almeirão, salsa e cebolinha são as mais comercializadas. Os preços de venda dos comerciantes informais são formados de acordo com os preços dos supermercados, condições climáticas e época do ano.

Palavras-chave: Agricultura familiar; Hortifrútiis; Comércio informal.

1 INTRODUÇÃO

Naviraí é uma cidade localizada no sul do estado de Mato Grosso do Sul, e possui cerca de 50.692 habitantes (IBGE, 2019). As atividades relacionadas ao agronegócio têm grande participação na economia local e na geração de empregos no município. A maior parte da população da cidade se encontra em zona urbana, e poucas pessoas residem em fazendas, chácaras ou sítios. Em relação a agricultura, as principais culturas cultivadas nessa região são a cana-de-açúcar, soja, mandioca, milho e algumas hortaliças e frutas. Grande parte dos hortifrúteis são produzidos pela agricultura familiar, cultivadas em pequenas áreas por pequenos produtores.

Existem diversas etapas na produção de hortaliças que merecem atenção do produtor. Entre elas está a obtenção de sementes de qualidade, utilização de substrato adequado, correção e adubação dos canteiros, sistema de irrigação utilizado e controle de pragas e doenças. Porém, pelo fato da maioria das hortaliças serem produtos altamente perecíveis, exige-se maior atenção dos agricultores em relação às etapas de transporte, pós-colheita e comercialização. São nessas últimas etapas da cadeia produtiva das hortaliças que se encontram os maiores índices de perdas e prejuízos.

Percebe-se que a maioria das pessoas procuram os trabalhadores informais devido ao preço ser mais barato (preço único), podendo até ser reduzido do preço normal, facilitando a comercialização das hortaliças produzidas e também ajudando os mesmos, para sua própria sobrevivência do dia a dia. Por outro lado, no mercado formal há variação diária do preço das hortaliças, e isso ocorre, em grande parte, devido a relação oferta/demanda que depende da produção na época adequada, seguindo todos os padrões exigidos pelo mercado (estética, qualidade, sabor, etc). Quando se tem uma alta demanda, a oferta fica mais barata atingindo toda a meta de produção, mas tem que ser nas épocas de plantio específicas das culturas, já quando se ocorre o inverso os preços ficam mais caros e a procura acaba ficando menor. Geralmente a procura com mais eficácia de determinadas hortaliças é no verão, devido a sua alta quantidade de água na composição e pelo preço ser mais acessível.

Ainda convém lembrar que o comércio formal, ou seja, a venda em mercados, frutarias, mercados municipais, segue toda uma legislação relativa a comercialização. Existe toda uma qualidade específica, quantidade e seus fornecedores, modo de produção, climatização do mercado para manter a qualidade e o sabor de suas hortaliças por mais tempo,

ter firma registrada, logotipos, impostos e emissão de notas fiscais. Todavia o comércio informal não lida com tanta legislação, sendo que raramente a existem associações destes, o que limita as pessoas na definição do preço. Outros cuidados são necessários, como os registros das quantidades e valores comercializados. Geralmente os preços são definidos por fatores como a localidade, época, tipo de clientela e apresentação do produto. Portanto, apesar do mesmo objetivo, a comercialização formal e informal apresenta características bem distintas.

O objetivo deste trabalho foi realizar um levantamento dos pontos informais de venda de hortaliças no município de Naviraí-MS, e caracterizar o perfil das pessoas que trabalham nesse mercado informal.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Para Faulin e Azevedo (2003), os produtores familiares que vendem hortaliças no mercado podem ser divididos em dois grupos: o primeiro grupo que vende os seus produtos para sacolões, supermercados, redes de varejo e de outro lado, o segundo grupo de produtores de hortaliças que vende diretamente ao consumidor, venda em sacolões próprios, feiras livres ou de porta-em-porta.

As feiras livres e também a montagem de barracas nas ruas é comum em várias partes do Brasil. Em pesquisa realizada no Estado de Sergipe, Santana (2005, p.72) destaca que essa prática ainda que ocorra “em condições precárias para venda [representa] complementação de renda típica de atividade não agrícola desenvolvida por pequenos agricultores familiares”.

Na comercialização de hortaliças direta do produtor com os supermercados, Vilas Boas e Pimenta (2011, p. 88) argumentam que há predominância de relação padronizada comum entre indústria com o supermercado, em que o produtor rural também é submetido a esta ordem de comercialização, que em suma manifesta-se como “uma relação mais vantajosa por parte dos supermercados que para os produtores”.

A venda direta dos produtores de hortaliças junto ao consumidor representa uma forma dele auferir mais renda. Já no caso dos comerciantes ambulantes que não são produtores de hortaliças, essa atividade representa uma forma de geração de renda ou de complementação da renda familiar.

3 METODOLOGIA

A pesquisa quanto ao nível de procedimento localiza-se como pesquisa descritiva (GIL, 2006), pois teve como objetivo principal caracterizar uma determinada população (vendedores de hortaliças) e seu relacionamento com a dinâmica produtiva, e consequente sua reprodução como segmento social.

A pesquisa foi realizada no espaço urbano de Naviraí, Mato Grosso do Sul, entre os meses de Abril a Junho de 2019. Como instrumento de coleta de dados a campo fez-se uso de aplicação de questionário-entrevista semiestruturado (GIL, 2006). A elaboração do questionário foi ordenada a partir dos eixos temáticos “Caracterização do perfil do comerciante”, “Comercialização” e “Rendimentos e Produção” como pode ser observado a seguir:

1- IDENTIFICAÇÃO

Nº de ordem: _____ data: _____ Hora: _____

Entrevistador: _____

2- DADOS GERAIS DO ENTREVISTADO

2.1- Nome: _____ 2.2- Idade: _____

2.3- Sexo: () Mas. () Fem. 2.4- Residência: () Rural () Urbana

2.5- Município de residência: _____

2.6- Escolaridade: () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior.

3- COMERCIALIZAÇÃO

3.1- Quais produtos você vende?

3.2- Entre os produtos vendidos, quais são os mais procurados pelos consumidores?

3.3- Por quem e onde são produzidas essas hortaliças e legumes?

3.4- Como essas hortaliças e legumes são transportadas até aqui?

- 3.5-** Como é definido o preço de venda dessas hortaliças e legumes?
- 3.6-** Você fica neste ponto em quais dias da semana?
- 3.7-** Existe outro ponto de comercialização?
- 3.8-** Caso a resposta anterior for sim, especifique o lugar de comercialização.
- 3.9-** Em qual horário você fica neste ponto? Caso exista outro ponto de comercialização, quais são os dias e horários nos outros pontos de venda?
- 3.10-** Qual a quantidade média de produtos vendidos por dia? (Anotar produto e média de comercialização por produto)
- 3.11-** Sazonalidade da comercialização anual. Quais são os meses do ano de maior e menor comercialização?
- 3.12-** Sazonalidade da comercialização semanal. Quais os dias de maior e menor comercialização?
- 3.13-** As condições atmosféricas interferem muito na venda diária, por exemplo, dias muito chuvosos ou épocas de estiagem (seca)?
- 3.14-** Em relação ao mês, existe uma variação de vendas ao longo das semanas (Início e fim de Mês)?

4- RENDIMENTOS

- 4.1-** Qual é a sua renda bruta média por mês nessa barraca?
- 4.2-** Desse total sobra quanto de renda líquida? 50% () 40%() 30%() 20%() 10%()
- 4.3-** Essa é sua principal fonte de renda ou ela é uma complementar?
- 4.4-** Possui outras rendas além da comercialização de verduras?
- 4.5-** Caso a resposta anterior seja sim, Quais?

5-PRODUÇÃO (Caso o comerciante seja também produtor)

- 5.1-** Local da sua propriedade: Espaço Rural () Espaço Urbano ()
- 5.2-** Qual o tamanho da propriedade em hectares?
- 5.3-** A propriedade é sua ou arrendada?

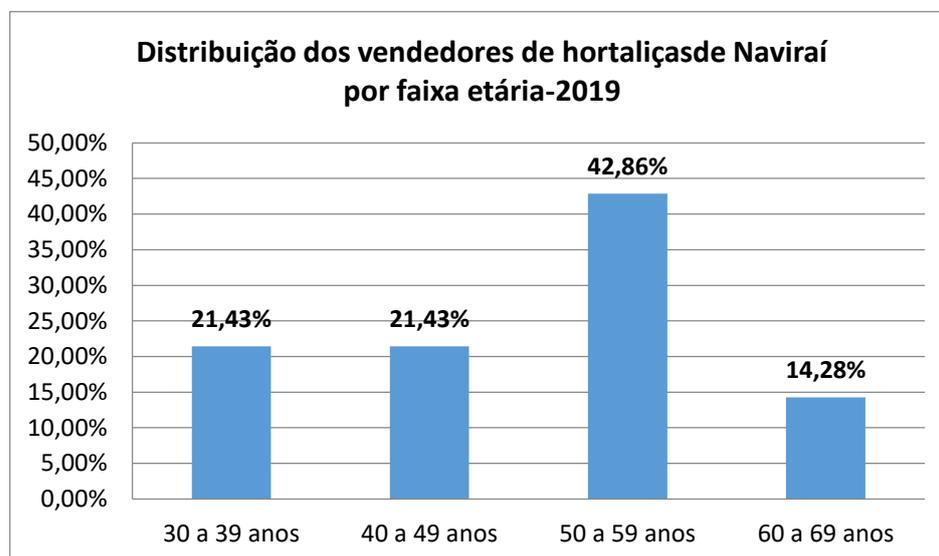
- 5.4- Você tem Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP)?
- 5.5- Recebe assistência técnica da AGRAER ou outros agentes de extensão rural?
- 5.6- Reside na propriedade em que produz?
- 5.7- Quantas pessoas trabalham na produção agrícola diretamente?
- 5.8- E quantas dessas são da sua família?
- 5.9- O que é produzido no lote?
- 5.10- Como é transportada essa produção?
- 5.11- Você encontra algumas dificuldades para produzir no lote? Sim () Não ()
- 5.12. Caso a resposta anterior seja sim, indique quais?

As entrevistas foram realizadas durante 4 meses, procurando-se alternar os dias da semana e turnos (manhã ou tarde), com o intuito de coletar dados do maior número de comerciantes possível. Durante a pesquisa foram realizadas 14 entrevistas com aplicação de questionário semiestruturado de um universo aproximado de 50 vendedores informais de hortaliças. Após o término da coleta de dados a campo, procedeu-se com a tabulação dos dados e seleção das informações qualitativas mais relevantes para análise e discussão do objeto de estudo.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Tomando por base os dados gerais dos entrevistados constatou-se igual proporção quanto ao sexo dos comerciantes informais de hortaliças. Quanto à questão da faixa etária, a média de idade encontrada ficou por volta de 49 anos, sendo o comerciante mais novo com 32 anos e o mais velho com 65 anos. A faixa etária que mais registrou comparecimento foi entre 50 a 59 anos de idade, representando 42,86% do total dos entrevistados. O gráfico a seguir (Figura 1) apresenta os dados demográficos por faixas etárias.

Figura 1: Distribuição por faixa etária dos comerciantes de hortaliças em Naviraí



Fonte: trabalho de campo realizado entre os meses de Fevereiro a Junho de 2019.

O número de idosos nessa atividade é representativo, pois chega a quase 15% do total dos vendedores informais de hortaliças. Esse fato demonstra a importância dessa atividade econômica para o complemento de renda das famílias.

Aproximadamente 42 % dos entrevistados têm o Ensino Médio Completo, 44 % apresentam o Ensino Fundamental Completo, 7 % apresentam o Ensino Superior Completo e 7 % não apresentam nenhum grau de escolaridade.

Todos os entrevistados residem em Naviraí/MS, sendo que 50 % moram na zona urbana e 50% na zona rural. E quanto a questão da produção das hortaliças, 64 % são ao mesmo tempo, produtores rurais e comerciantes, enquanto 36 % apenas revendem as hortaliças.

Quanto aos dados de comercialização, nota-se que o alface é a única hortaliça comercializada por todos os entrevistados (Tabela 1). Tal fato está ligado à facilidade de cultivo dessa espécie vegetal e também a alta demanda do mercado local por esta hortaliça. Outras hortaliças que são comercializadas por mais de 50 % dos entrevistados foram o almeirão, o cheiro verde, a rúcula e a couve. Todas estas citadas são hortaliças folhosas, de ciclo curto e com boa aceitação no mercado.

Já as hortaliças menos comercializadas foram o maxixe, pepino, agrião, rabanete, brócolis, repolho, tomate cereja e acelga, na qual apenas 7 % dos entrevistados trabalham com

essas espécies. Algumas hortaliças-fruto como o tomate e pimentão e hortaliças tuberosas como a cenoura e beterraba não são comercializadas por nenhum dos vendedores informais, o que leva a crer na dificuldade de produção dessas espécies na região de Naviraí, uma vez que há demanda por estas hortaliças nos mercados e supermercados.

Tabela 1: Hortaliças mais vendidas no comércio informal em Naviraí/MS

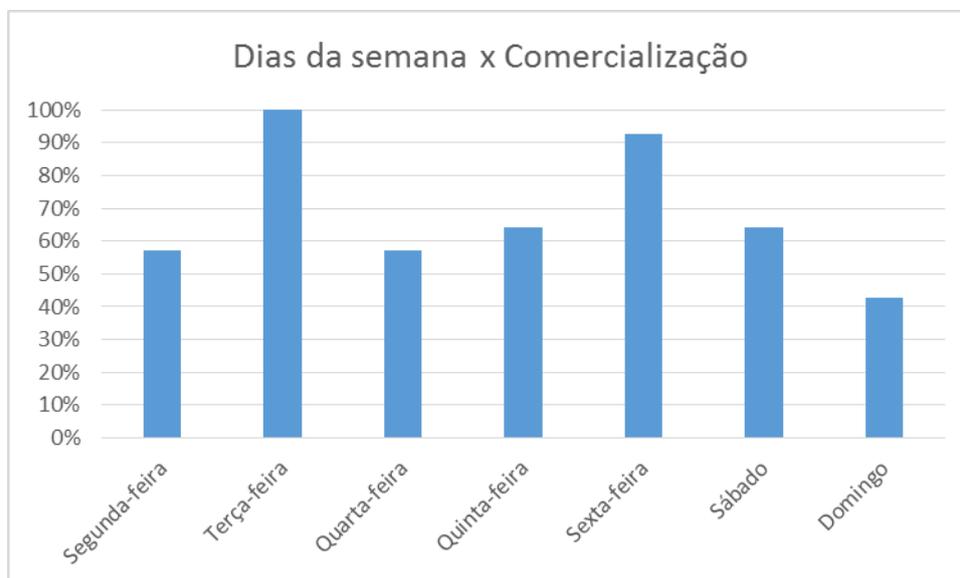
Hortaliça	Porcentagem de entrevistados que comercializam (%)
Alface	100 %
Almeirão	93%
Cheiro Verde (Salsa e Cebolinha)	93%
Rúcula	79%
Couve	64%
Quiabo	43%
Pimenta	29%
Jiló	29%
Abobrinha	21 %
Coentro	21 %
Maxixe	7 %
Pepino	7 %
Agrião	7 %
Rabanete	7 %
Brócolis	7 %
Repolho	7 %
Tomate cereja	7 %
Acelga	7 %

Fonte: trabalho de campo realizado entre os meses de Fevereiro a Junho de 2019.

Quanto aos dias da semana na qual os entrevistados montam suas barracas e comercializam suas produções, a terça-feira foi o dia na qual todos trabalham (Figura 2). No dia de domingo apenas 43% dos entrevistados vão para rua comercializar. Tal fato serve como indicativo dos dias de maior comercialização de hortaliças e hábito de consumo das mesmas pela população naviraíense. Quanto aos turnos do dia, 58 % dos entrevistados comercializam apenas no período da manhã, enquanto 35 % comercializam no período da tarde e 7 % trabalham nos dois turnos (Figura 3). Pode-se tomar isso como indicativo de maior procura dos consumidores de hortaliças no período da manhã e também quanto a preservação do frescor e qualidade dos vegetais. Outro fator citado por todos os entrevistados foi quanto as questões climáticas, na qual relataram que as baixas temperaturas e as chuvas são fatores que

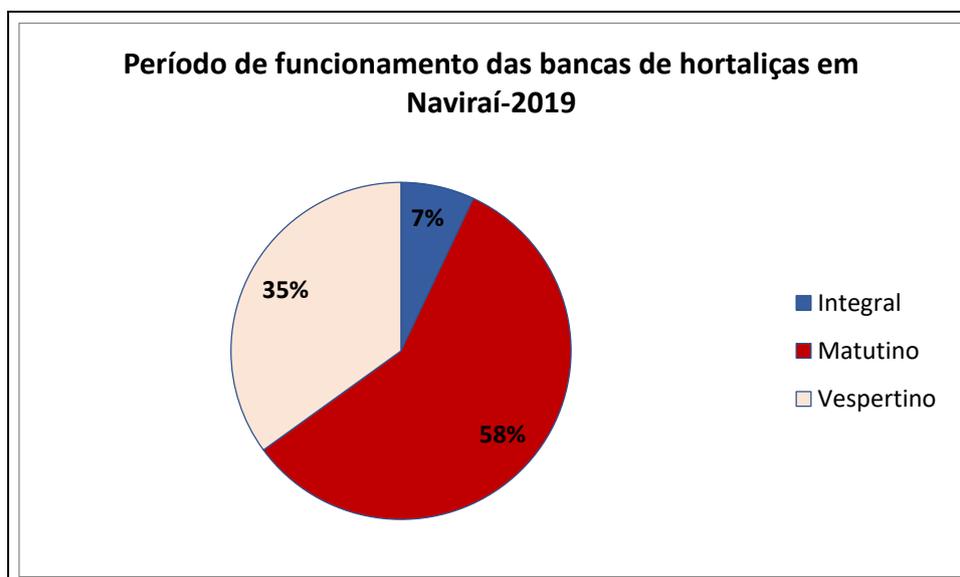
ocasionam a queda nas vendas.

Figura 2: Dias da semana x Comercialização



Fonte: trabalho de campo realizado entre os meses de Fevereiro a Junho de 2019.

Figura 3: Períodos de Comercialização



Fonte: trabalho de campo realizado entre os meses de Fevereiro a Junho de 2019.

Todos os entrevistados relataram que vendem mais no começo do mês. Esse resultado está associado ao fato das hortaliças não serem consideradas produtos essenciais da cesta

básica e também ao alto preço destas quando comparado ao rendimento médio das famílias. Portanto, ao final do mês quando, geralmente, as famílias estão com maior restrição financeira, o consumo de produtos considerados complementares a dieta alimentar diminui. Quanto a época do ano, 92% dos entrevistados relataram que entre os meses de dezembro a fevereiro se obtém os melhores preços aumenta a quantidade de hortaliças vendidas.

Todavia, cabe ressaltar, que os meses mais quentes e chuvosos em Naviraí, a produção de hortaliças, principalmente as folhosas, enfrentam maiores problemas fitossanitários como pragas e doenças. Consequentemente, a tendência da produção é cair e do preço aumentar. Outro fator a ser considerado é a questão da preferência dos consumidores por hortaliças mais leves no verão como as mais vendidas pelos entrevistados (alface, almeirão, cheiro verde e rúcula). Todos os entrevistados também relataram que entre os meses mais frios, de maio a outubro, as vendas caem bastante.

A média de rendimentos dos produtos comercializadas fica por volta de R\$ 1.500,00 mensais. Os comerciantes que tem um lucro maior caracterizam-se pela maior diversificação dos produtos vendidos. Nesse sentido, estes comerciantes vendem também: queijos, doces, leite, temperos prontos, feijão, milho, mandioca e bolo, além das hortaliças. Os preços de venda dos comerciantes informais são formados de acordo com os preços dos supermercados, condições climáticas e época do ano. Dentre os entrevistados, 64 % responderam que o comércio informal de hortaliças é a atividade principal, enquanto 36 % levam como atividade complementar.

Quanto aos comerciantes que também são produtores rurais (64 % dos entrevistados), todos têm propriedade própria e Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP). Porém, 78 % residem na propriedade e 89 % produzem somente hortaliças. O número médio de pessoas da família que trabalham na propriedade são 3 indivíduos, e o tamanho médio da propriedade é de 11,2 hectares. Os principais problemas relatados na produção de hortaliças são as pragas e doenças, manejo da adubação, condições climáticas adversas, falta de orientação técnica e deriva de agrotóxico de lavouras de propriedades vizinhas. Cerca de 67 % afirmaram já ter recebido assistência técnica da Agraer, Senar e Sebrae. Porém consideraram a insuficiente e relataram que gostariam de ser assessorados com maior frequência.

5 CONCLUSÕES

Conclui-se que a maioria dos comerciantes informais de hortaliças em Naviraí/MS são agricultores familiares que visualizam essa prática com um meio de aumentar a geração de renda.

Observou-se na pesquisa que 64% dos comerciantes informais de hortaliças têm essa atividade como a sua principal forma de auferir renda. Já os outros 36% a fazem o uso como uma estratégia complementar de renda. Estes dados são demonstrados visivelmente na paisagem urbana com a presença das bancas ao longo da semana e em diferentes turnos pelas avenidas e ruas principais de Naviraí.

As hortaliças folhosas como alface, almeirão, salsa e cebolinha são as mais comercializadas. Os preços de venda dos comerciantes informais são formados de acordo com os preços dos supermercados, condições climáticas e época do ano.

Algumas hortaliças-fruto como o tomate e pimentão e hortaliças tuberosas como a cenoura e beterraba não são comercializadas por nenhum dos vendedores informais, o que leva a crer na dificuldade de produção (domínio de técnicas de cultivo) dessas espécies na região de Naviraí, uma vez que há demanda por estas hortaliças nos mercados e supermercados.

REFERÊNCIAS

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5e. São Paulo: Atlas, 2006.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em 18 de maio de 2019.

FAULIN, E.V; AZEVEDO, P.F. de. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações. **Informações Econômicas**, SP, v.33, n.11, pp.24-37. Nov. 2003.

SANTANA, J. W. C. **Comercialização agrícola no Estado de Sergipe**. Dissertação de Mestrado em Geografia. Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFS. São Cristóvão – Sergipe, 2005.

III Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

10 a 13 de setembro de 2019 | Naviraí - MS



VILAS BOAS, L. H. de B; PIMENTA, M. L. Canais de distribuição de hortaliças: análise de algumas opções e distribuição sob o foco do produtor. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**. RJ. n.3, pp. 68-93. Jan-Jun. 2011.