

## VI Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - *campus* Bambuí

### VI Jornada Científica

21 a 26 de outubro de 2013

#### **Diagnóstico da comercialização de hortaliças no município de Bambuí-MG**

**Roberta FONSECA<sup>1</sup>; Marcos Winícius Gonçalves de SOUZA<sup>2</sup>; Luciano Donizete GONÇALVES<sup>3</sup>; Anderson Mendes ARAUJO<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Estudante de Agronomia bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do IFMG *campus* Bambuí. Rod. Bambuí/Medeiros km 5. CEP: 38900-000. Bambuí-MG. <sup>2</sup> Engenheiro Agrônomo. <sup>3</sup> Professor Orientador do IFMG *campus* Bambuí. <sup>4</sup> Estudante de Agronomia.

#### **RESUMO**

Este trabalho trata-se da realização de um diagnóstico da comercialização de hortaliças no município de Bambuí-MG, observada do ponto de vista do comerciante e do consumidor. A pesquisa foi realizada com a aplicação de questionários em todos os estabelecimentos que comercializam hortaliças em Bambuí totalizando estes 5, 10 e/ou 15 consumidores na região de cada estabelecimento, sendo o número maior de consumidores para o comércio mais significativo. Os consumidores foram escolhidos ao acaso e a pesquisa foi realizada no período de 01/Junho/2013 a 29/junho/2013. Foram abordados todos os aspectos de comercialização como: mercado, custo para compra e venda, origem das hortaliças, preferência da escolha, principais hortaliças consumidas, principais dificuldades enfrentadas pelos consumidores. A partir dos resultados da pesquisa, observa-se que tanto as informações sobre os canais de comercialização de hortaliças quanto sobre os consumidores, indicam a necessidade de adoção de práticas que melhorem o setor. Além disso, os resultados indicam que atividades olerícola apresentam grande potencial de exploração pelos produtores rurais da região.

**Palavras-chaves:** Comercialização hortaliças; Perfil do consumidor, Diagnóstico de comercialização.

#### **INTRODUÇÃO**

A busca por alimentos saudáveis, com melhor qualidade e mais convenientes tem demonstrado tendência de expansão. No último decênio, a produção de hortaliças no país aumentou 33%, ao passo que a área foi reduzida em 5% e a produtividade aumentou 38 %. Três quartos do volume da produção se concentram nas regiões Sudeste e Sul, enquanto que o Nordeste e o Centro-Oeste produzem 25 % do total produzido (MELO; VILELA, 2007). A produção de hortaliças tem destaque como atividade econômica, pois tem a capacidade de fixar o homem no campo, uma vez

## **VI Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - *campus* Bambuí**

### **VI Jornada Científica**

**21 a 26 de outubro de 2013**

que gera, por hectare, de 3 a 6 empregos diretos e o mesmo número de indiretos, e de servir como um meio de subsistência, o que por sua vez pode garantir a sustentabilidade e promover o desenvolvimento local, pois quanto ao rendimento, este pode variar entre US\$ 2 mil e US\$ 25 mil por hectare (FAULIN; AZEVEDO, 2003).

Os principais problemas enfrentados pela horticultura estão relacionados à alta perecibilidade dos produtos, fazendo com que o tempo entre a colheita e a entrega seja pequeno. A instabilidade climática, como por exemplo, excesso de chuvas e variações bruscas de temperaturas resulta em perdas de produção. Estes fatores acarretam instabilidade nos preços de venda e maior vulnerabilidade da oferta, ou seja, aumentam os custos de transação entre os produtores e os consumidores.

Para a comercialização das hortaliças os canais de distribuição são um componente importante. De acordo com Pigatto e Alcântara (2006), esses canais são relacionamentos estabelecidos por organizações, agentes e instituições que objetivam a disponibilidade de produtos e serviços ao consumidor além de criar valor para este consumidor.

Este trabalho teve por objetivo realizar um diagnóstico da comercialização de hortaliças do município de Bambuí-MG, observada do ponto de vista do comerciante e do consumidor, e com isso propor ações que promovam a melhoria do setor.

### **MATERIAL E MÉTODOS**

Quanto à metodologia, o trabalho consistiu em caracterizar os principais informações sobre as comercialização de hortaliças. Assim, a pesquisa pode ser classificada como descritiva, qualitativa e quantitativa, uma vez que procurou estabelecer aprofundamento nas questões relacionadas ao problema e também resultados e estatísticas que comprovem o cenário de pesquisa.

Foi aplicado questionário aos comerciantes e consumidores no município de Bambuí-MG para identificar os principais fatores ligados à cadeia de comercialização de hortaliças, abordando aspectos como: mercado, custo para compra e venda, origem das hortaliças, preferência da escolha, principais hortaliças consumidas e principais dificuldades enfrentadas pelos consumidores.

Os questionários foram aplicados em todos os estabelecimentos que comercializam hortaliças em Bambuí, totalizando 5 estabelecimentos. Foram selecionados aleatoriamente 10 e/ou 15 consumidores na região de cada estabelecimento, sendo o número maior de consumidores para o comércio mais significativo. Esse questionário foi aplicado junto aos comerciantes em seus estabelecimentos e aos consumidores de 01/Junho/2013 a 29/junho/2013.

## **VI Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - *campus* Bambuí**

### **VI Jornada Científica**

**21 a 26 de outubro de 2013**

#### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A partir dos dados levantados sobre a comercialização de hortaliças em Bambuí, percebeu-se que a maioria são realizadas por supermercados (60%), e que esses estabelecimentos são localizados em sua maioria nos bairros (80%). Em relação ao estabelecimento, observou-se que grande parte dos trabalhadores são proprietários e funcionários, sendo que em 60% destes possuem 11 ou mais funcionários.

Em relação às espécies comercializadas em Bambuí, na maioria dos comércios da cidade, pode-se encontrar várias delas, tais como: tomate (3,47%), alface (3,47%), batata (3,47%), cenoura (3,47%), entre outras. A pesquisa também constatou que a procedência das hortaliças comercializadas é do Ceasa (68%), e de cidades em torno de Bambuí, como Formiga (15%), Arcos (8%), Pains (6,5%), e uma pequena parte vinda de produtores da própria cidade (2,5%). Os comércios de Bambuí, são abastecidos de forma desigual, alguns abastecidos em maior número que outros, sendo que na maioria das vezes (60%) são abastecidos mais de três vezes por semana e na minoria das vezes (40%) são abastecidos menos de duas vezes por semana, isto implica sempre em hortaliças de boa qualidade.

Segundo a pesquisa o principal problema relacionado à compra de hortaliças pelos comerciantes, são os diferentes hábitos alimentares dos consumidores (28%) e os altos preços praticados pelos fornecedores (21%). Essa variação nos hábitos alimentares atrapalham diretamente a compra pelos comerciantes, pois sem uma precisão na compra irá gerar prejuízo para o vendedor, sobrando mercadoria no balcão, aumentando as perdas e reduzindo o lucro. Além disso está relacionado a cultura alimentar e também aspectos ambientais (regionais e locais), sendo de difícil caracterização e diagnóstico. A escolha do produto a ser comercializada no estabelecimento é em função principalmente, da época do ano (66%), e a maior dificuldade na venda é o armazenamento (50%), verificou-se que 60% dos estabelecimentos entrevistados consideram a produção do município insuficiente para suprir a demanda.

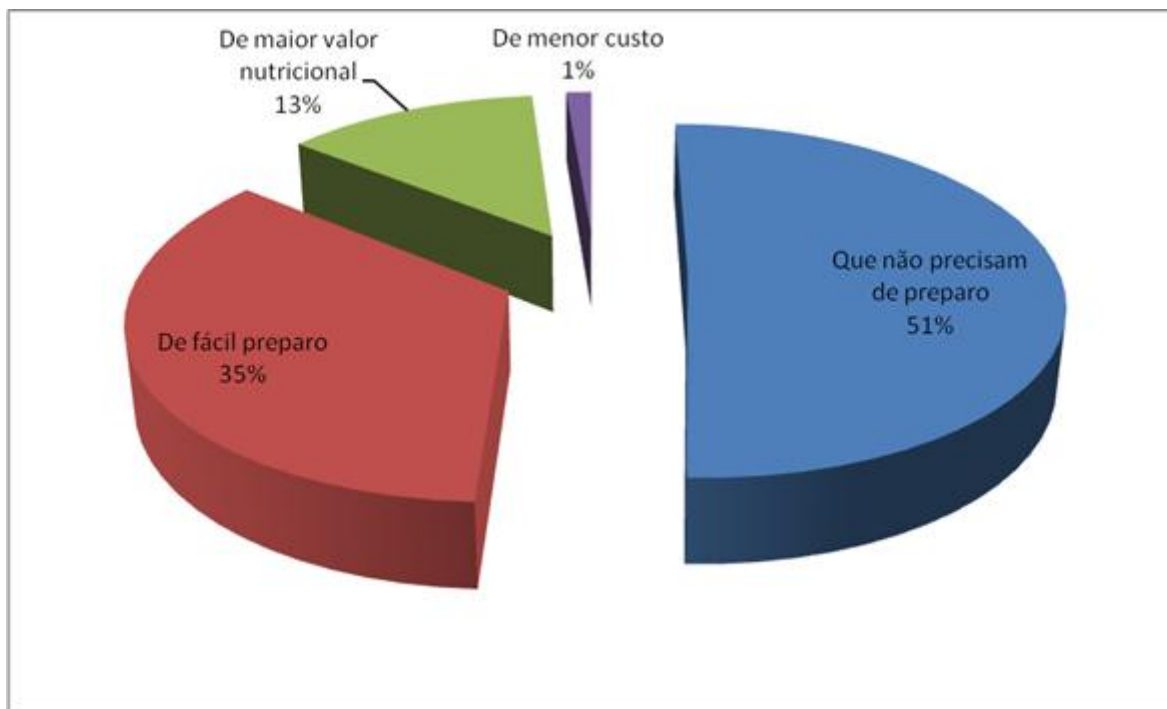
A maioria dos consumidores gasta em média de R\$6,00 à R\$10,00 na compra de hortaliças por semana, sendo que essa compra é bem variada composta principalmente pelas seguintes hortaliças: alho, batata, cebola, cebolinha, tomate, cenoura, couve flor, entre outras. Foi avaliado a preferência dos consumidores em relação ao preparo de hortaliças, isto é, se optam por consumir hortaliças que não precisam de preparo imediato. Pode-se observar no gráfico 1 que a maioria dos entrevistados preferem consumir hortaliças que não precisam de preparo.

VI Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - *campus* Bambuí

VI Jornada Científica

21 a 26 de outubro de 2013

**Gráfico1. Preferência dos consumidores sobre as hortaliças. Bambuí, MG, 2013.**



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Na pesquisa pode-se observar que o motivo da escolha do local de compra pelos consumidores em sua maior parte é a qualidade do produto (53%), seguido da localização (30%) e por encontrarem hortaliças sempre frescas. Também pode-se constatar que, a grande parte dos entrevistados estão satisfeitos 78%, 18% estão insatisfeito e apenas 4% estão muito satisfeitos com a disponibilidade das hortaliças nos estabelecimentos. Pode-se constatar na pesquisa também que 98% dos entrevistados não sentem falta de nenhuma hortaliça e apenas 2% dos entrevistados sentem falta de algumas hortaliças, sendo elas: agrião e coentro.

Percebeu-se que o fator contribuinte para a compra de hortaliças em sua maior parte é devido a alimentar-se com alimentos mais saudáveis (77%) e por possuírem preços acessíveis (23%). Sendo a qualidade dos produtos considerada por 64% dos entrevistados um fator determinante na compra de hortaliças, seguido do preço e aparência ambos com 18%.

Cerca de 80% dos consumidores não tem costume de comprar hortaliças orgânicas, e a maioria deles não pagariam a mais por orgânicos (87%), sendo que a maior parte dos consumidores que pagariam pela escolha de hortaliças orgânicas, gastariam apenas 5% a mais que o valor de sua compra. Viu-se também que a maioria dos entrevistados tem conhecimento sobre o que são

## **VI Semana de Ciência e Tecnologia IFMG - *campus* Bambuí**

### **VI Jornada Científica**

**21 a 26 de outubro de 2013**

produtos orgânicos (84%), o que definiram ser produtos sem uso de agrotóxicos, e a minoria (16%) não sabem o significado de produtos orgânicos.

### **CONCLUSÃO**

A concentração da comercialização de hortaliças é nos Supermercados de bairros, o fator que determina o preço é a lei de oferta e procura. Concluiu-se também que os estabelecimentos de Bambuí suprem a demanda do consumidor em relação às espécies à venda e também em relação ao número de abastecimento, e que as hortaliças tem a procedência em maior parte do Ceasa, sendo o mercado bastante influenciado pela preferência dos consumidores, que gastam em média de R\$6,00 à R\$10,00 na compra de hortaliças, sendo essa compra bem variada e com maior opção por hortaliças que não precisam de preparo, estando os consumidores satisfeitos quanto a disponibilidade. Os consumidores não optam por hortaliças embaladas, e não dão a preferência para selo de qualidade, não tem costume de comprar hortaliças orgânicas, e a maioria dos entrevistados não pagariam a mais por estes produtos.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

FAULIN, E. J., AZEVEDO, P. F. Distribuição de Hortaliças na Agricultura Familiar: uma análise das transações. *Informações Econômicas*, São Paulo, v. 33, n. 11, nov. 2003.

MELO, P. C.; VILELA, N. J. A importância da Cadeia Produtiva Brasileira de Hortaliças. Palestra apresentada pelo 1º autor na 13ª Reunião Ordinária da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Hortaliças / MAPA. Brasília, DF - 22/11/2007

PIGATTO, G.; ALCÂNTARA, R. L. C. Relacionamento Colaborativo nos Canais de Distribuição. In: ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. (Org.). *Agronegócio: gestão e inovação*. São Paulo: Saraiva, 2006. p.133-166.