

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS DE DOIS VIZINHOS
CURSO DE AGRONOMIA**

GILSON SPECH

**ANÁLISE COMPARATIVA DA ORGANIZAÇÃO ASSOCIATIVISTA DE
AGRICULTORES FAMILIARES DE COOPERATIVAS DE PRODUTORES DE DOIS
VIZINHOS E REALEZA, PARANÁ**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**DOIS VIZINHOS
2022**

GILSON SPECH

**ANÁLISE COMPARATIVA DA ORGANIZAÇÃO ASSOCIATIVISTA DE
AGRICULTORES FAMILIARES DE COOPERATIVAS DE PRODUTORES DE DOIS
VIZINHOS E REALEZA, PARANÁ**

**Comparative analysis of the associative organization of family farmers of
producer cooperatives from two neighbors and royalty, paraná**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina de Trabalho de conclusão de Curso 2, do curso de Agronomia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como pré-requisito parcial no conseguimento do título de Engenheiro Agrônomo.
Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Kuhn

DOIS VIZINHOS

2022



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

GILSON SPECH

**ANÁLISE COMPARATIVA DA ORGANIZAÇÃO ASSOCIATIVISTA DE
AGRICULTORES FAMILIARES DE COOPERATIVAS DE PRODUTORES DE DOIS
VIZINHOS E REALEZA, PARANÁ**

Trabalho de conclusão de curso de Agronomia,
apresentado como requisito como consequimento do
título de Bacharel em Agronomia pela Universidade
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 09 de dezembro de 2022

Sérgio Luiz Kuhn

Doutorado

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Gilmar Antônio Nava

Doutorado

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Alfredo De Gouvea

Doutorado

Universidade Tecnológica Federal do Paraná

**DOIS VIZINHOS
2022**

RESUMO

A prática do Associativismo e do Cooperativismo para os produtores rurais de na região do sudoeste do Paraná, é um fator importante para que essa classe econômica, social e política. O desenvolvimento dessas atividades associativistas, cooperativistas e objetivos em comum de melhor solidariedade, união e cooperação. O embasamento desse estudo foi avaliar se o cooperativismo e o associativismo promoveram e favoreceram uma melhoria no bem-estar e na renda de pequenos produtores rurais dos municípios de Dois Vizinhos – PR e Realeza – PR. As informações foram coletadas dos produtores associados à Associação de Fomento à Produção Orgânica (AFAPO), Cooperativa de Leite da Agricultura Familiar (CLAF) e Cooperativa Agropecuária Familiar Rural (COAFAR). Como resultados, constatou que há a presença na atuação dessas Associações e Cooperativas, mas somente para poucos integrados e que há projetos para aumentar exposição dos produtos em mídias que circulam em seu município, inserção de um selo que possa fazer com que os cooperados/associados sejam alcançados.

Palavras-chave: produtores, exposição, associativismo, cooperativismo.

ABSTRACT

The practice of Associativism and Cooperativism for rural producers in the southwest region of Paraná is an important factor for this economic, social and political class. The development of these associative, cooperative activities and common goals of better solidarity, union and cooperation. The basis of this study was to assess whether cooperativism and associations promoted and favored an improvement in the well-being and income of small rural producers in the municipalities of Dois Vizinhos – PR and Realeza – PR. Information was collected from producers associated with the Organic Production Promotion Association (AFAPO), Family Farming Milk Cooperative (CLAF) and Rural Family Farming Cooperative (COAFAR). As a result, it found that there is a presence in the performance of these Associations and Cooperatives, but only for a few integrated ones and that there are projects to increase exposure of products in media that circulate in their municipality, insertion of a seal that can make the cooperated/associated are achieved.

Keywords: producers, exhibition, associativism, cooperativism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. JUSTIFICATIVA	8
3. OBJETIVOS	9
3.1. Objetivo Geral;	9
3.2. Objetivos Específicos;	9
4. REVISÃO DE LITERATURA	10
4.1. Associativismo e Cooperativismo:	10
4.2. Agricultura Familiar	10
4.2.1. Caracterização da Agricultura Familiar nos Municípios de Realeza e Dois Vizinhos	12
4.3. Das Cooperativas	12
4.3.1. COAFAR	12
4.3.2. CLAF	13
4.3.3. AFAPO	13
5. METODOLOGIA	14
5.1. Local e Época:	14
5.2. Condução das Entrevistas:	14
6. RESULTADOS E DISCUSSÕES	16
6.1. Produtores Rurais	16
6.2. Consumidores	29
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	42
ANEXOS	44

1. INTRODUÇÃO

Segundo dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), há no Brasil, cerca de, 4,5 milhões de empresas ativas. Dessas empresas, cerca de 6.700 são instituições cooperativas. Estima-se, então, que o número total de cooperativas no Brasil não ultrapasse 1% do total de empresas. Mesmo sendo tão pequena a representatividade, o cooperativismo tem feito uma grande diferença no cenário econômico, na área da produção agrícola, pecuária e de crédito, no de saúde, na agricultura, transportes, habitação, dentre outras áreas de grande importância.

Há cerca de 87,8 milhões de trabalhadores não-assalariados no Brasil, desse montante, cerca de 377 mil trabalham em cooperativas. Embora as cooperativas representem menos de 1% de todas as empresas listadas no Brasil, a sua geração de emprego é maior que sua representatividade (IBGE, 2020).

Quando em pauta o assunto economia do país, vale salientar que as cooperativas de crédito brasileiras estão ao centro do assunto, pois mais de dez milhões de brasileiros são filiados a estas cooperativas. Em diversos municípios brasileiros, as cooperativas de crédito se apresentam como únicas instituições financeiras, promovendo a inclusão produtiva e social de milhares de habitantes, assim como o de emprego, renda e bem estar.

O método de união de forças, usado pelos pequenos produtores rurais para ter o acesso ao crédito, é uma forma de cooperativismo muito usual, para que todos possam acrescentar itens na sua infraestrutura, além de se inovar em tecnologia e informações. Nestes fatores de inovação, os produtores rurais têm acesso facilitado na aquisição de equipamentos, máquinas e insumos, além de conseguirem distribuir seus produtos com mais eficiência.

O cooperativismo é responsável por 11% do PIB brasileiro, pois quase metade em torno de 48% de tudo o que é produzido pelos pequenos e grandes produtores rurais acaba passando por alguma cooperativa presente (MUNDOCOOP, 2019).

O Associativismo é caracterizado como um instrumento para que uma organização saia do anonimato e passe a ter maior expressão social, política, ambiental e econômica. O Associativismo nos torna mais fortes e expressivos perante a sociedade. Para que interesse de todos seja atendido, as Associações se

tornam uma figura jurídica, importante e necessária para dignificar e melhorar a vida de todos os trabalhadores rurais e associados.

A agricultura conduzida em grupo, proporciona condições para a obtenção de resultados na economia de escala. Para tal, é necessário a melhoria das técnicas agrícolas e administrativas e de gestão, participando no processo de produção e comercialização e entre outros. Medidas essas que se tornam determinantes para a fixação do pequeno produtor no âmbito rural, evitando o êxodo rural para as periferias urbanas, não agravando o desemprego que é interligado a marginalização e a criminalidade entre outros.

Uma alternativa seria investir para que uma das escolhas seja se manter ou entrar no meio rural, por meio de treinamento da população rural de forma que fosse melhorar a qualidade da mão-de-obra e tecnologias nas propriedades familiares. Levando a um incremento na renda e no nível cultural e perspectivas dessas famílias.

2. JUSTIFICATIVA

O Associativismo e Cooperativismo agropecuário vêm sendo cada vez mais utilizado na agricultura familiar, como uma tentativa válida para garantir a sua inserção e seu prosseguimento no mercado local e globalizado. Esse esforço, quando de cunho comum, conduzem as Associações e Cooperativas no melhor caminho para garantir a maior competitividade e espaço de seus produtos, auxiliando no seu desenvolvimento socioeconômico em meio a um mercado de ampla concorrência.

Segundo Ruhan (2015), para isso, é preciso manter a coesão social do grupo cooperado, como o sentido de pertencimento ao espaço comum que mantenha o consenso, cuja interação do grupo social influencia o grau de coesão social, quanto maior forem os níveis de igualdade e justiça.

O papel das Cooperativas e Associações, se convergem em diversas vantagens ao incentivar a produção de seus cooperados, com desafios aparentes, como o de se consolidar no mercado e sua ampla concorrência. Após avaliado e analisado o ambiente cooperativista e associativista, foi testado seus pontos positivos e negativos, como eles influenciam e incitam na tomada de decisão na hora da compra e venda de seus produtos, pra onde e como é destinada essa compra e venda e quais os objetivos e vantagens de um consumidor que está adquirindo um produto oriundo da agricultura orgânica e familiar de Associações e Cooperativas.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo Geral;

Análise da atuação das Associações e Cooperativas com os seus produtores rurais da Agricultura Familiar nos municípios de Realeza e Dois Vizinhos, PR.

3.2. Objetivos Específicos;

a) Caracterizar os produtores rurais, propriedades, as Associações e as Cooperativas da agricultura familiar.

b) Analisar de qual forma as Associações e Cooperativas realizam o planejamento e gestão, da produção, logística, comercialização e o desenvolvimento socioambiental de seus produtores rurais.

c) Analisar de que forma as Associações e Cooperativas efetuam a comercialização e abastecimento com produtos oriundos dos programas de Venda Direta, Programa Nacional de Alimentação Escolar e Programa de Aquisição de Alimentos para comercializar com supermercados, mercados, restaurantes, lanchonetes, hotéis, panificadoras etc.

4. REVISÃO DE LITERATURA

4.1. Associativismo e Cooperativismo:

Essa fundamentação teórica é composta de conteúdos sobre o Associativismo, Cooperativismo e Agricultura Familiar e das Cooperativas COAFAR, CLAF E AFAPO.

O Cooperativismo é um movimento econômico e social, entre pessoas, em que a cooperação se baseia na participação dos associados, nas atividades econômicas com vistas a atingir o bem comum e promover uma reforma social dentro do capitalismo. (CRESUL, 2016).

Já o Associativismo é baseado no modelo de instituições de interesse em comum, com benefícios de vantagem econômica e que sua representação defenda os interesses tanto do associado quanto da associação desde que seja simbolizada de forma recíproca. Enquanto houver essa forma de organização, de caráter voluntariado, o associativismo será um fator que irá satisfazer as necessidades humanas individuais.

O problema comportamental, certamente é um dos maiores quando se fala de Associativismo, mesmo pelo fato de ser uma organização empresarial, os objetivos que levam os associados a adentrar no modelo são de cunho individual e não de coletivo. Sabe-se que, mesmo não sendo admitido, os objetivos individuais sobrepõem aos desejos coletivos.

O fato de desconhecer os valores e princípios do Cooperativismo, isso a curto e longo prazos, poderá instigar conflitos entre cooperados e seus diretores, interferindo nos interesses e objetivos centrais da entidade. A função de todo cooperado é entender dos termos e do funcionamento de uma Cooperativa, já os que não possuem essas informações e conhecimentos, terão um poder de decisão diminuído.

4.2. Agricultura Familiar

A Agricultura Familiar é a principal responsável pela produção de alimentos disponíveis para consumo da população brasileira. É formado por pequenos produtores rurais, comunidades tradicionais, reformadores agrícolas, silvicultores, aquicultores, extrativistas e pescadores. Produtores de milho, mandioca, pecuaristas

de leite e corte, ovinos, caprinos, olerícolas, feijão, cana, arroz, suínos, aves, café, trigo, fruticultores e horticultores. A gestão das propriedades agrícolas e pecuárias são compartilhadas pela família e, geralmente é a principal fonte de renda. Há uma ligação do produtor com seu espaço de trabalho, que é a terra, pois é o seu local de morada e está alocado a sua fonte de renda principal. Há cerca de 5 milhões de propriedades rurais no Brasil, e em torno de 77% são propriedades agrícolas classificadas como Agricultura Familiar, empregando cerca de 10 milhões de pessoas, sendo responsável por 23% do valor total de estabelecimentos agropecuários. (Governo Federal, 2017)

O Programa de Aquisição de Alimentos é um programa criado pelo art. 19 da Lei nº 10.696, de 02 de julho de 2003, possui duas finalidades básicas: promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar (GOVERNO FEDERAL, 2019).

O Programa de Aquisição de Alimentos é destinado às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, à rede socioassistencial, aos equipamentos públicos de segurança alimentar e nutricional e à rede pública e filantrópica de ensino, sem ter necessidade de licitação (GOVERNO FEDERAL, 2020).

Um programa estratégico para que os preços da agricultura familiar sejam garantidos e sustentados, é o Programa de Compra Direta, o mesmo é uma modalidade do Programa de Aquisição de Alimentos e também visa a destinação dos alimentos para pessoas em estado de vulnerabilidade. Os agricultores vendem alimentos para o Governo Federal a valores situados em uma faixa entre o preço mínimo e o preço de mercado. Cada unidade familiar deve obedecer ao limite anual de vendas de R\$ 8 mil. Para as organizações fornecedoras, esse valor é de R\$ 500 mil, desde que respeitados os limites por unidade familiar (GOVERNO FEDERAL, 2020).

O Programa Nacional de Alimentação Escolar oferece alimentação escolar e ações de educação alimentar e nutricional a estudantes de todas as etapas da educação básica pública. O governo federal repassa, a estados, municípios e escolas federais, valores financeiros de caráter suplementar efetuados em 10 parcelas mensais para a cobertura de 200 dias letivos, conforme o número de matriculados em cada rede de ensino.

4.2.1. Caracterização da Agricultura Familiar nos Municípios de Realeza e Dois Vizinhos

Se encaixa como agricultor familiar, o empreendedor rural que tem até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, assentados da reforma agrária e etc. Nessa forma de agricultura, a gestão da propriedade é feita pela família e a atividade de produção agropecuária é fonte geradora de renda.

Essa forma de agricultura é muito comum em ambos municípios, pois a maior porção de produtores, são aqueles que possuem menos de 20 hectares (um módulo fiscal), nos municípios de Realeza e Dois Vizinhos – PR. O valor de um módulo fiscal, para ambos os municípios é de 20 hectares.

4.3. Das Cooperativas

4.3.1. COAFAR

Com o intuito de diminuir a desistência de alunos da Casa Familiar Rural, foi criada a COAFAR como uma forma de ensinar a cooperação por meio de comercialização de hortifrutis produzida por esses alunos, fazendo com que, não houvesse o êxodo rural e que esses alunos tivessem sua fonte de renda oriunda da produção familiar.

Os objetivos mudaram ao passar do tempo, e o objetivo principal é de garantir a comercialização de alimentos produzidos por produtores com áreas menores de 20 há, geração de renda e, conseqüentemente, a permanência de gerações no meio rural.

A COAFAR atua com o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) em seus respectivos municípios, atendendo da pré-escola até alunos do quinto ano. Com isso, os produtores associados são divididos e integrados a atividades ligadas à produção e que possam comercializar seus produtos ao longo do ano, conforme calendário agrícola. O quadrilátero associado foi dividido em quatro áreas substanciais: Hortifrutis, panificados, leite, carnes e grãos, respeitando as práticas agrícolas de cada família e de cada propriedade.

4.3.2. CLAF

A Cooperativa de Leite da Agricultura Familiar tem por finalidade, capacitar o produtor rural com técnicas que possibilitam aumento na produtividade do rebanho leiteiro, de forma com que haja uma política de boas práticas de higiene e na manipulação dos alimentos provindos da produção de leite.

A intenção é que os produtores colaborem com o fornecimento da matéria-prima para as cooperativas e também sejam inclusos na industrialização desses produtos, caracterizando esse processo como associação cooperativa.

O objetivo é de promover o desenvolvimento econômico sustentável, gerando renda e atividades econômicas na região de atuação, de forma a se ligar de forma cooperativa com laticínios, para destinar de forma segura e garantida a produção de leite ou laticínios desses produtores.

4.3.3. AFAPO

Com o intuito de validar legitimamente a produção orgânica de seus associados, na forma de gerar certificação, se criou a Associação de Fomento à Produção Orgânica. A produção agrícola atual vem mostrando o quanto está se degradando o solo e com isso, medidas devem ser tomadas para que possamos conservar esse recurso natural limitado.

Uma alternativa é a adoção de práticas benéficas para o solo, como o uso da agricultura agroecológica, pois é um modo de reestruturar o solo e fazer com que sua aptidão físicas, químicas e biológicas.

A criação dessa Associação é de extrema importância pois combina a necessidade da população local em se alimentar de modo saudável e sem o uso de agrotóxicos ou produtos nocivos à saúde humana.

Os Associados devem deixar hábitos de produção convencional e procurar se habitar com a condição de produção totalmente agroecológica. Essa percepção deve se garantir a ser coletiva e não apenas de um indivíduo. A sociedade para legitimar o processo, apoia de forma com que os produtos gerados se tornem referência no consumo.

5. METODOLOGIA

Essa pesquisa foi exploratória e descritiva, utilizando de dados primários e através de um questionário semiestruturado e também de dados secundários, de fontes bibliográficas e sites oficiais.

A amostra de produtores rurais, foi realizada com base em indicações das cooperativas da Agricultura Familiar, das Feiras de Produtores rurais de olerícolas e frutícolas e de conhecimento de produtores, atuantes nesse segmento de produção.

As pesquisas foram conduzidas com produtores familiares rurais, vinculados a Associação de Fomento a Produção Orgânica de Realeza (AFAPO) no estado do Paraná, a Cooperativa de Leite da Agricultura Familiar (CLAF) e da Cooperativa Agropecuária Familiar Rural (COAFAR) presente no município de Dois Vizinhos no estado do Paraná e consumidores que frequentam as feiras de produtor e que fazem suas compras direto de alguns produtos para o consumo familiar.

5.1. Local e Época:

As entrevistas tiveram início em 27/08/2022, foram levados os questionários para 15 produtores rurais e 15 consumidores de Realeza e Dois Vizinhos, no Paraná.

5.2. Condução das Entrevistas:

As entrevistas foram conduzidas de forma simples com questionários sobre sua caracterização e produção, se falta incentivo do governo e das prefeituras como hora máquina, integração dos produtores com as Associações e Cooperativas, quais foram os problemas encontrados para a produção, comercialização e escoamento. Se houve uma estrutura adequada para tal e outros.

Para os consumidores, foram identificados os perfis dos mesmos, os motivos que levam a comprar e consumir os produtos de associações e cooperativas e se há alguma forma de comprar e consumir em maiores quantidades entre outros.

Essa pesquisa foi exploratória e descritiva, sem que houvesse nenhuma forma de constrangimento ou ofensas para os produtores e consumidores que foram entrevistados entre outros.

Os dados primários então foram coletados na forma de questionário, e foi aplicada uma amostra de produtores rurais, afim de levantamento dos dados de

participação pelas Associações e Cooperativas, sus forma de atuação na produção, logística, comercialização etc., assim como, o consumo local e regional.

6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

6.1. Produtores Rurais

A seguir serão demonstrados os resultados obtidos pela coleta de dados, através de questionários aplicados para produtores rurais.

Houve preferência em produtores rurais que produzem e comercializam hortaliças e frutas, oriundas da agricultura familiar de produção orgânica, sendo que a análise contou com um questionário de 24 perguntas válidas apenas para esses produtores. A maior porcentagem de entrevistados é de gênero masculino, 87% em Dois Vizinhos e 67% em Realeza, conforme (Tabelas 1 e 2).

Tabela 1 - Localidade de moradia e gênero dos produtores rurais de Dois Vizinhos – PR, amostrados no estudo.

Localidade	Feminino	Masculino	Total
Santa Luzia - DV	0	6	6
Santo Izidoro - DV	1	1	2
Alto Empossado - DV	0	3	3
Alto Bela Vista - DV	0	1	1
Linha Tartari -DV	0	1	1
Linha Conrado - DV	1	1	2
Total	2	13	15
Porcentagem dos pesquisados	13%	87%	100%

Fonte: Autoria própria, 2022.

Tabela 2 - Localidade de moradia e gênero dos produtores rurais de Realeza – PR.

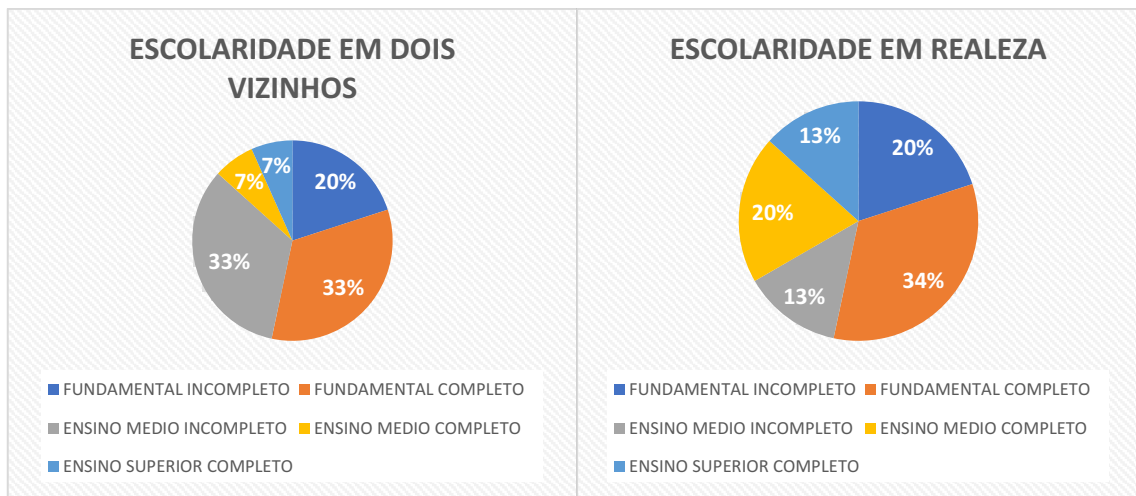
Localidade	Feminino	Masculino	Total
São Roque	2	3	5
Linha Baitaca	2	2	4
Linha Aparecida	0	3	3
Linha Sertaneja	1	1	2
Linha São José	0	1	1
Total	5	10	15
Porcentagem dos pesquisados	33%	67%	100%

Fonte: Autoria própria, 2022.

Outro questionário aplicado, foi diretamente para consumidores que frequentam as feiras de produtores em ambas cidades, com intuito de levantar o perfil dos mesmos, o que mais consome e por quais motivos optam por consumir produtos direto desses produtores rurais da agricultura familiar.

Conforme a (Figura 1), em Dois Vizinhos, pode-se observar que a maior parte dos produtores rurais possuem apenas o Ensino Fundamental Completo (33%), enquanto os que possuem o superior completo (7%) e Ensino Médio Completo (7%), ocupam a menor porção de entrevistados na (Figura 1).

Figura 1: Faixa de escolaridade dos produtores de Dois Vizinhos- PR e ao lado Realeza – PR.

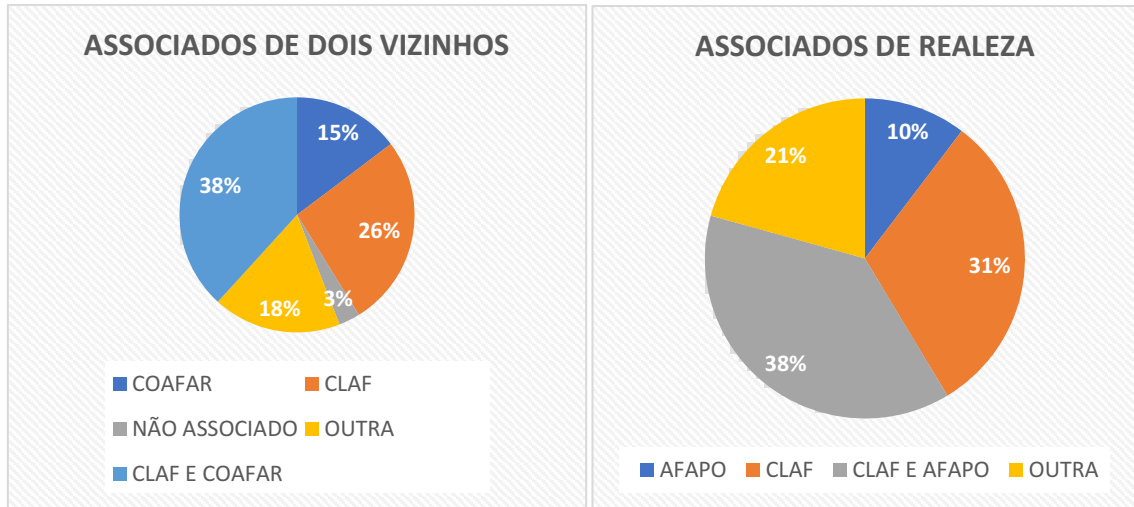


Fonte: O Autor, 2022

Quando comparamos a Realeza, o fundamental completo é o que mais representa a porção de produtores rurais (34%), seguido por superior completo ou fundamental incompleto (20%). O motivo pelo qual não há muitos produtores com maior nível de escolaridade, é a falta da sucessão familiar que consiste na transmissão do comando e a gestão do negócio da família, em geral, dos pais para os filhos e no caso, os filhos estão fora do âmbito familiar rural.

Na (Figura 2), sobre os associados ou cooperados ativos de cada município e em cada associação/cooperativa. Em Dois vizinhos, se dá o domínio de associados da CLAF e COAFAR simultaneamente (38%). Ainda há aqueles produtores menores ou que estão iniciando na atividade, que identificaram alguns empecilhos para integrar a cooperativa, como a necessidade de documentação ou pré-requisitos de integração.

Figura 2: Cooperativa ou Associação em que os produtores se encontram vinculados.

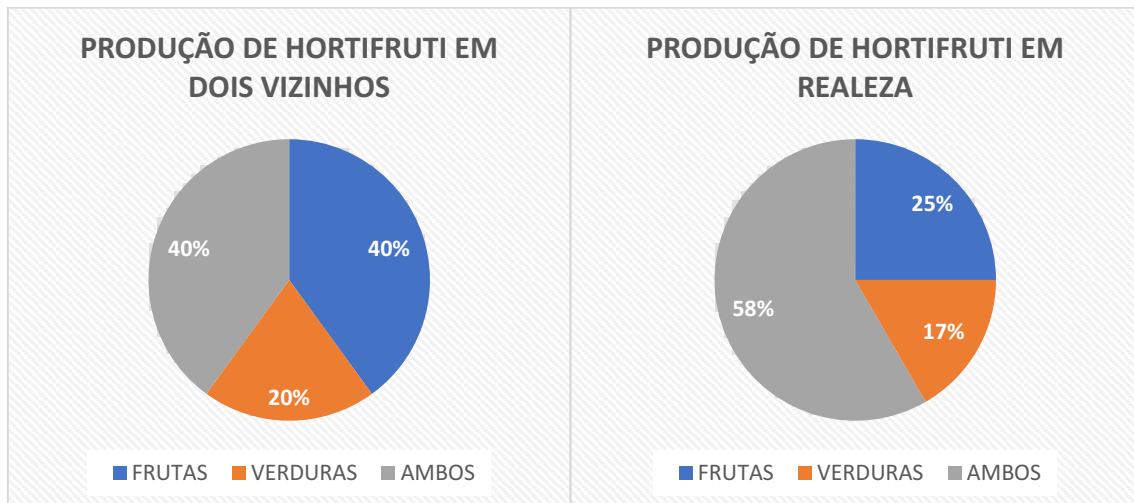


Fonte: O Autor, 2022.

Quando comparamos com Realeza, a maior parte é de produtores que estão integrados concomitantemente com a CLAF e a AFAPO, dominam o número de cooperados (38%). Seguido dos cooperados da CLAF com 31% dos entrevistados.

De acordo com a (Figura 3), o foco de produção em Dois Vizinhos se encontra mais com frutas (40%) e depois hortaliças (20%), quando se fala em ambos, os produtores mudam seu foco.

Figura 3: Produção de frutas e verduras de Dois vizinhos e Realeza.

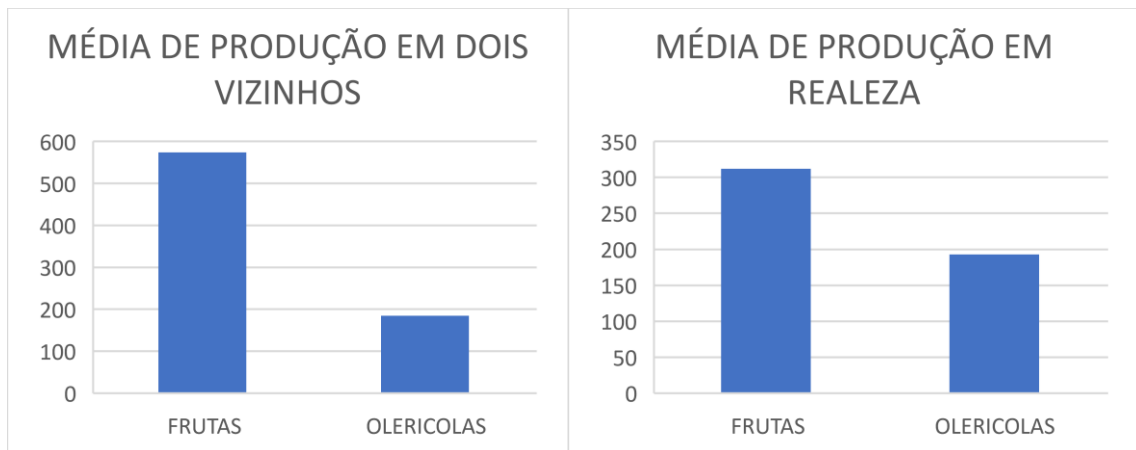


Fonte: O Autor, 2022.

Em Realeza, a realidade não é diferente, a maior parte dos produtores tem foco em produzir frutas e verduras, para que possam atender em amplos aspectos as exigências dos consumidores.

Conforme o constatado na (Figura 4), as médias de produção, são bem distintas, quanto das medidas em quilogramas para frutas e de unidades para olerícolas. As médias foram feitas de acordo com o total de entrevistas feitos em cada município e a produção de cada um que façam a comercialização de seu respectivo produto.

Figura 4: média de produção de olerícolas e frutas.



Fonte: O Autor, 2022.

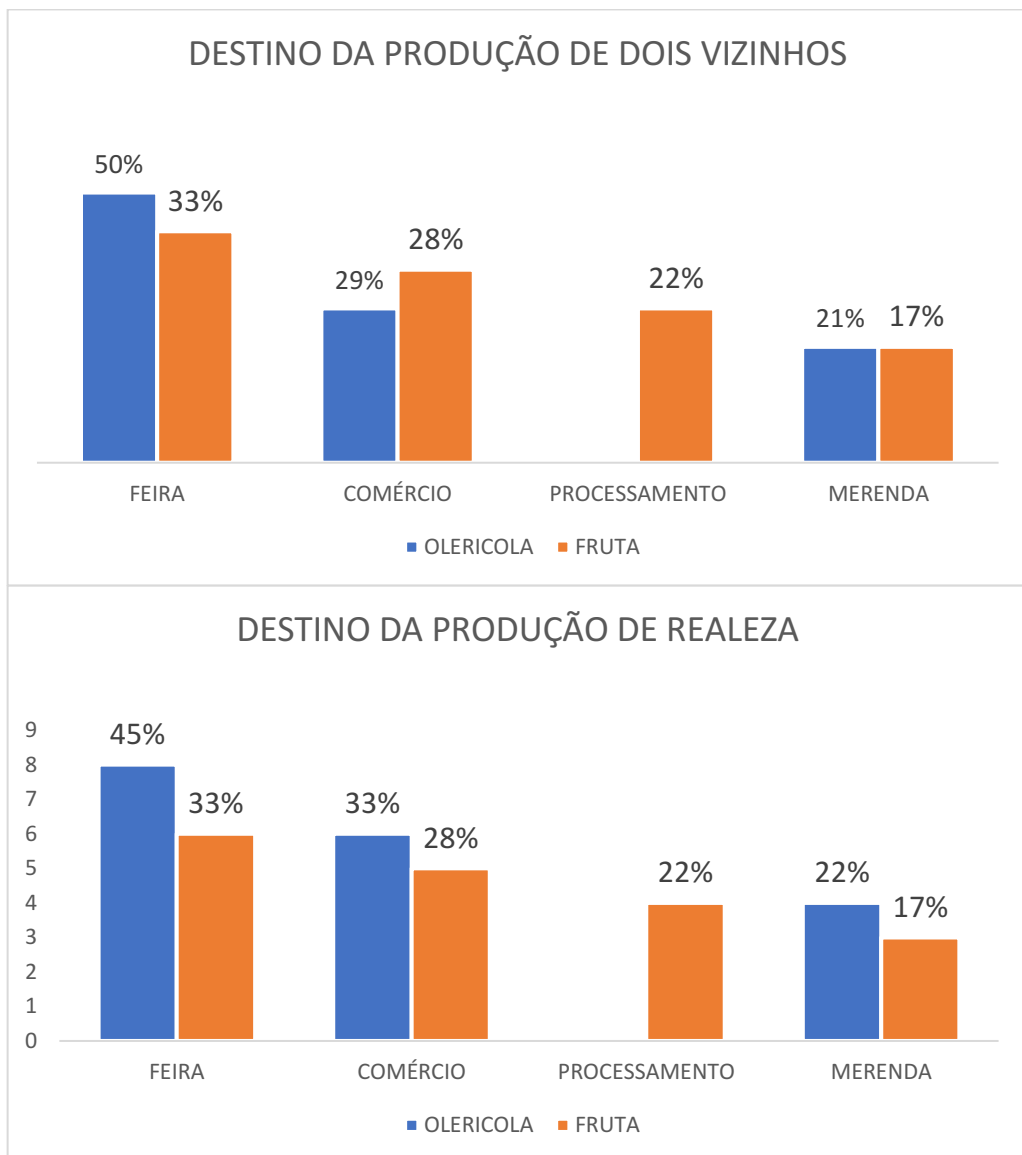
Visto isso, Dois Vizinhos tem a média de 574 kg por mês de cada produtor. Já com olerícolas, se tem a média de 185 unidades. A diferença é grande, pois a maior parte das frutas é utilizada para a industrialização, em forma de geleias, sucos ou vinhos e afins.

Como produção principal de olerícolas, tem-se alface, pepino, batata, cenoura, rúcula, brócolis, couve-flor, abobora, mandioca e chuchu. Já as frutas, são citros, uva, pêssego, morango, maracujá, banana, tomate, ameixa e mamão.

Em Realeza, a média de produção de frutas é bem menor, sendo de 312 kg por mês por cada produtor rural. Já a de olerícolas, ganha destaque quando comparado a Dois Vizinhos, com uma média de produção de 193 unidades por produtor rural.

De acordo com a (Figura 5), a maior parte da produção de frutas e olerícolas, mesmo que de forma industrializada, é destinada para as feiras de produtor. Como pode ser visto, o processamento de olerícolas é pouco frequente, mas o processamento de frutas para geleias e sucos, é amplamente utilizada, pelo fato de poderem ter um maior tempo de prateleira e também de poder ser, mais facilmente comercializada.

Figura 5: Destinação da produção de frutas e olerícolas.



Fonte: O Autor, 2022.

Conforme a (Figura 5), as duas cidades seguem com quantidades de destinação dos produtos bem parecidas. Sendo a feira como meio principal para

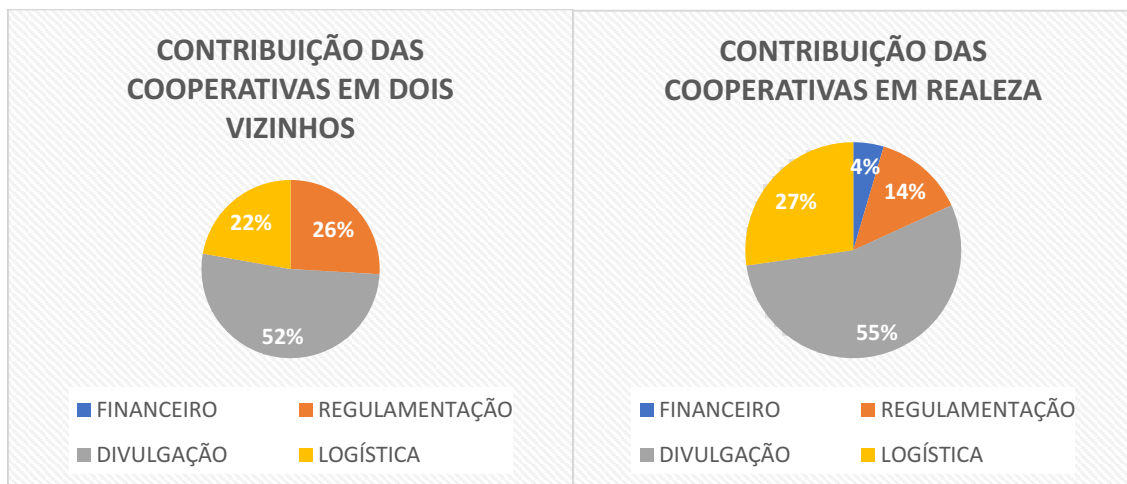
produtos *in natura*, e a entrega em comercio local, com boa parte de participação na comercialização desses produtos.

No conceito geral, todas as espécies de frutas que são processadas (citros, uva, pêsego, morango, maracujá, banana, tomate, ameixa e mamão), se tornam geleias. Já as olerícolas (alface, pepino, batata, cenoura, rúcula, brócolis, couve-flor, abobora, mandioca e chuchu), não passam por nenhum processo de processamento, sendo comercializadas *in natura*.

O processamento pode ser um fator aliado ao produtor na agregação de valor ao produto, redução de perda em período de elevada disponibilidade de frutos no mercado em alta da produção (KNORR; AUGUSTIN, 2021), já que as frutas e hortaliças correspondem às maiores porcentagens de perdas de alimentos de origem vegetal, 40% e 50%, respectivamente (GUSTAVSSON et al., 2011).

Na (Figura 6), mostra o foco do trabalho, que é identificar de alguma forma, como as cooperativas ou associações possam auxiliar a difundir os produtos oriundos da agricultura familiar de Realeza e Dois Vizinhos.

Figura 6: Contribuições das cooperativas e associações.



Fonte: O Autor, 2022.

O pedido maior de todos os produtores rurais foi o auxílio na divulgação dos produtos, através dos meios de comunicação e das mídias como o rádio, internet e mídias sociais. No mundo tecnificado de hoje, muitas pessoas estão ligadas às redes sociais e utilizam de meios de comunicação até em lugares mais remotos. Se a contribuição for na divulgação, os produtores rurais tem a certeza de que seus

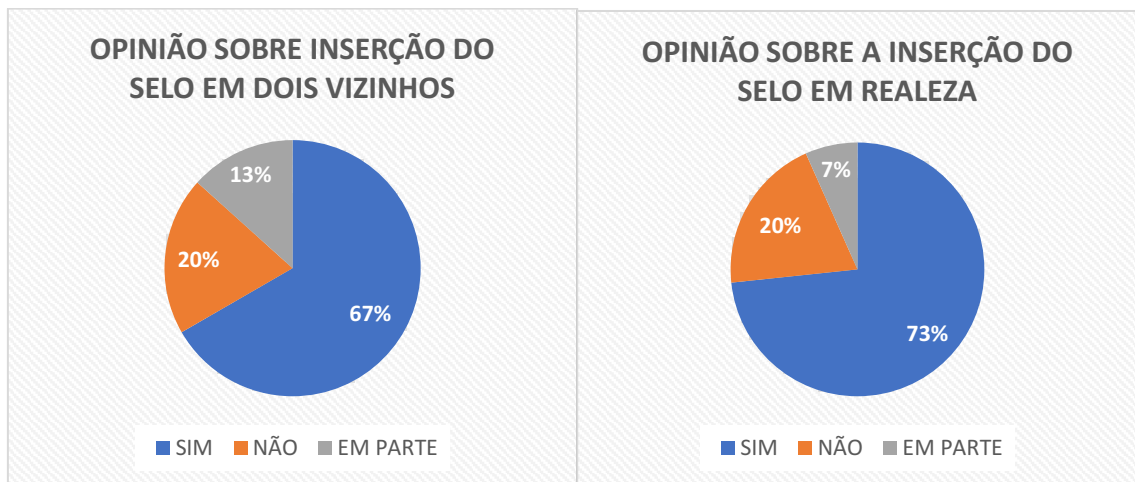
produtos serão comercializados de forma mais rápida e em maior quantidade, podendo assim aumentar a renda de todos os seus ganhos em geral.

Outra grande solicitação é que haja uma facilidade na regulamentação tanto documental quanto na certificação de que seus produtos, se realmente são orgânicos, de forma a auxiliar ou facilitar o acesso de produtores tanto em ser associado/cooperado, quanto a associação/cooperativa ajudar a colocar o produto no mercado local com diferencial.

A logística seria de forma a alocar melhor o produto final, ou seja, auxiliar na venda para escolas e creches, via programas institucionais e outros, restaurantes ou locais que utilizam desses produtos em grande escala e que a junção de vários produtores rurais supriria a demanda desses locais. Pois uma das reclamações é de que ainda há muito produto que tem que ser descartado após cada dia de feira, pela sua perecibilidade.

Visto na (Figura 7), qual seria a opinião dos entrevistados quando questionados sobre a confecção de um selo ou rotulo para ser colocada nas embalagens.

Figura 7: Opinião sobre a colocação do selo da cooperativa/associação.



Fonte: O Autor, 2022.

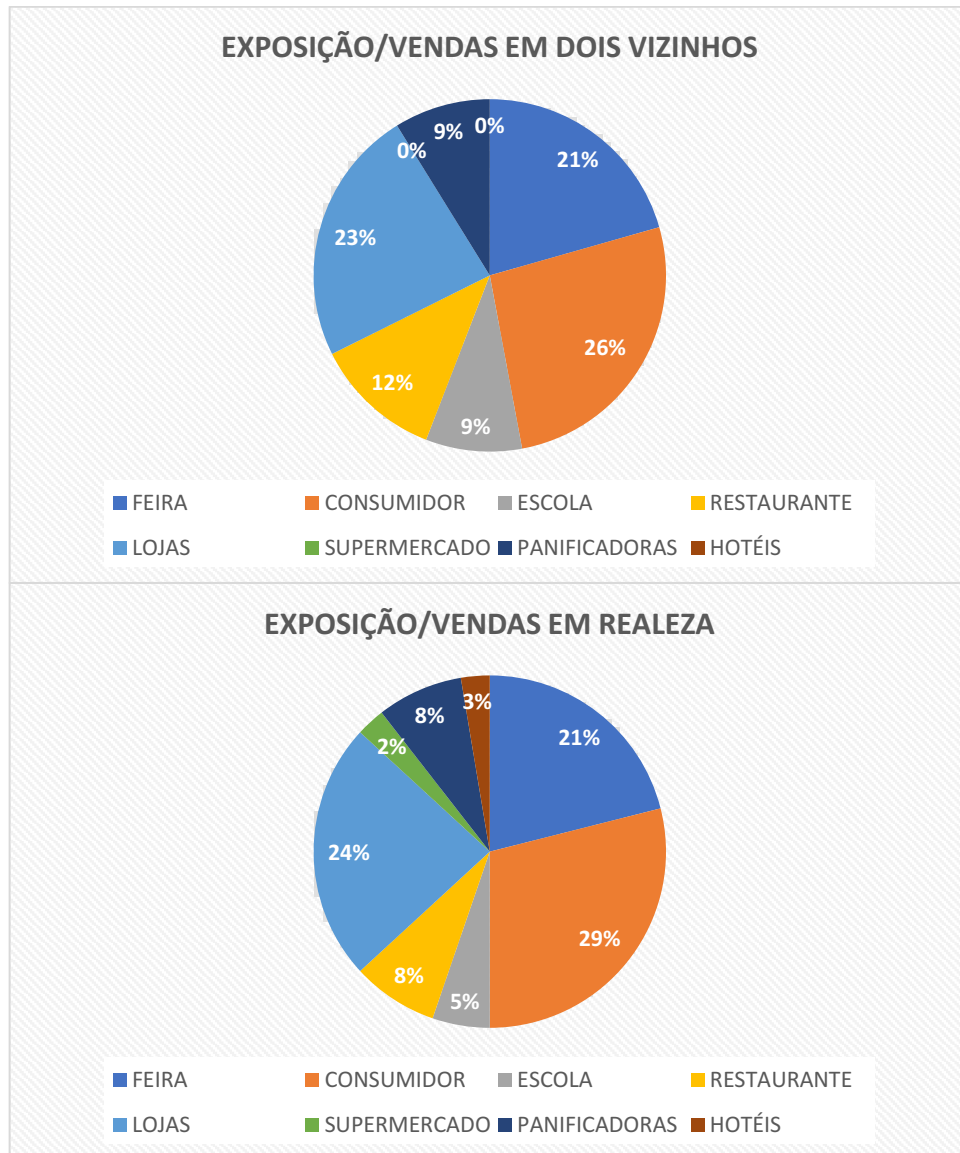
Assim com um diferencial e valor agregado (Figura 7), facilitando a compra por demais estabelecimentos, como supermercados, mercearias, restaurantes e panificadoras. Esse selo consistiria em uma forma que a associação/cooperativa

asseguraria que o produto desse produtor realmente fosse orgânico, facilitando a fiscalização por conta dos consumidores entre outros.

Produtores de ambas as cidades acreditam que esse selo iria agregar valor e confiabilidade aos seus produtos, de forma a facilitar a sua comercialização. Os que não acreditam que isso não iria agregar, foi pelo fato de pensarem que esse selo poderia passar a impressão que o produto não é oriundo de sua propriedade ou passa a falsa impressão de que é industrializado ou não é totalmente orgânico entre outras.

De acordo com a (Figura 8), a maior porção, em ambos municípios, é a venda direta para os consumidores, pois esse meio é mais cômodo para o consumidor e seu produto é recebido na porta de casa ou diretamente do produtor rural.

Figura 8: Principais meios de comercialização dos produtos.



Fonte: O Autor, 2022.

De acordo com a (Figura 8), um fator que é negativo, é que o consumidor, na maioria das vezes, não terá tantas opções de escolha e essa seleção ficará em prol do produtor ou vendedor, fazendo com que aumente a confiança entre ambos. Muitos desses produtores rurais, fazem o cozimento e servem refeições para a

entrega, utilizando de seus produtos para produção desses alimentos, um exemplo é a tapioca, oriunda de mandioca, assim como o caldo de cana, geleias, licores, etc.

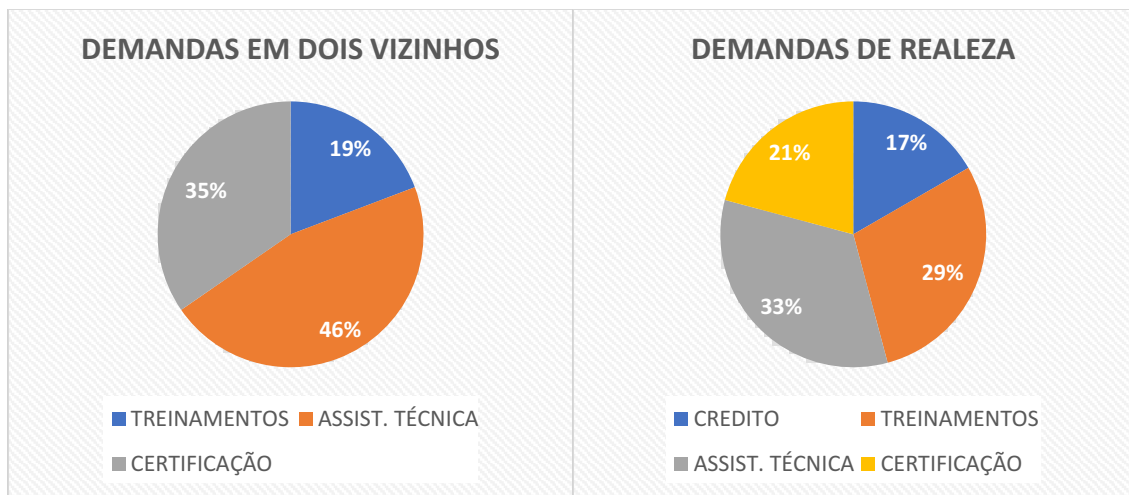
Como a entrega direta ao consumidor é frequente e bem utilizada, outra forma é a entrega nas lojas, onde também se encontram grande parte dos consumidores desses produtos. Grande parte dos funcionários que trabalham nos centros, não tem um horário de almoço expressivo, fazendo com que os obrigue a almoçar nas redondezas de onde trabalham. Os mesmos, sabendo de como são os produtos oriundos desses produtores rurais da agricultura familiar, optam por adquiri-los por fatores de sabor e melhor qualidade expressivamente maior que os consumidos na maioria dos restaurantes.

A feira é o local onde normalmente se localizam as barracas e onde ficam os produtos que irão ser vendidos e distribuídos para os consumidores em geral e também serve como armazenamento temporário. Pequena porção desses produtos é comercializada e distribuída para restaurantes, hotéis, panificadoras, mercados e afins.

Por se tratar de uma pesquisa individual, onde cada produtor mostra como aloca seus produtos, poucos desses produtores entregam para as escolas, parecendo que a demanda para as mesmas é pequena, quando na verdade, são poucos que entregam em grandes quantidades para as escolas da região. A quantidade de alimento é expressiva, chegando a 90% do produzido por esses, sendo entregues diretamente para as escolas e creches, via programas institucionais do PAA, PNAE, via COAFAR e CLAF.

De acordo com a (Figura 9), em Dois Vizinhos a maior necessidade é de assistência técnica, mas não a presença da mesma, mas sim a insistência dos profissionais capacitados para que façam valer as recomendações que lhes é passada.

Figura 9: Necessidades apontadas por cada produtor.



Fonte: O Autor, 2022

De acordo com a (Figura 9), a melhoria na assistência técnica, haverá melhoria através de treinamento, cursos, dias de campo e etc. desses produtores, onde os mesmos poderão aumentar a quantidade e a qualidade de seu produto.

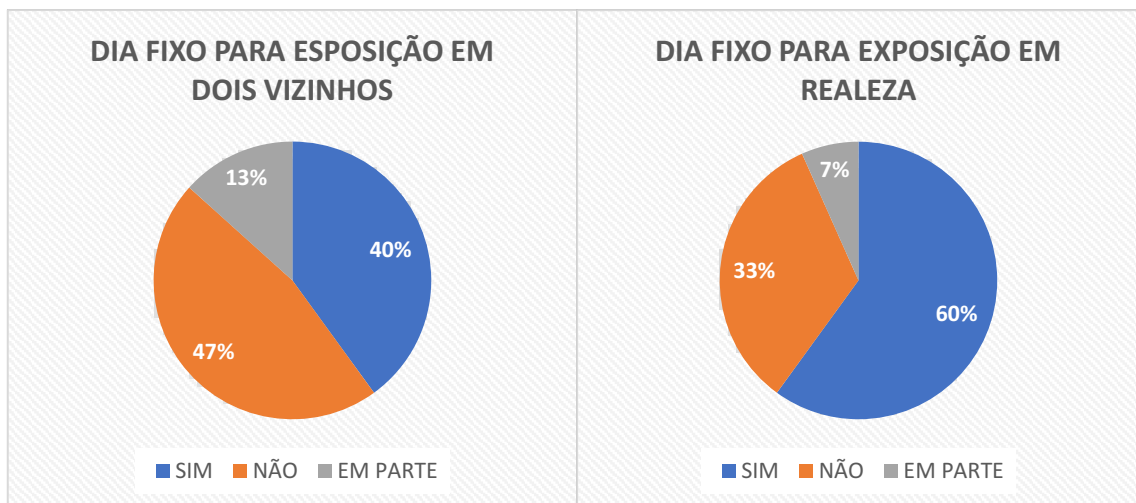
Quando comparado a Realeza, é a falta de profissionais na área que faz com que a necessidade de assistência técnica seja expressiva. Entende-se que há uma demanda baixa de profissionais com a alta procura dos produtores em fazer com que sua produção seja maior e atenda aos pedidos que são feitos durante a semana. Isso, faz com que treinamentos, cursos, minicursos, palestras, encontros técnicos e etc., sejam necessários aos produtores, que é um fator determinante para elevar a quantidade e qualidade de sua produção com diferenciais.

No caso da certificação, produtores de ambas as cidades sugerem que seja facilitada a parte da certificação dos seus produtos para o conhecimento dos consumidores, embora a maioria dos consumidores saibam que os produtos são orgânicos e de qualidade, ainda há insegurança por parte do produtor em difundir essa ideia para os demais que ainda não adquirem seu produto.

Alguns produtores de Realeza acreditam que poderiam ter linhas de microcrédito para a aquisição de mais estufas, melhorias na irrigação, melhorias no armazenamento ou um local na cidade especial para receber e armazenar os produtos com alta perecibilidade, para refrigeração e conservação.

Conforme a (Figura 10), em Dois Vizinhos, a maior parte dos entrevistados não participava da feira do produtor nas quartas-feiras e sextas-feiras, localizada na cidade, junto a Secretaria de Agricultura. Esses produtores entregavam para escolas ou diretamente para consumidores fixos, ao decorrer do mês ou conforme necessidade.

Figura 10: Dias fixos que os produtores tem para expor seu produto.



Fonte: O Autor, 2022.

Conforme a (Figura 10), a maior parte dos produtores rurais de Realeza, tem seu dia fixo para a exposição e venda do seu produto na feira do produtor, pois lá, se dispõe de um espaço maior e melhor localizado, quando se comparando a Dois Vizinhos.

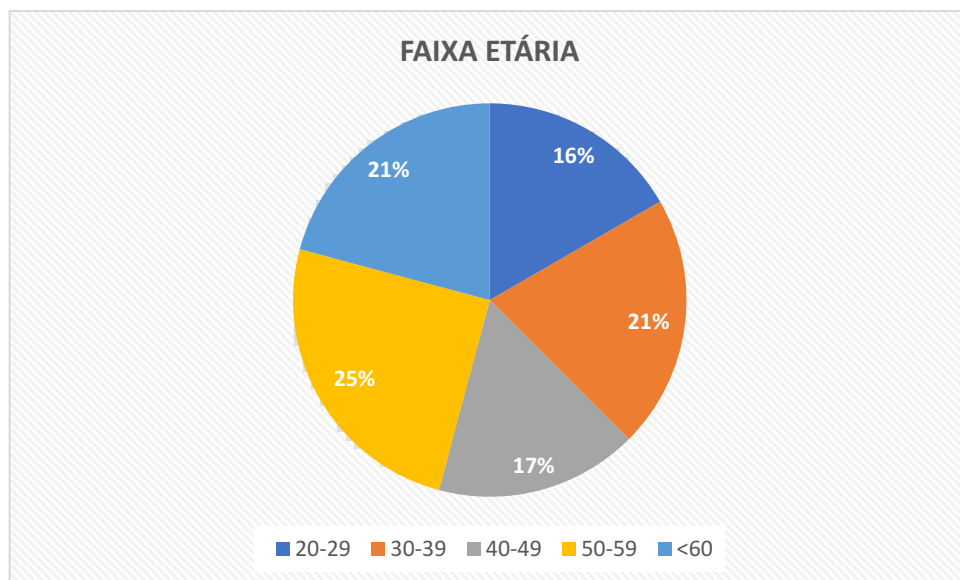
Os que responderam em parte, são os que fornecem alguns produtos para que outros produtores efetuem a venda ou fornecem alguma matéria prima para que seja feita a industrialização e venda na feira. No exemplo, para uma maior variedade de geleias, uma família só produzia geleia de citros, acabou por optando em comprar uva e outras frutas para aumentar sua variedade de produtos.

6.2. Consumidores

Como base para esse trabalho, foi levado em consideração alguns tópicos importantes, levantados através de entrevistas feitas a consumidores que frequentam as feiras do produtor rural. Os resultados das pesquisas foram numericamente e estatisticamente iguais, então as figuras ficaram sem ser em modo comparativo.

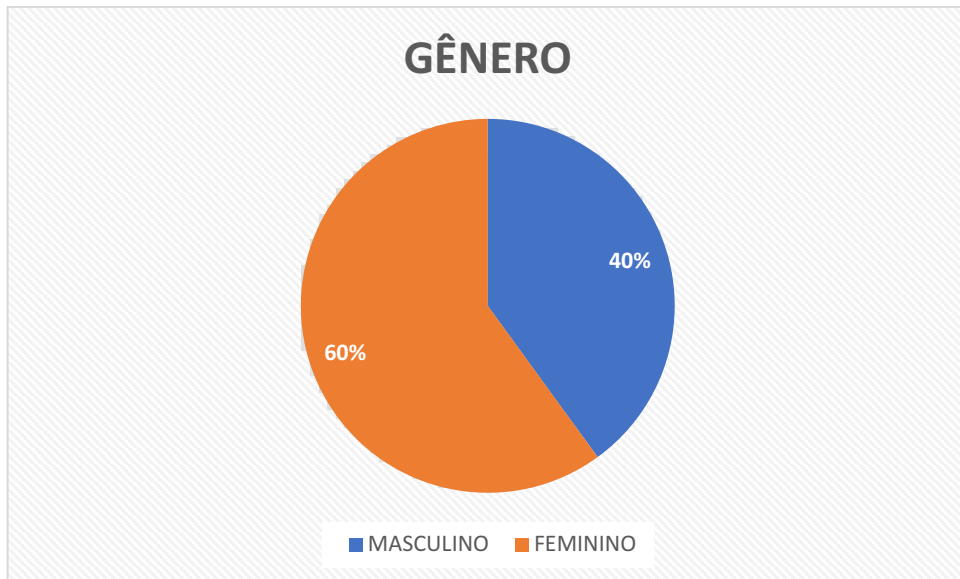
Na (Figura 11), encontram-se as porcentagens referentes às faixas etárias dos pesquisados, no qual, verifica-se que o público que mais consome produtos oriundos da feira e de produtores familiares, se encontra em maior número na faixa etária entre 30 e 60 anos.

Figura 11: Faixa etária dos consumidores.



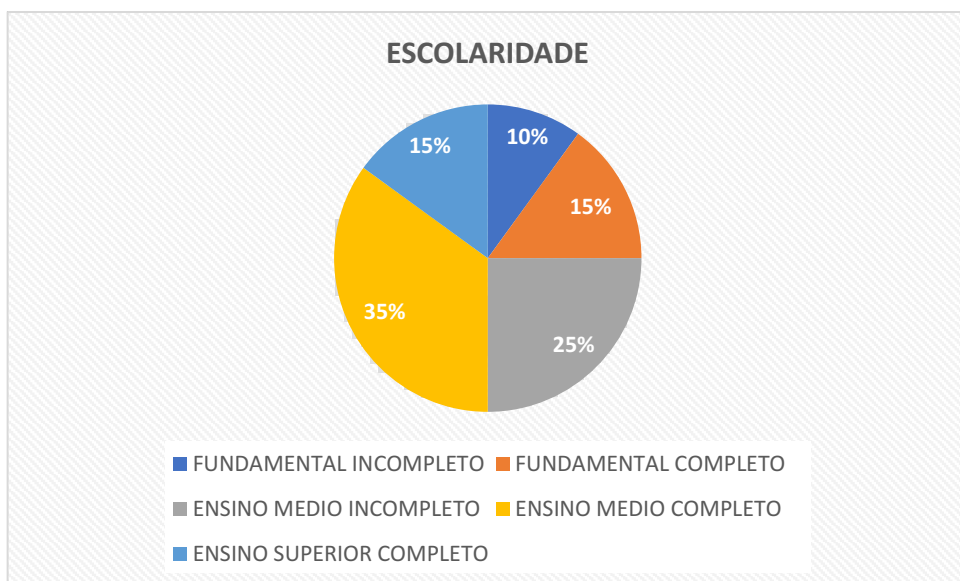
Fonte: O Autor, 2022.

De acordo com a (Figura 12), 70% dos entrevistados e que frequentam as feiras dos produtores, são do sexo feminino. Trabalhos realizados por de Lima et al. (2011) ao entrevistarem os consumidores de produtos orgânicos em São Joaquim da Barra (SP), Francisco et al. (2009) em estudo realizado em São Paulo, e Andrade e Bertoldi (2012) em Belo Horizonte, em que 57, 71,2, e 76,0% dos indivíduos eram mulheres, respectivamente, indicando a predominância do sexo feminino no mercado consumidor de produtos livres de agroquímicos.

Figura 12: Gênero dos consumidores pesquisados.

Fonte: O Autor, 2022.

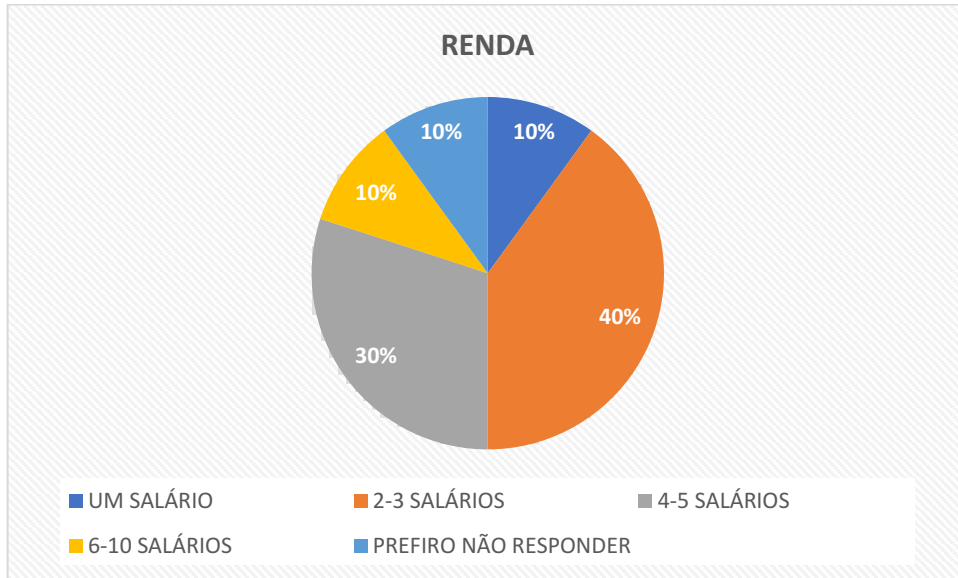
Na (Figura 13), tem-se o nível de escolaridade dos pesquisados, dos quais, a maior porcentagem é daqueles que concluíram o ensino médio (35%), seguido de ensino médio incompleto (25%) e os que concluíram o ensino superior 15% dos entrevistados. Todas as pessoas tiveram um nível de conhecimento adequado para responder os questionários de forma igual.

Figura 13: Escolaridade dos indivíduos entrevistados.

Fonte: O Autor, 2022.

Na (Figura 14), tem-se a renda mensal dos consumidores pesquisados, em torno de 40% possui a renda entre dois e três salários. Seguido por 30% dos que recebem de 4 a 5 salários mínimos.

Figura 14: Renda mensal dos entrevistados.

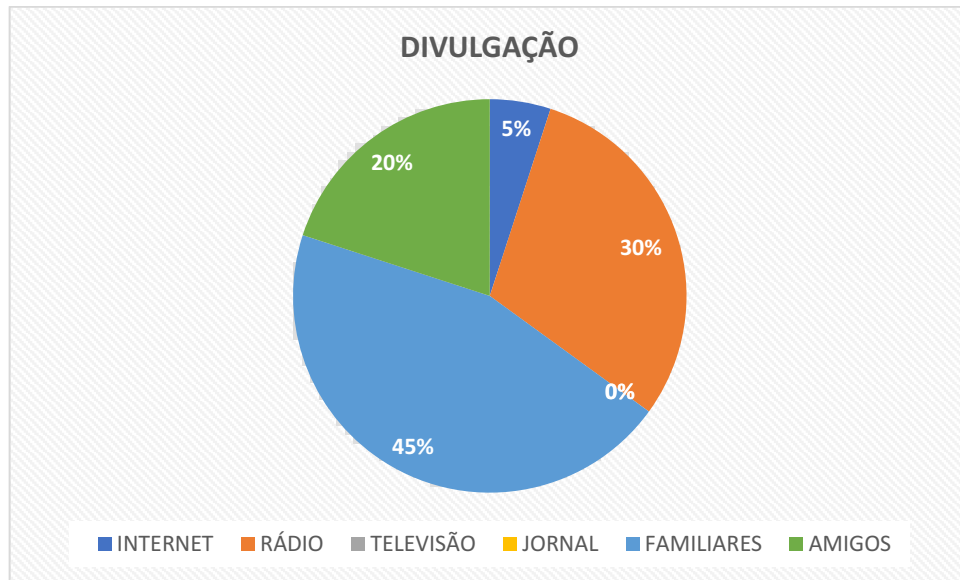


Fonte: O Autor, 2022.

Na (Figura 14), tem-se os que tiveram mais de 6 salários, apresentam 10% dessa pesquisa. Uma certa frequência, maior de pessoas ainda é de aposentados com salários baixos e que se preocupam muito mais com sua alimentação e da saúde.

Na (Figura 15), tem-se os meios mais utilizados para auxiliar na divulgação ou de qual forma o consumidor adquiriu o conhecimento de tais produtos e qual local estariam disponíveis para a comercialização.

Figura 15: Meios de divulgação do produto.

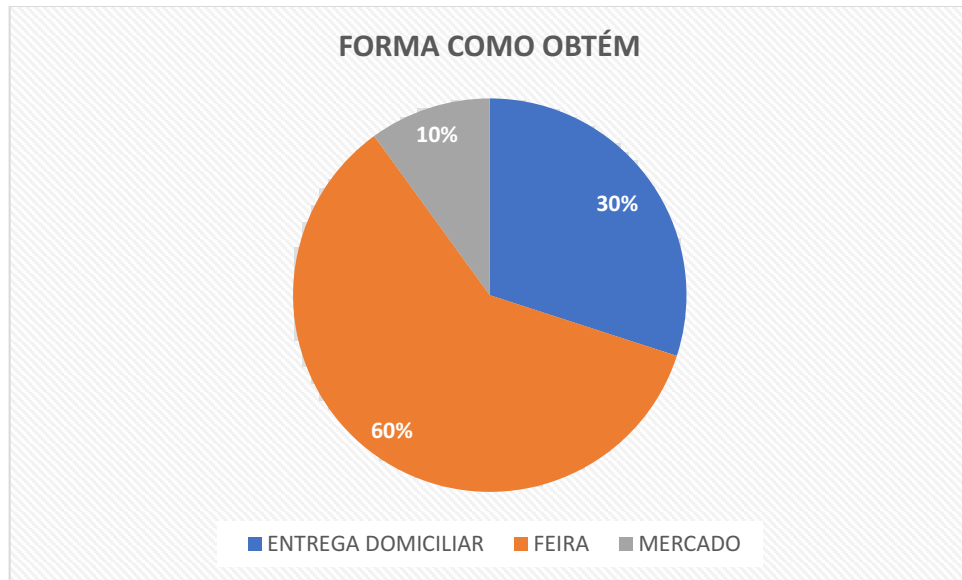


Fonte: O Autor, 2022.

Na (Figura 15), que através dos familiares (45%), foi a forma na qual a disseminação do produto foi mais eficaz. Outro meio, ainda muito utilizado, foi o rádio que teve 30% do público atraído por essa plataforma de comunicação.

Na (Figura 16), vemos que a forma mais eficaz de obtenção dos produtos e a forma pelos quais chegam até a mesa do consumidor, ainda é frequentando a feira (60%), de forma com que haja a comunicação e uma maior gama de escolhas do produto.

Figura 16: Forma como os produtos chegam à mesa do consumidor.

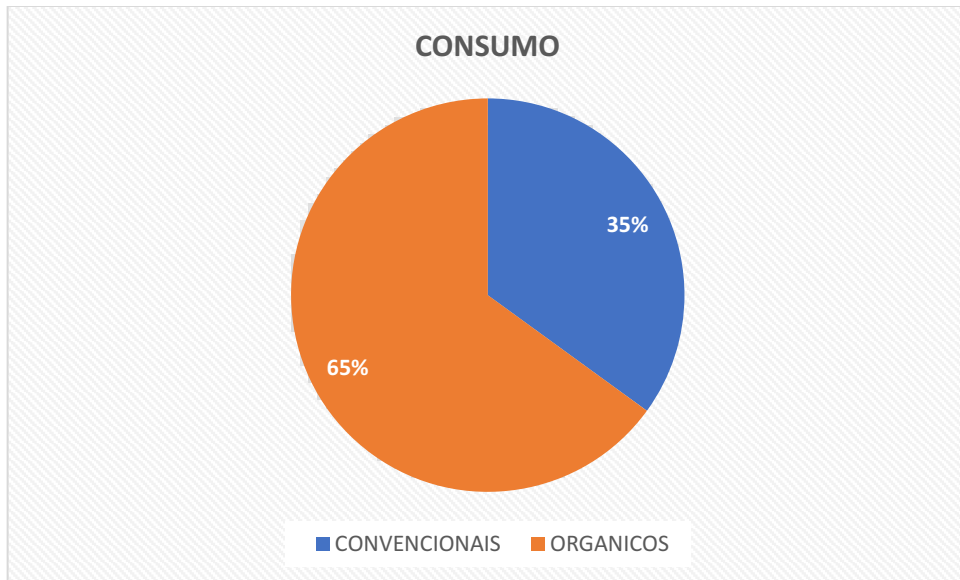


Fonte: O Autor, 2022.

Na (Figura 16), outras opções de produtos que estão ali disponíveis, faz com que o produtor opte por comprar na feira. Em seguida, vem a forma de entrega domiciliar (30%).

Na (Figura 17), a maior parte do consumo de frutas e hortaliças, para aqueles que frequentam as feiras, é de origem orgânica (65%). Na contramão, vem o consumo de produtos convencionais e tradicionais, que se encontram em outros estabelecimentos comerciais.

Figura 17: Consumo de frutas e hortaliças de diferentes formas de produção.

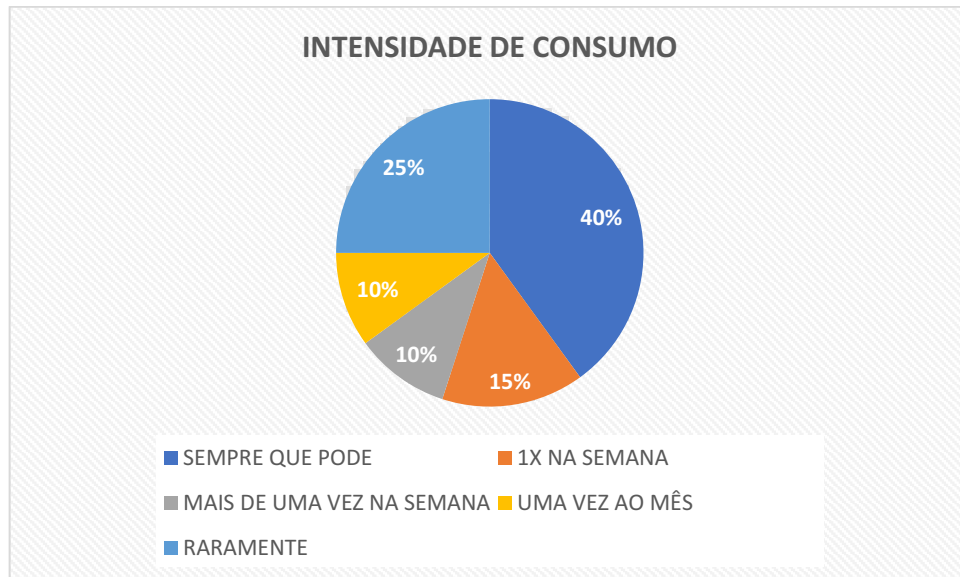


Fonte: O Autor, 2022.

Complementando a (Figura 17), a desculpa dos consumidores é de que, quando há falta durante a semana e não há feira, eles adquirem então os produtos do mercado e de origem não tão confiável quanto a da feira, direta do produtor rural.

Quando questionados pela frequência de consumo, na (Figura 18), 40% dos entrevistados dizem que consomem somente quando podem, 25% consomem raramente e 15% possuem a frequência de uma vez na semana.

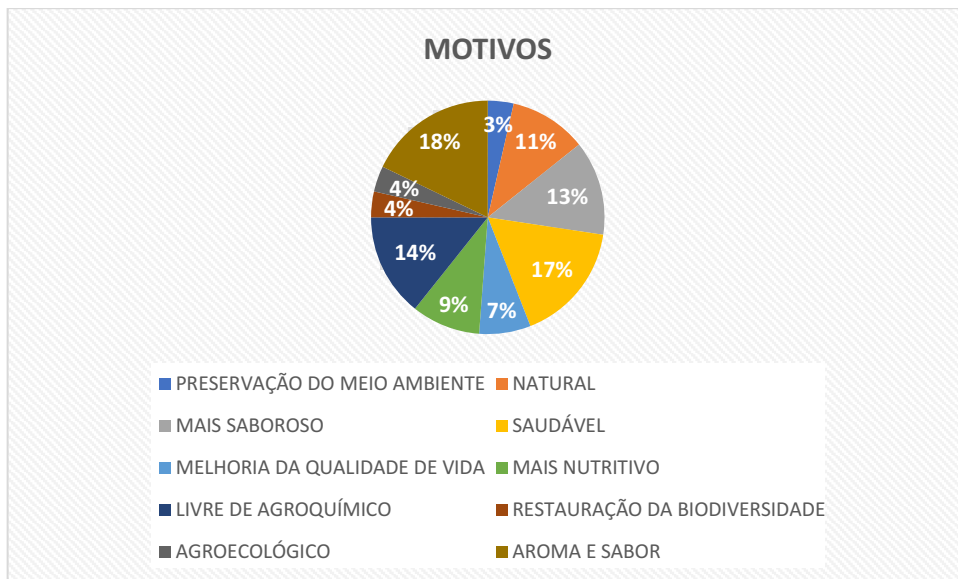
Figura 18: Frequência de consumo dos produtos orgânicos.



Fonte: O Autor, 2022.

A (Figura 19), demonstra que os consumidores levam mais em consideração o aroma e sabor (18%) como fator decisivo para a compra e comparação com produtos de origem convencional. Em seguida, o produto é mais saudável (17%) e para a tomada de decisão final, 14% consideram que o produto está livre de qualquer agroquímico e é mais natural (14%).

Figura 19: Principais motivos para consumir produtos orgânicos.

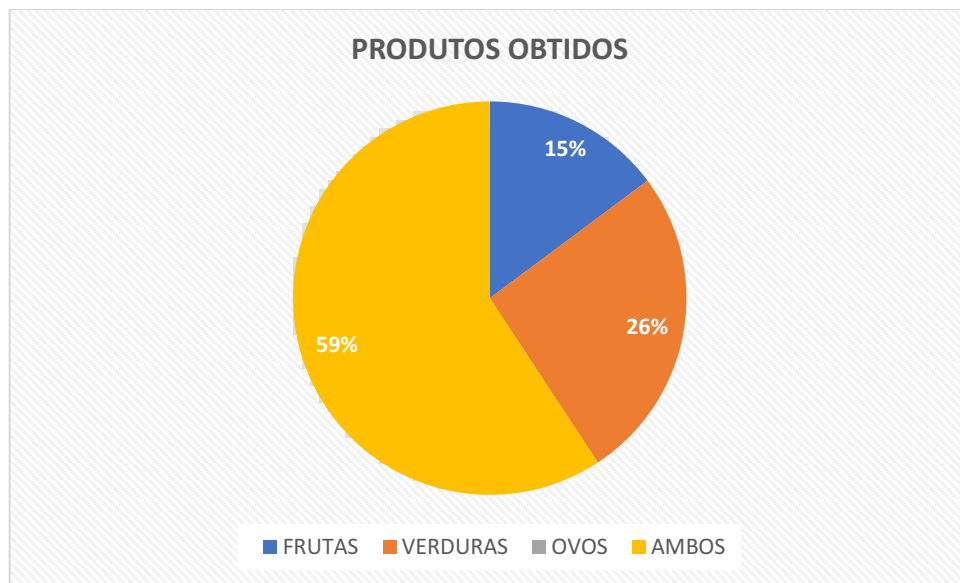


Fonte: O Autor, 2022.

Vale salientar que o produto orgânico, possui todas essas características que foram citadas no questionário e na (Figura 19), pois a maioria dos consumidores valoriza esses atributos.

Na (Figura 20), verifica-se que os principais produtos mais consumidos são de frutas e verduras (58%), pois procura-se levar qualidade e diversidade para a mesa do consumidor. Os produtos mais comercializados, em seguida, é somente a compra de frutas (26%).

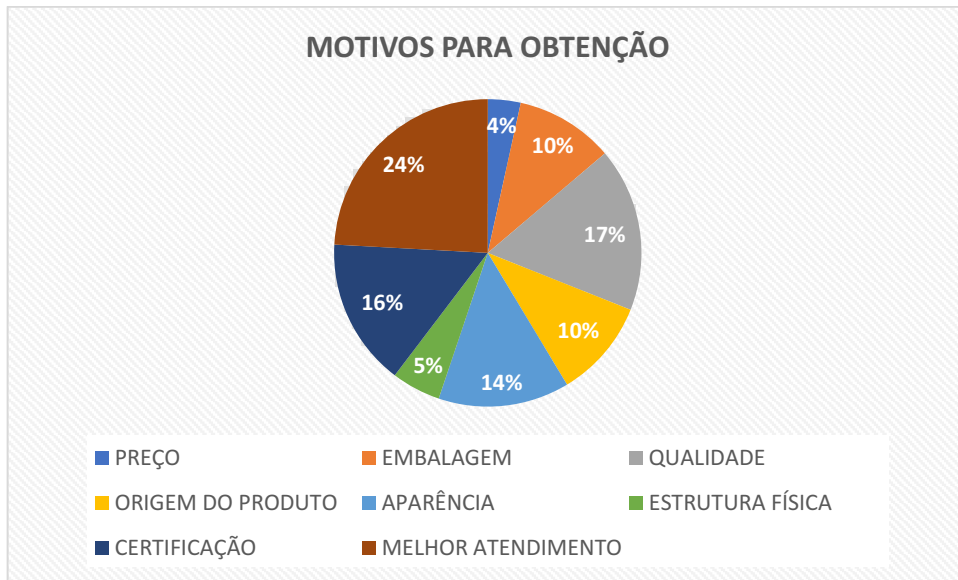
Figura 20: Principais produtos orgânicos consumidos.



Fonte: O Autor, 2022.

Como esperado, na (Figura 21), demonstra a importante relação de um bom atendimento (24%) para o sucesso na venda.

Figura 21: Motivos pelos quais se faz o consumidor adquirir os produtos.



Fonte: O Autor, 2022.

A qualidade dos produtos também é um ponto que se leva em consideração, conforme (Figura 21). Quando se trata de se alimentar com segurança, seguindo da aparência do produto em sua embalagem pode revelar confiança e segurança e/ou problemas ou inconsistências no produto que será consumido, entre outros.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa, respondendo ao objetivo geral, constatou-se que a atuação das Associações e Cooperativas existe, em forma de assistência técnica, auxílio na logística e distribuição para alguns produtores. No entanto, teriam que ser maiores quando se tratam de divulgar os produtos e locais onde adquiri-los, designação dos produtos para o PAA, PNAE de outros produtores, independente da produção do mesmo, fazendo com que os produtores aumentassem tanto a exposição, quanto a sua renda mensal.

Enquanto aos objetivos específicos, a caracterização dos produtores de Dois Vizinhos, é que 13% são mulheres e 87% são homens, enquanto em Realeza apresentou 33% de mulheres e 67% de homens na atividade.

No objetivo específico de análise de planejamento e gestão, da produção, logística, comercialização e o desenvolvimento socioambiental de seus produtores rurais, as Associações e Cooperativas tem um papel muito forte em ambas os municípios na produção, comercialização e logística de frutas e olerícolas. Para tal, são necessárias algumas modificações, como sugestão de produtores de Dois vizinhos, como a mudança de local da feira, para um local mais centralizado. Parceria com mercados locais para que os mesmos façam suas promoções de hortifruti em dias que não coincidam com os dias da feira. Outro fator é a sucessão familiar rural para que haja, tanto mão de obra, quanto alguém que dê continuidade no negócio da família.

Já em Realeza, o maior problema é o acompanhamento desses profissionais, então o acompanhamento mais significativo dos mesmos, seria mais gratificante para os produtores. Também o treinamento, cursos, minicursos, etc., que possa ser passado para que haja uma maior e melhor qualificação para a sucessão familiar rural.

Os cooperados/associados, salientam a dificuldade de encontrar e também o alto valor de mão de obra, pois se trata de um produto fresco e que necessita de uma logística de armazenamento e conservação que seja efetiva para manter com mais qualidade possível na mesa do consumidor.

Quando analisada a forma que as Associações e Cooperativas efetuam a comercialização e abastecimento com produtos oriundos dos programas de Venda Direta, Programa Nacional de Alimentação Escolar e Programa de Aquisição de

Alimentos para comercializar com supermercados, mercados, restaurantes, lanchonetes, hotéis, panificadoras etc. Sugere-se que os profissionais das associações e cooperativas façam uma demonstração desse selo em forma de rotulo e expliquem quais melhorias podem acontecer caso os produtores optarem por aderir a essa melhoria, como a oportunidade de comercializar programas de Venda Direta, Programa Nacional de Alimentação Escolar e Programa de Aquisição de Alimentos.

As cooperativas/associações são fundamentais para a comercialização de frutas e hortaliças na comunidade. Além de auxiliar na produção e comercialização destes atualmente, reconhece a necessidade de novas iniciativas para melhorar as condições de mercado dos produtos, seja por meio de parcerias, programas institucionais ou a criação de um mercado em um novo local para comercialização. Para que os produtores locais sejam valorizados e melhorem seus meios de subsistência e qualidade de vida, é preciso haver mais cooperação municipal e esforços conjuntos com organizações públicas e privadas, produtores e sociedade em geral.

Em termos de potencial, o produto *in natura* se destaca por ter um caminho curto do produtor ao consumidor, fortalecendo o setor e a renda rural. A combinação de incentivos e ações cooperativas, juntamente com a crescente demanda por alimentos saudáveis, confere ao setor um potencial crescente e dá aos agricultores rurais que praticam a agricultura familiar a opção de diversificar a produção com rotações de culturas e otimizando a área de produção.

De acordo com o estudo, em termos aos objetivos, as cooperativas/associações que atuam na agricultura familiar carecem de suporte gerencial e técnico para fortalecer, expandir e solidificar suas posições no mercado. Como desafio, eles estão entrando em novos campos de atividade do setor privado, como supermercados, restaurantes, lanchonetes, hotéis, panificadoras, entre outros.

Quando visto o problema de garantia de produção e comercialização local em Dois Vizinhos e Realeza, foram geradas algumas sugestões. Estas sugestões incluíram a valorização da produção local pelo mercado e comércio de Dois Vizinhos, melhoria da proximidade e agilidade nos processos de pagamento e investimento, aumento da procura de produtos e fornecendo incentivos para

demanda de e fornecendo incentivos para o processamento de alimentos entre outros.

Os principais problemas foram a falta de mão de obra qualificada e a concorrência de mercados por preços; assim, devem ser tomadas medidas para fortalecer o setor, aumentando sua rentabilidade, qualificação da mão de obra e incentivo à sucessão familiar rural. Predominantemente, a atração financeira pela atividade serve como motivador para o sucesso familiar, gerando renda, alta qualidade de vida e bem estar para os produtores rurais. Isso pode ser feito por meio de novas iniciativas cooperativas. A adoção de embalagens padronizadas, certificação orgânica, selo de qualidade do produto, busca de novos mercados, redução de custos de produção, processamento de alimentos e divulgação da atividade são ideias a serem disseminadas aos presidentes das cooperativas/associações.

A obtenção dos dados, foi de forma anônima, sem constrangimento e com consentimento dos produtores e consumidores.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO AGRONEGÓCIO. **Setor de orgânicos deve crescer 30% no País**. 5 fev. 2020. Disponível em:

http://www.abag.com.br/sala_imprensa/interna/abag-setor-deorganicos-deve-crescer-30-no-pais. Acesso em: 30 nov. 2022.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006: Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais**. *Diário Oficial da União*. Brasília, DF. 23 jun. 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm. Acesso em: 30 nov. 2022.

FNDE (2017). **Programa Nacional de Alimentação Escolar**. 13 mar. 2017. Disponível em: <https://www.fnde.gov.br/index.php/programas/pnae/pnae-sobre-o-programa/pnae-sobre-o-pnae>. Acesso em: 29 nov. 2022.

LIMA, P. A. L.; BRUNINI, M. A.; KANESIRO, L. A.; KANESIRO, J. C.; MACIEL JÚNIOR, V. A.; COLOMBO, R. B. **PERFIL DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE SÃO JOAQUIM DA BARRA / SP**. *Nucleus*, v.8, n.1, p. 67 - 80. abr.2011

O Presente, Editora (2019). **A importância do cooperativismo para o Brasil**. 30 jul. 2013. Disponível em: <https://opresenterural.com.br/a-importancia-do-cooperativismo-para-o-brasil/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Organização das Cooperativas Brasileiras (2016). **ASSOCIATIVISMO**. 14 mai. 2012. Disponível em: <http://www.cresul.coop.br/o-que-e-cooperativismo/#:~:text=É%20um%20movimento%20econômico%20e,reforma%20social%20dentro%20do%20capitalismo.&text=comuns>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Pelegrini, D. F., Shiki, S. D. F. N., & Shiki, S. (2015). **Uma abordagem teórica sobre cooperativismo e associativismo no Brasil**. In *Extensio: Revista Eletrônica de Extensão* (Vol. 12, Issue 19). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1807-0221.2015v12n19p70>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Secretaria Especial do Desenvolvimento Social (2019). **Programa de Aquisição de Alimentos PAA**. 20 mar. 2019. Disponível em: <http://mds.gov.br/assuntos/seguranca-alimentar/programa-de-aquisicao-de-alimentos-paa>. Acesso em: 22 nov. 2022.

SEAB/DERAL (Secretaria da Agricultura e Abastecimento). **FRUTICULTURA: análise conjunta**. Dezembro, 2020. Disponível em: https://www.agricultura.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2020-01/fruticultura_2020.pdf. Acesso em: 14 nov. 2022.

IDEAS. **Agroindústria familiar orgânica e estratégias de marketing e comercialização**. 14 nov. 2006. Disponível em: <https://ideas.repec.org/p/ags/sobr06/147142.html>. Acesso em: 22 nov. 2022.

Villela, Mario Hamilton (2006). **A importância do associativismo para a pequena propriedade rural**. Disponível em: <https://www.paginarural.com.br/artigo/1352/a-importancia-do-associativismo-para-a-pequena-propriedade-rural#:~:text=O%20associativismo%2C%20formal%20ou%20informal,positivamente%2C%20no%20processo%20de%20comercializa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 24 nov. 2022.

O Presente, Editora (2019). **A importância do cooperativismo para o Brasil**. 12 mar. 2019. Disponível em: <https://opresenterural.com.br/a-importancia-do-cooperativismo-para-o-brasil/>. Acesso em: 24 nov. 2022.

ANEXOS

Questionário de Pesquisa aos Produtores Rurais

Este questionário tem fins acadêmicos. É um Trabalho de Conclusão de Curso de Agronomia da UTFPR – Dois Vizinhos.

A sua contribuição é importante e valiosa para a qual, agradeço sua participação.

Aluno: Gilson Spech.

Fone:(45) 998310527 .

Email:gilsonspech@alunos.utfpr.edu.br

Data: 10/11/2022.

1- Nome do pesquisado:_____.

2- Endereço/comunidade:_____.

3- Cidade:_____.Estado: PR .

4- Gênero: () Feminino () Masculino

5- Idade: ____ anos.

6- Estado Civil: () Solteiro(a) () Casado(a) () Viúvo(a) () Divorciado(a)

7- Nível de escolaridade:

() ensino fundamental incompleto () ensino fundamental completo () ensino médio incompleto

() ensino médio completo () superior incompleto () superior completo

8- Associado a cooperativa: ()CLAF ()COAFAR ()AFAPO () OUTRA:_____.

9- Quanto tempo de associação/cooperativa?_____ meses.

10- Quais hortaliças/ frutas são produzidos na propriedade para comercialização?

Hortaliças:()alface ()tomate ()pepino ()pimentão ()repolho

()brócolis ()couve-flor ()cebola ()rúcula ()cenoura ()batat-doce ()vagem ()beterraba ()milho verde

()beringela ()abobrinha ()rabanete ()abóbora ()almeirão ()mandioca ()tempero ()chuchu

Outras:_____

Frutas: () laranja () uva () pêssego () melancia () limão () banana () mexerica () figo ()

)ameixa ()abacate ()mamão ()morango ()maracujá ()mamão ()jaca ()bergamota

()tangerina Outras:_____

11- Quanto tempo de cultivo de frutas e/ou verduras?

Frutas:_____meses. Verduras:_____meses.

12- Possui uma venda significativa de hortaliças e frutas por média mês de:

Olerícolas:

Mês:_____ Unidade:_____ Kg; _____ R\$_____

Frutas:

Mês:_____ Unidade:_____ Kg; _____ R\$_____

13- Qual o destino da produção?

Especificação	Hortaliças (%)	Frutas (%)
Diretamente ao consumidor e na feira		
Supermercados, Mercados, Hotéis, etc		
Processamento/ agroindustrialização		
Merenda escolar e creches		
Outros		
TOTAL	100%	100%

14- Realiza algum tipo de processamento dos produtos para venda? Quais?

() geleia () sucos () vinho () conserva.

Outro: _____

15- Forma de certificação:

() auditoria () sistema participativo de garantia () controle social na venda direta

() associação de produtores

16- Quais os maiores gargalos de comercialização da sua produção?

() preço () validade () logística () armazenamento () distribuição

() facilidade na entrega () comercialização () clientes () calotes

() destino da produção

Outro: _____

17- A cooperativa pode e como aproximar a relação produtor rural X mercado local, como?

() auxílio financeiro () auxílio na regulamentação () auxílio na divulgação/disseminação

() logística.

18- Acredita que a Cooperativa possa e como agregar valor aos produtos e aos serviços, recebendo um selo da Cooperativa ou embalagem, rótulo ou outro, para que tenha procedência e padrão nos produtos e rastreabilidade?

() sim () não () em parte

JUSTIFIQUE: _____

19- Tem dia fixo para expor seus produtos na feira?

() sim () não () em parte

JUSTIFIQUE: _____

20- Formas de exposição/venda:

() feira () venda direta para consumidor () escolas () restaurantes () lojas () supermercado

() panificadoras () hotéis

21- Área de cultivo em porcentagem da área total:

() 1 – 29% () 30 – 60% () 60 – 100%

22- Demandas/Necessidades:

() treinamentos () crédito () estufas () assistência técnica () certificação dos produtos

() irrigação

23- Sugestões e apontamentos acerca da melhoria da comercialização e logística no município:

R: _____
_____.

24- Renda líquida média mensal: R\$ _____

Questionário para Consumidores de Olericultura e Fruticultura em Geral

Este questionário tem fins acadêmicos. É um Trabalho de Conclusão de Curso de Agronomia da UTFPR – Dois Vizinhos.

A sua contribuição é importante e valiosa para a qual, agradeço sua participação.

Aluno: Gilson Spech.

Fone:(45) 998310527 .

Email:gilsonspech@alunos.utfpr.edu.br

Data: 10/11/2022.

1-Nome do pesquisado:_____.

2- Endereço/comunidade:_____.

3- Cidade: _____Estado: PR .

4- Gênero: () Feminino () Masculino

5- Idade: ____ anos.

6- Estado Civil: ()Solteiro(a) ()Casado(a) ()Viúvo(a) ()Divorciado(a) ()Amasiado(a)

7- Nível de escolaridade:

()ensino fundamental incompleto ()ensino fundamental completo ()ensino médio incompleto

()ensino médio completo ()superior incompleto ()superior completo

8- Renda em salários mínimos: ()sem renda ()um salário ()2-3 salários ()4-5 salários ()6-10 salários ()prefiro não responder.

9- Se preocupa com a própria alimentação: ()sim ()não ()em partes
JUSTIFIQUE:_____10-

Tem conhecimento do que é um produto orgânico: ()sim ()não

11- Meio em que o produto foi divulgado: ()nunca ouvi falar ()internet ()rádio ()televisão ()jornal/revista ()familiares ()amigos ()outros:_____

12- Forma de obtenção do produto orgânico: ()entrega domiciliar ()feira ()mercado

13- Consome mais produtos: ()tradicionais/convencionais ()orgânicos

14- Sabe como se certificar se o produto é orgânico? ()sim ()não ()em partes
JUSTIFIQUE:_____

15- Os produtos são de fácil acesso? ()sim ()não

16- Há feira toda semana? ()sim ()não

17- Frequência de consumo: ()sempre que pode ()1 vez na semana ()mais de uma vez na semana ()1 vez ao mês ()raramente

18- Motivos: ()preservação da saúde do meio ambiente ()por ser natural ()mais saboroso ()por ser saudável ()para melhorar a qualidade de vida ()mais nutritivos ()livres de agroquímicos ()restauração da biodiversidade ()agricultura agroecológica ()aroma e sabor

19- Principais produtos: ()frutas ()legumes ()ovos

20- O que mais olha e valoriza na compra desses produtos: ()preço ()embalagem ()qualidade ()origem do produto ()aparência ()estrutura física ()certificação ()melhor atendimento

21- Alguma sugestão acerca de melhorar a produção para um maior consumo de produtos olerícolas e frutícolas: