

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO  
MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**MARIA HELENA DA FONSECA**

**GESTÃO DE CUSTOS NA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE  
PONTA GROSSA**

**DISSERTAÇÃO**

**PONTA GROSSA**

**2018**

**MARIA HELENA DA FONSECA**

**GESTÃO DE CUSTOS NA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE  
PONTA GROSSA**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Vitória Messias Bittencourt

**PONTA GROSSA**

**2018**

Ficha catalográfica elaborada pelo Departamento de Biblioteca  
da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Ponta Grossa  
n.15/18

F676 Fonseca, Maria Helena da

Gestão de custos na agricultura familiar na cidade de Ponta Grossa. / Maria  
Helena da Fonseca. 2018.

84 f. : il. ; 30 cm.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Vitória Messias Bittencourt

Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-  
Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Tecnológica Federal do  
Paraná, Ponta Grossa, 2018.

1. Agricultura familiar. 2. Agricultura orgânica. 3. Alimentos naturais. 4. Controle  
de custo. I. Bittencourt, Juliana Vitória Messias. II. Universidade Tecnológica  
Federal do Paraná. III. Título.

CDD 670.42



**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**  
**Campus Ponta Grossa**  
Diretoria de Pesquisa e Pós-Graduação  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**



**FOLHA DE APROVAÇÃO**

Título da Dissertação Nº 315/2018

**GESTÃO DE CUSTOS NA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE PONTA GROSSA**

por

**Maria Helena da Fonseca**

Esta dissertação foi apresentada às **14h00min de 19 de fevereiro de 2018** como requisito parcial para a obtenção do título de MESTRE EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, com área de concentração em Gestão Industrial, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

**Prof. Dr<sup>a</sup>. Augusta Pelinski Raiher**  
(UEPG)

**Prof. Dr<sup>a</sup>. Maria Helene Giovanetti Canteri**  
(UTFPR)

**Prof. Dr<sup>a</sup>. Claudia Tania Picinin**  
(UTFPR)

**Prof. Dr<sup>a</sup>. Juliana Vitória Messias**  
**Bittencourt (UTFPR) - Orientador**

Visto do Coordenador:

Antonio Carlos de Francisco (UTFPR)  
Coordenador do PPGEP

A FOLHA DE APROVAÇÃO ASSINADA ENCONTRA-SE NO DEPARTAMENTO DE  
REGISTROS ACADÊMICOS DA UTFPR –CÂMPUS PONTA GROSSA

Aos meus queridos pais  
com amor e gratidão.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Mathilde e Alberto (*in memoriam*) pelo carinho, amor e apoio que me deram em todos esses anos. Especialmente ao meu querido pai que não chegou a ver mais essa etapa vencida na minha vida, mais que esteja onde estiver ele sempre continuará olhando por mim.

A minha orientadora professora Juliana Vitoria Messias Bittencourt pela confiança, ensinamentos, orientações e pela disponibilização de seu tempo.

Agradeço aos agricultores familiares, por permitir que esse estudo fosse realizado e por disponibilizarem uma parte do seu tempo para responder o questionário, sem essa colaboração nada disso seria possível.

Agradeço também as professoras da banca, por dedicar uma parte do seu tempo para corrigir o trabalho e participar da defesa.

Aos meus amigos que me apoiaram durante o mestrado e me auxiliaram nos momentos mais difíceis.

A todos os professores, que de uma forma ou de outra, contribuíram durante essa jornada, compartilhando seus conhecimentos e experiências.

Agradeço ao Grupo de Pesquisa Gestão da Inovação Agroindustrial – GIA, ao Programa de pós Graduação em Engenharia de Produção – PPGEP, à Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pela bolsa de fomento concedida durante os anos do curso.

Enfim, a todos aqueles que participaram e contribuíram de alguma forma para realização deste sonho.

## RESUMO

FONSECA, Maria Helena da. **Gestão de custos na agricultura familiar na cidade de Ponta Grossa**. 84 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2018.

A gestão em empreendimentos rurais é importante devido ao auxílio para o desenvolvimento sócio-econômico, possibilitando um crescimento e uma organização nas funções administrativas e produtivas, possibilitando que os agricultores consigam fazer uma gestão do seu negócio, definindo os custos gastos com a produção, podendo formular um preço de venda adequado, auxiliando-o no planejamento e na tomada de decisão. Este trabalho tem como objetivo determinar quais são os elementos utilizados para a formação da gestão de custos na agricultura familiar. Para realizar a pesquisa foram aplicados questionários em uma associação de agricultura ecológica e familiar, localizada na cidade de Ponta Grossa, composta por sete agricultores familiares produtores de orgânicos que possuem uma certificação por auditoria, emitida pela Associação de Certificação Instituto Biodinâmico - IBD. Como resultados, pode-se constatar que os canais de venda, mais utilizados pelos agricultores familiares produtores de orgânicos, são os programas do governo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), e o Feira Verde, e que esses agricultores trabalham apenas com a produção de olerícolas e frutas. Metade dos agricultores familiares consideram os elementos da gestão de custos como as taxas envolvidas na certificação e associação, o valor gasto com energia elétrica, água, combustível, materiais indiretos e telefone. É importante destacar que os agricultores realizam um controle de produção em um caderno para apresentar ao IBD, e que também possuem uma caderneta para anotação dos gastos gerais, isso significa que estes agricultores familiares realizam uma forma de gestão na propriedade ainda que rústica. Embora os associados não possam negociar os preços dos alimentos entregues aos programas governamentais, estes programas são responsáveis pela compra de grande quantidade dos alimentos orgânicos produzidos, possibilitando que os agricultores possam formular um preço de venda mais adequado nos outros canais de comercialização, tal como a feira local, em que os agricultores podem obter maior lucro apesar das incertezas acerca do volume de alimentos que será negociado. Dessa maneira, conclui-se que a diversificação dos canais de produção é essencial para que os agricultores orgânicos associados da região avaliada consigam negociar toda a sua produção de alimentos orgânicos. Há também um potencial que pode ser explorado e com a aplicação da gestão de custos mais aprimorada essas famílias podem vir a ter um retorno financeiro maior.

**Palavras-chave:** Gestão de custos. Agricultura familiar. Produção de orgânicos. Certificação de produtores.

## ABSTRACT

FONSECA, Maria Helena da. **Cost management in family agriculture in the city of Ponta Grossa**. 84 p. Dissertation (Master Degree in Production Engineering) - Federal University of Technology – Paraná, Ponta Grossa, 2018.

The management in rural enterprises is important due to the aid for socio-economic development, enabling growth and an organization in the productive and administrative functions, allowing farmers can make a management of your business, defining the costs spent on production, and can deliver an appropriate selling price, assisting in planning and decision-making. This work aims to determine what are the elements used for the training of cost management in family agriculture. To conduct the survey questionnaires were applied in an Association of ecological agriculture, family, located in the city of Ponta Grossa, composed of seven producers of organic family farmers who have a certification audit, and mitida by the Association of Biodynamic Institute Certification-IBD. As a result, one can see that the sales channels, mostly used by organic farmers, family farmers are the programs of the Government National School Feeding Program (PNAE), food acquisition program (PAA), and the Fair Green, and that these farmers work only with the production of oleraceous and fruit. Half of the farmers consider the elements of cost management as the rates involved in the certification and membership, the amount spent with electricity, water, fuel, indirect materials and telephone. It is important to emphasize that farmers perform a production control in a notebook to present to the IBD, and who also have a notebook for note of overheads, this means that these farmers carry out a form of management in the property although rustic. Although members cannot negotiate food prices delivered to government programs, these programs are responsible for the purchase of large quantities of organic food produced, enabling farmers to be able to formulate a more appropriate selling price in other marketing channels, such as the local market, where farmers can get higher profit despite uncertainties about the volume of food that will be negotiated. In this way, it appears that the diversification of production is essential for organic farmers associated with the region evaluated can negotiate all your organic food production. There is also a potential that can be exploited and the implementation of cost management more enhanced these families may have a greater financial return.

**Keywords:** Cost management. Family farming. Production of organic. Certification of producers.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Comparação entre os métodos de custeio absorção x direto (variável).....	21
Figura 2 - Fórmula para o preço de venda .....	24
Figura 3 - Modelos de Formação do preço de venda.....	266
Figura 4 - Selo SisOrg .....	34
Figura 5 - Mapa de Ponta Grossa .....	42

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fluxograma 1 - Metodologia de investigação adotada .....	43
Gráfico 1 - Custos Diretos .....	60
Gráfico 2 - Custos Indiretos.....	60
Gráfico 3 - Diferença de preços dos alimentos.....	63

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de políticas de preços.....	24
Quadro 2 - Valor do preço de venda x estratégia do preço de venda .....	25
Quadro 3 - Certificadoras .....	34
Quadro 4 - Palavras-chaves.....	43
Quadro 5 - Dados referentes à pesquisa .....	47
Quadro 6 - Informações sobre a propriedade.....	48
Quadro 7 - Volume de Produção e Faturamento.....	51
Quadro 8 - Condição dos equipamentos utilizados .....	53
Quadro 9 - Frequência de venda em cada canal .....	55
Quadro 10 - Interação com órgãos públicos.....	58

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Descrição do Questionário .....	44
Tabela 2 - Faturamento anual de cada classe de produto .....	52
Tabela 3 - Custo para entregar os alimentos em cada programa .....	56
Tabela 4 - Volume de produção para cada canal de venda .....	57
Tabela 5 - Preço dos Produtos vendidos em KG .....	61

## **LISTA DE ACRÔNIMOS**

MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
SEPAF	Secretária de Estado de Produção e Agricultura Familiar
SISORG	Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

## **LISTA DE SIGLAS**

AF	Agricultor Familiar
IBD	Associação de Certificação Instituto Biodinâmico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
OAC	Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA .....	15
1.2 OBJETIVOS .....	15
1.2.1 Objetivo Geral: .....	15
1.2.2 Objetivos Específicos: .....	15
1.3 JUSTIFICATIVA .....	16
1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA NA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO .....	16
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO .....	17
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>18</b>
2.1 GESTÃO DE CUSTOS .....	18
2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS E AS METODOLOGIAS DE CUSTEIO .....	19
2.3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA .....	23
2.4 PRODUÇÃO AGRÍCOLA .....	27
2.5 PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS .....	30
2.6 CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTORES DE ORGÂNICOS .....	33
2.7 VANTAGENS E LIMITAÇÕES DA PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS .....	36
2.8 ASSOCIATIVISMO .....	37
2.9 CUSTOS ENVOLVIDOS NA PRODUÇÃO ORGÂNICA .....	38
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>40</b>
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA E SELEÇÃO DA AMOSTRA .....	40
3.2 ETAPAS DA PESQUISA .....	42
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>47</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>66</b>
5.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS .....	68
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>69</b>
<b>APÊNDICE - Questionário de Pesquisa</b> .....	<b>80</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho aborda a gestão de custos na agricultura familiar, mais especificamente a percepção de como os produtores de orgânicos certificados fazem a gestão dos seus custos e gastos relacionados com a sua produção. Foi desenvolvido um questionário, dividido em sete constructos que abordam perguntas visando obter as principais características desses agricultores familiares com relação aos objetivos definidos.

Em meio ao cenário de crise econômica do país, o preço dos alimentos acaba pesando no orçamento familiar e muitas vezes as pessoas acabam tendo que trocar alguns tipos de produtos para conseguir fazer as compras sem extrapolar o orçamento. Mesmo com uma diferença de preço entre os produtos, o consumo de alimentos orgânicos vem crescendo no mundo devido à preocupação com a saúde e com bem estar (AERTSENS et al., 2009).

O consumo de alimentos orgânicos vem aumentando gradativamente, desde que a preocupação com a qualidade de vida tem sido um assunto constante na atuação das pessoas. Mudar os hábitos alimentares tem sido um processo frequente, mas o consumidor busca produtos frescos, saudáveis, com qualidade e com um preço bom (FAO, 2016; STEFANO, 2013).

Além da dúvida quanto à procedência do produto, outro fator, que interfere no consumo desses alimentos, é o preço de venda praticado, considerado alto por alguns consumidores, se comparado ao valor do mesmo tipo de produto convencional. Cada tipo de produção requer técnicas e insumos diferentes, o que acaba influenciando diretamente no preço de venda. O valor dos tributos cobrados pelo governo incide diretamente sobre o custo final de produtos ou serviços do setor do agronegócio. Segundo a teoria econômica, os tributos podem ser cobrados em cima dos custos de produção (incluindo os custos fixos, variáveis, diretos e indiretos) e também sobre os custos de negociação (incluindo acordos e garantias de que o negócio será cumprido) (CARVALHO; LIMA; THOMÉ, 2015).

Com o passar dos anos, o agronegócio passou por vários tipos de mudanças, e um dos principais fatores responsáveis por esse processo foi o aumento da competitividade, que fez com que o processo de gestão fosse aperfeiçoado para realizar os negócios de uma forma mais dinâmica e ágil (CARVALHO; LIMA; THOMÉ, 2015).

A agricultura familiar tem um papel fundamental no desenvolvimento da economia do país, com a produção de alimentos, geração de renda e empregos para as famílias envolvidas, proporcionando uma diminuição no êxodo rural, e também auxilia na produção ecológica equilibrada com a diversificação de alimentos cultivados e diminuindo o uso de insumos industriais, favorecendo o desenvolvimento sustentável e a segurança alimentar (PADUA; SCHLINDWEIN; GOMES, 2013).

A agricultura familiar necessita do incentivo do governo como a criação das políticas públicas, como o Programa de Aquisição de Alimentos e o Programa Nacional de Alimentação Escolar, que foram criados para que os produtores escoem uma parte da sua produção e tenham uma renda garantida. Embora ocorram alguns problemas relacionados a questões políticas que podem vir a causar eventuais atrasos nos pagamentos para os agricultores familiares (PADUA; SCHLINDWEIN; GOMES, 2013).

No país a categoria de alimentos que possui maior representatividade na agricultura familiar são as hortaliças, principalmente no sistema orgânico de produção, que necessita de um uso maior da mão de obra para fazer o serviço, devido a baixa dependência com recursos externos e equipamentos. Geralmente a maior parte da produção dos alimentos orgânicos é vendida em feiras locais, que já os consumidores conhecem a procedência e a qualidade do produto. A venda nos supermercados é pouco utilizada ainda pelos agricultores familiares devido os custos, que encarecem o produto e acabam dificultando a negociação (TACONI NETO, 2006).

A comercialização dos alimentos é complexa para os agricultores familiares, pois são necessários conhecimentos administrativos, gerenciais, para planejar e estruturar a produção, controlar os custos, formular o preço de venda, atender a demanda dos clientes, sem contar o conhecimento técnico para a produção dos alimentos. A escolaridade é um fator que acaba influenciando nesse processo, pois geralmente os agricultores possuem uma baixa escolaridade, e não tem suporte técnico que auxilie na estruturação do empreendimento familiar, por isso é importante o papel que uma associação pode desempenhar trabalhando em prol dos membros, procurando o suporte que falta para os agricultores.



## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A falta da gestão de custos, nas empresas reflete diretamente sobre a determinação do preço de venda, pois quando não há um controle sobre as despesas e sobre os custos, a empresa pode vir a ter prejuízos e isso ameaça a sua sobrevivência, principalmente em meio a um mercado competitivo (CORBARI; MACEDO, 2012; ZAHAIKEVITCH, 2012;).

Na produção orgânica oriunda da agricultura familiar, a falta de planejamento e gestão de custos, pode fazer com que o produtor tenha prejuízos ou ainda não explore da melhor forma possível os lucros do seu trabalho. Com base na situação exposta, surge o seguinte problema: Quais são os elementos utilizados para formação da gestão de custos aplicados à agricultura familiar orgânica na cidade de Ponta Grossa?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral:

- Determinar os elementos utilizados para a formação da gestão de custos aplicados para agricultura familiar orgânica na cidade de Ponta Grossa - PR.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

- Caracterizar os empreendimentos rurais quanto à produção orgânica;
- Identificar o panorama dos elementos utilizados pelos produtores de orgânicos que compõem o quadro produtivo;
- Analisar a tomada de decisão para formulação de preços que podem ser utilizadas para produtos orgânicos.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

A escolha dessa temática relacionada à gestão de custos direcionada à agricultura familiar, mais especificamente ao produtor de orgânicos, se deve ao fato de que esse assunto é considerado novo, pois os estudos ainda são escassos como na base de dados Scielo a busca pelas palavras chaves em inglês resulta em apenas 21 artigos, evidenciam-no que concerne à formação de preços para o agricultor familiar, mostrando que a literatura acadêmica se mostra com lacunas a serem preenchidas, e neste sentido uma dissertação vem preenchê-la, com maiores informações pertinentes ao escopo.

O agricultor familiar é um micro empresário que realiza transações comerciais. Portanto a possibilidade de sistematizar a gestão de custos por esses produtores, seria de grande importância, contribuindo com o planejamento estratégico desses micro empresários. É importante auxiliar os agricultores familiares a compreenderem que é possível, mesmo em uma pequena propriedade, ter um planejamento e uma gestão de custos, para auxiliar a formulação do preço de venda adequado, obtendo assim a sua margem de lucro e pagando todos os custos envolvidos no processo produtivo (PADUA, 2014).

A demanda por produtos orgânicos tem aumentado e os agricultores familiares enfrentam dificuldades no processo de produção e venda de alimentos, visto a necessidade de se adequar as legislações e padrões exigidos, e uma das saídas adotadas é a formação de associações ou cooperativas para tentar auxiliar nesse processo. Apesar de haver empresas que realizam a certificação dos agricultores há muitas dúvidas que não são esclarecidas, como a gestão de custos da propriedade e a formação do seu preço de venda.

Diante disso essa pesquisa se justifica pelo fato de verificar como é o processo da gestão de custos em uma associação de agricultura ecológica e familiar e que elementos são utilizados na gestão para formulação do preço de venda dos produtos.

### 1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA NA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

De acordo com a Associação Brasileira de Engenharia de Produção - ABEPRO (2008) a Engenharia de Produção, divide-se nas seguintes áreas:

Engenharia de Operações e Processos da Produção, Logística, Pesquisa Operacional, Engenharia da Qualidade, Engenharia do Produto, Engenharia Organizacional, Engenharia Econômica, Engenharia do Trabalho, Engenharia da Sustentabilidade e Educação em Engenharia de Produção.

A presente pesquisa refere-se à área de Engenharia Econômica, que de acordo a ABEPRO (2008), envolve a formação, estimação e avaliação dos resultados financeiros, que sejam utilizados para auxiliar no processo de tomada de decisão. O trabalho envolve o núcleo da agricultura familiar, que é uma área que atende os requisitos do grupo de pesquisa de Gestão de Inovação Agroindustrial, sendo assim, essa pesquisa atende os requisitos do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção - PPGEF.

## 1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Essa dissertação encontra-se estruturada em cinco capítulos, sendo que no primeiro capítulo são apresentados a temática, o problema de pesquisa, os objetivos, a justificativa, a delimitação da pesquisa e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, desta pesquisa que envolve os seguintes tópicos: gestão de custos, classificação dos custos e as metodologias de custeio, formação do preço de venda, produção agrícola, produção de orgânicos, certificação, as vantagens e as desvantagens dos produtores de orgânicos, o associativismo e os custos envolvidos na produção orgânica.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia da pesquisa utilizada neste trabalho para a classificação da pesquisa, a seleção da amostra e as etapas da pesquisa.

O quarto capítulo apresenta os dados dos questionários (Apêndice A) descritos na metodologia e a discussão dos resultados.

O quinto capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa e as sugestões para trabalhos futuros.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 GESTÃO DE CUSTOS

Toda a atividade comercial visa a manutenção da empresa. Parte disso deve-se à determinação do preço do produto (COSTA; AMORIM JUNIOR; SILVA, 2015). Portanto este trabalho se dedica ao tópico da gestão de custos.

A contabilidade de custos surgiu, no período da Revolução Industrial, no século XVIII, para suprir uma nova necessidade. Pois até esse período, as pessoas utilizavam apenas a contabilidade financeira, de maneira simples apenas para saberem por quanto estavam sendo vendidos os seus produtos, fazendo um controle pessoal do seu rendimento, que era praticado pelas pessoas jurídicas e proprietários de comércios. Com o surgimento das indústrias, houve a necessidade de levantar os custos de uma forma mais complexa (COURA et al., 2009).

O custo pode ser definido basicamente como um gasto, mas para um empresário pode ser o valor pago por um bem, um processo ou até mesmo um serviço, que vai ser utilizado no seu processo produtivo, como por exemplo, a compra de insumos agrícolas que gera um custo ao produtor rural (MARTINS, 2003). Na contabilidade dos custos existe uma terminologia para alguns elementos que precisam ser entendidos, pois possuem origens e finalidades diferentes, conforme pode ser observado por Coura et al. (2009) e Assef (2015):

- **Gasto:** é um esforço feito para se obter a entrega de um produto, serviço, ou como é chamado na área contábil um ativo a ser recebido. Entretanto há o desembolso que é a saída de dinheiro do caixa para pagar alguma entrada de um bem adquirido (COURA et al., 2009).
- **Investimento:** é o valor gasto com um bem que vai fazer parte dos ativos da empresa, sendo utilizado, a longo prazo, como, por exemplo, a compra de um equipamento médico feita por um hospital (COURA et al., 2009).
- **Custo:** no comércio é definido como o valor de um produto a venda, na indústria é o valor gasto para produzir um produto e no setor de serviços é valor do trabalho realizado (ASSEF, 2015).

- **Despesa:** envolve os gastos diretos e indiretos relacionados com a aquisição da sua receita (ASSEF, 2015).
- **Perda:** pode ser ocasionada por fatores externos como, por exemplo: greve e incêndio, ou sobras de matéria prima que ficam na produção e não são utilizadas (COURA et al., 2009).
- **Receita:** entrada de valores recebida pela prestação de serviços ou venda de produtos, que podem ser recebidos por meio de bens (ASSEF, 2015).

Os elementos mais comuns da contabilidade, envolvem a entrada e a saída de valores financeiros em uma empresa, para efetuar operações comerciais. A seguir serão abordadas algumas das principais metodologias de custeio, assim como a sua classificação.

## 2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS E AS METODOLOGIAS DE CUSTEIO

De acordo com Garrison, Noreen, Brewer (2013), os custos podem ser classificados nas seguintes formas: direto, indireto, variável, fixo e total. Os custos diretos são os valores obtidos de forma rápida, por exemplo, o gasto com a matéria prima.

De maneira sucinta, pode-se dizer que o custo direto pode ser mensurado de acordo com a produção realizada em uma empresa (GUIMARÃES NETO, 2012; ASSEF, 2015). Os custos indiretos, são aqueles envolvidos com a produção, que não podem ser identificados por uma quantidade de produtos, como por exemplo, o valor gasto para pagar a conta de energia elétrica, o aluguel da empresa, o valor de depreciação dos equipamentos, entre outros (GUIMARÃES NETO, 2012; ASSEF, 2015).

O custo fixo, é aquele que, independente do volume produzido mensal, vai ser gasto no mesmo valor todos os meses com ou sem produção, por exemplo, o aluguel do imóvel. Já o custo variável, está atrelado diretamente ao volume de produção, pois quando a produção aumenta o valor tende a sofrer acréscimos, e quando não há produção o custo acaba sendo nulo (COURA et al., 2009).

Por fim, o custo total, pode ser definido como, o resultado da soma de todos os custos da empresa, sendo os fixos, variáveis, diretos e indiretos, que foram

consumidos por um período de tempo específico (ZAHAIKEVITCH, 2012; MARQUES, 2013).

Os métodos de custeio, na área contábil, são os planejamentos e as estratégias aplicados para formação dos custos. Na literatura há vários tipos de metodologias de custeio, entretanto as formas mais utilizadas são os seguintes métodos: “custeio por absorção, custeio pleno (*full cost*), custeio direto ou variável e custeio baseado em atividades (*Activity Based Costing, ABC*)” (COSTA; FERREIRA; SARAIVA JÚNIOR, 2010, p. 2002). Cada um desses métodos se diferencia, por aplicar os elementos da produção ao valor do custo do seu produto.

O custeio por absorção é o único método, que foi reconhecido pela Receita Federal no Brasil, e aceito pelas legislações comercial e fiscal (ASSEF, 2015). Pode-se dizer que este é o método mais tradicional para se obter o custo de um produto, considerando todos os tipos de custos e aplicando o rateio (VIEIRA, 2008; COSTA; FERREIRA; SARAIVA JÚNIOR, 2010).

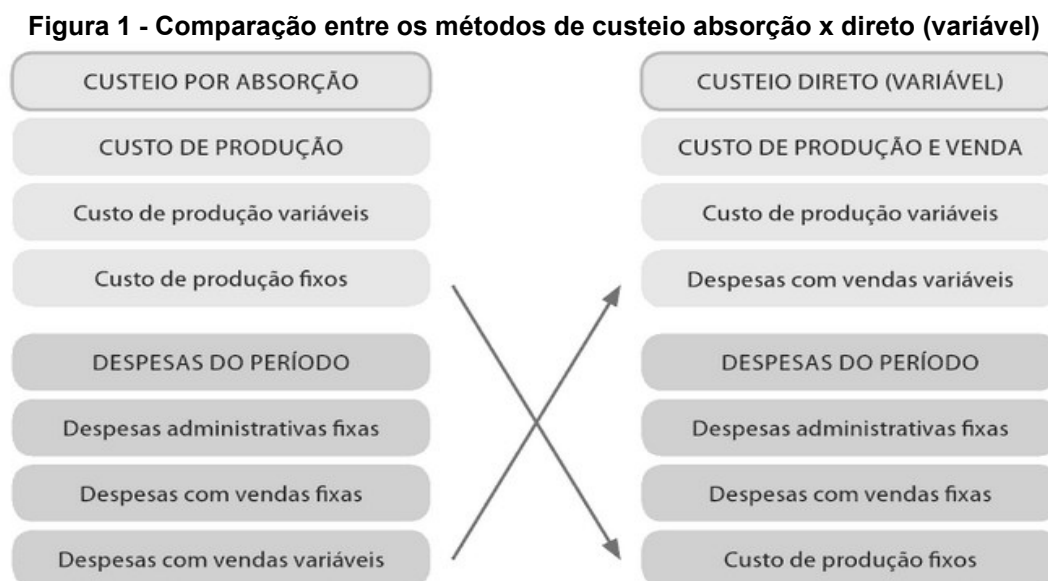
O método de custeio pleno, considera todos os tipos de custos e despesas, desde a produção até a venda do produto, obtendo assim a margem operacional (PORTO, 2014; PORTAL DE CONTABILIDADE, 2016). O método de custeio variável ou direto é mais usado por gestores, devido à necessidade de aplicar algumas ferramentas de gerenciamento. Nesse método somente são utilizados os custos envolvidos com a quantidade de volume produzido pela empresa. Dessa forma pode ser apurado qual é a margem de contribuição, considerando os custos variáveis e também a receita líquida de um tempo determinado (VIEIRA, 2008).

O método de custeio baseado em atividades (*Activity Based Costing – ABC*) consiste em fazer um mapeamento do processo produtivo, de maneira que cada custo possa ser atribuído. É um método mais científico, por isso possibilita o seu uso na tomada de decisão por parte dos gestores, que com essa metodologia podem encontrar mais rapidamente uma anomalia no processo produtivo, ou uma oportunidade de negócio, que possam auxiliar na redução dos custos (CARNEIRO et al., 2011; PINZAN, 2013).

O método ABC aplicado na agricultura pode auxiliar na identificação dos indicadores. Além dos custos que permitem a compreensão do processo produtivo, é importante saber quais são os recursos disponíveis para alinhar um planejamento e realizar uma análise de gestão de custos, com o que se pode calcular o ponto de

equilíbrio, a margem de segurança, o custo, volume e lucro da produção (MOREIRA; MELO; CARVALHO, 2016).

Na gestão de custos pode-se utilizar mais de um tipo de custeio desde que ocorra uma conciliação entre esses métodos. A utilização de dois métodos facilita a identificação dos gastos conforme pode ser observada na Figura 1 de Corbari e Macedo (2012).



Fonte: Corbari; Macedo (2012).

Conforme pode ser observado na Figura 1, o método de absorção separa os custos e as despesas, e o método direto classifica os gastos de duas formas, sendo em variáveis e fixos.

Quanto à classificação dos custos rurais de acordo com Callado et al., 2011 pode-se definir por sua adequação, seu referencial e seu enfoque.

- **Quanto à sua natureza:** o que foi utilizado na produção, alguns exemplos são:

- Materiais ou insumos: fertilizantes, sementes;
- Mão de obra direta: salários, encargos sociais, trabalhador de safra;
- Mão de obra indireta: engenheiro agrônomo;
- Manutenção de máquinas e equipamentos: gastos com peças e reparos;
- Depreciação de máquinas e equipamentos: taxa de depreciação por uso do maquinário;

- Combustíveis e lubrificantes: utilizado na produção.

- **Quanto à identificação com o produto:** pode estar relacionado com a maior ou a menor capacidade de mensurar os custos dos produtos, verificando quais matérias primas foram utilizadas, juntamente com o seu valor, para que seja possível fazer o rateio dos gastos. Exemplos:

- Custo Direto: possui um valor relevante e é identificado facilmente no produto final, como os quilos de sementes utilizadas.
- Custo Indireto: podem ser alocados por meio do uso de um rateio, como os produtos de higiene e limpeza utilizados.

- **Quanto à sua variação quantitativa:** são os custos que não são alterados e não sofrem variação com relação ao total produzido. Exemplos:

- **Custo Variável:** está relacionado diretamente com o total de volume produzido, como a mão de obra direta.
- **Custo Fixo:** independente do volume de produção o custo não será alterado, como a depreciação das máquinas agrícolas.

Independentemente do tipo de negócio, seja de agricultura familiar, patronal, empresarial ou industrial, é primordial saber o custo da sua produção assim, pode se ter um controle sobre o próprio negócio. Um bom sistema de custos auxilia o produtor rural a ter um bom planejamento a longo prazo (FRANCO et al., 2015).

Quando o agricultor familiar consegue ter um bom controle de custos, o processo da tomada de decisão se torna mais fácil, rápido e eficiente. Uma forma de se conseguir controlar os custos, é fazendo relatórios da situação e da movimentação financeira mensal. Também deve se sempre estar atento aos preços do valor de mercado, pois quando estes começam a oscilar, a rentabilidade e a lucratividade são afetadas diretamente (FRANCO et al., 2015).

Dessa forma, nota-se que no sistema contábil existem as terminologias para classificação dos tipos de custos, além de metodologias de custeio. Esses são sistemas que envolvem os custos e despesas de maneira discriminada a fim de obter dados precisos que auxiliam na tomada de decisão e ajudam a apurar algumas margens de contribuição, faturamento e receita líquida. No próximo tópico vai ser abordada a formação do preço de venda incluindo a obtenção do preço equilibrado e os tipos de políticas que podem ser utilizadas.



## 2.3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Uma empresa utiliza a formação do preço de venda para estabelecer o valor pelo qual irá vender os seus produtos aos seus clientes. O ideal é aplicar a formação do preço justo para o consumidor, mas de uma forma que o produtor tenha um lucro para sobreviver. O “preço justo é aquele que cobre os custos do serviço ou produto, proporciona lucro e paga os impostos” (LEÃO, 2008, p. 4).

Para se calcular o preço de venda de um produto, deve-se levar em conta todas as variáveis relacionadas aos custos e às despesas que estão envolvidas no processo de produção. Além de usar algum tipo de estratégia de marketing, que auxilie na escolha do tipo de preço que será praticado, se um preço for um pouco acima do valor de mercado, pode dar margens a negociações para descontos. Entretanto, um preço inferior pode resultar em prejuízos para o produtor. O ideal é praticar um preço justo, dessa forma há um equilíbrio na relação do produtor e o consumidor e ambos saem ganhando (BERACHA; SEILER, 2014).

A percepção do consumidor com relação ao preço de venda deve ser levada em conta, para a formação do preço final do produto, pois quando os preços são considerados abusivos há uma queda nas vendas desse produto, e quando o preço de venda é justo o produtor passa credibilidade e confiança para o consumidor. Há uma diferença entre os preços de venda praticados pelos mercados, mas geralmente é possível ter um preço de referência médio, para que o consumidor possa saber se o que está pagando é um valor promocional, justo ou abusivo (RICHARDS; LIAUKONYTE; STRELETSKAYA, 2016).

O preço acaba sendo um fator de resistência por parte dos consumidores que, devido ao seu alto valor, acabam preferindo comprar alimentos produzidos de maneira convencional, já que esses apresentam um valor bem mais baixo do que os alimentos orgânicos. Para alguns consumidores o custo elevado desses produtos está relacionado com a qualidade oferecida, mas para atrair os consumidores podem ser usadas estratégias de marketing que ajudem a promover os produtos, assim como a realização de ofertas e o estabelecimento de preços médios para essa categoria de produtos (MARIAN et al., 2014).

As escolhas da marca e da quantidade do produto também influenciam o consumidor na hora da compra, assim como sua cultura, sua expectativa com relação aos atributos dos produtos, mas principalmente o valor monetário. A oferta e a

demanda de produtos também estão relacionadas com a política de preços aplicada, que acaba sendo influenciada diretamente pelo comportamento do consumidor. Quando a procura por um tipo de produto aumenta, há uma probabilidade maior de esse produto sofrer acréscimo no seu valor, enquanto que os produtos cuja procura é baixa, para serem vendidos precisam acabar sendo vendidos a preços mais acessíveis (ZHANG; SEETHARAMAN; NARASIMHAN, 2012).

Para Leão (2008), um dos fatores responsáveis pelo pouco tempo de vida das empresas está relacionado, à formação de preços de produtos ou serviços, que é algo primordial para sobrevivência de uma empresa. O ideal é encontrar um equilíbrio entre o valor do preço ofertado que seja justo para o consumidor e ao mesmo tempo adequado para que uma empresa sobreviva, de forma que os custos possam ser cobertos. Dessa maneira, a Figura 2 apresenta a fórmula do preço de venda.

**Figura 2 - Fórmula para o preço de venda**

$$\text{Preço} = \text{Custo} + \text{Lucro} + \text{Impostos}$$

Fonte: Leão (2008).

Cada empresa tem um objetivo quando entra no mercado, e dependendo das estratégias adotadas direciona-se um tipo de política aplicado ao preço, que para Biagio (2013) pode ser para: receber um lucro alto em um curto prazo, uma penetração rápida de mercado com preços mais baixos e um retorno a longo prazo, ou para acompanhar os preços da concorrência. Essas políticas podem ser observadas no Quadro 1.

**Quadro 1 - Tipos de políticas de preços**

TIPOS DE POLÍTICAS	CARACTERÍSTICAS
<p><b>POLÍTICAS OPORTUNISTAS DE PREÇOS</b></p>	<p>Aumentar os preços acompanhando os concorrentes, e, assim, aumentar as margens de lucro e manter o equilíbrio do mercado. Aumentar o preço quando houve demanda apropriada.</p> <p>Reduzir o preço quando o concorrente não conseguir acompanhar, aumentando as vendas e ganhando na quantidade.</p> <p>Reduzir o preço em produtos ou mercados específicos, onde não se espera uma retaliação por parte da concorrência.</p>

**Quadro 1 - Tipos de políticas de preços**

<b>TIPOS DE POLÍTICAS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>POLÍTICAS PREDATÓRIAS DE PREÇOS</b>	<p>Reduzir temporariamente os preços para eliminar um ou mais concorrentes.</p> <p>Reduzir temporariamente os preços para aumentar a participação no mercado.</p> <p>Fazer reduções punitivas ou “educativas”, para forçar a concorrência a recuar ou aceitar um acordo de convivência pacífica.</p>
<b>POLÍTICAS CONTIGENCIAIS DE PREÇOS</b>	<p>Desnatamento: fixar o preço para os clientes que possuem maior poder aquisitivo, obtendo altos lucros, para, depois saturar o segmento alvo, diminuir os preços para atingir os demais segmentos do mercado.</p> <p>Recuperar o caixa: liquidar para girar estoques e obter capital. Manter o preço baixo em um item acessível para atrair o cliente e vender outros itens.</p> <p>Utilizar os preços baixos para entrar em um novo mercado ou para lançar produtos.</p>

Fonte: Biagio (2013).

De acordo com o Quadro 1 pode se observar que, dependendo do objetivo da empresa, a política adotada deve ser diferente com base no retorno dos lucros sendo a curto ou em longo prazo.

O Quadro 2 demonstra a relação do valor do preço de venda com a estratégia utilizada, que, conforme Biagio (2013), para a formulação do valor do preço de venda de um produto, uma empresa pode usar algumas estratégias de mercado, como por exemplo quando se está vendendo um produto exclusivo, geralmente o preço de venda é alto, pois não deve ter muitos concorrentes no mercado com o mesmo produto.

**Quadro 2 - Valor do preço de venda x estratégia do preço de venda**

<b>VALOR DO PREÇO DE VENDA</b>	<b>ESPECIFICAÇÕES DO MERCADO OU DO PRODUTO</b>
<b>ALTO</b>	Quase nenhuma concorrência
	Excelência conquistadas e novas tecnologias
	Exclusividades – autorizadas / credenciadas
	Clientes com maior poder aquisitivo e exigência de mais qualidade

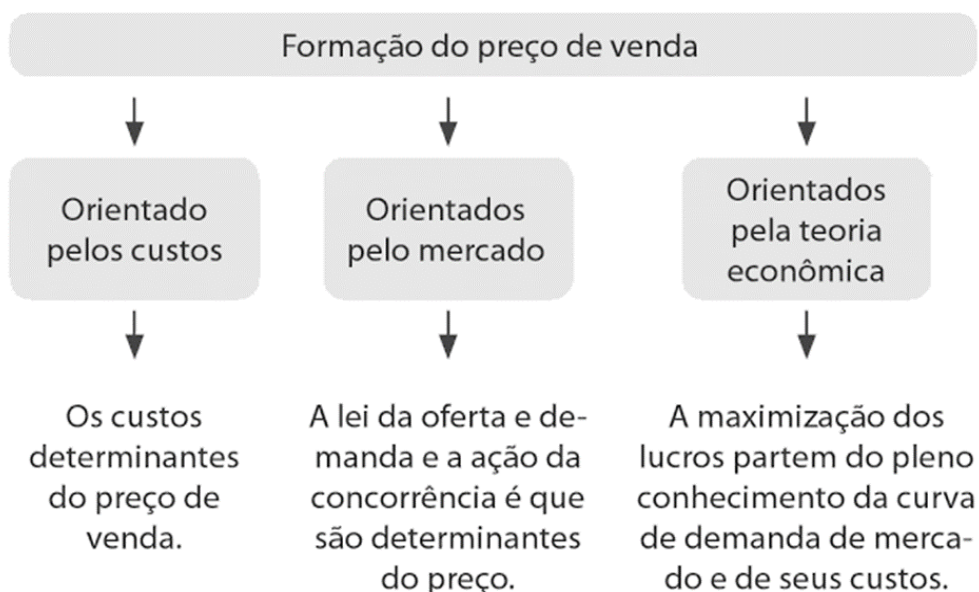
**Quadro 2 - Valor do preço de venda x estratégia do preço de venda**

VALOR DO PREÇO DE VENDA	ESPECIFICAÇÕES DO MERCADO OU DO PRODUTO
<b>MÉDIO</b>	Alguma concorrência direta / Clientes com bom poder aquisitivo
	Várias opções de orçamento e exigência relativa de qualidade
<b>BAIXO</b>	Muita concorrência direta
	Pouca importância para a excelência da empresa
	Clientes com menor poder aquisitivo e menor exigência de qualidade

Fonte: Biagio (2013).

Quando o preço de venda é estabelecido, deve-se redobrar a atenção, pois preços muito baixos podem gerar prejuízos, assim como uma demanda alta não suprida fará com que os consumidores procurem os concorrentes. O ideal é sempre ter um preço equilibrado, que cubra o caixa e proporcione um lucro à empresa.

O preço de venda pode ser elaborado de acordo com três modelos de gestão para Corbari e Macedo (2012) conforme pode ser observado na Figura 3:

**Figura 3 - Modelos de Formação do preço de venda**

Fonte: Corbari; Macedo (2012).

Cada um desses modelos tem um foco específico, que vai variar de acordo com os objetivos principais demonstrados pelo empresário ou agricultor. O importante é realizar um processo de gestão correto em todo sistema produtivo, para que se possa ter um bom controle dos custos e conseguir no final obter o preço de venda adequado.

A formação do preço de venda sempre vai estar atrelada à gestão de custos, pois as informações estão relacionadas com todo sistema produtivo e a tomada de decisão impacta diretamente na empresa. Desta forma, faz-se necessária uma boa gestão para que os objetivos sejam alcançados (MACHADO; SOUZA, 2006).

A gestão de custos necessita de todo um planejamento e controle para que possa ser efetiva em uma empresa. Para auxiliar nesse processo podem ser usados sistemas contábeis, relatórios, estratégias, políticas, entre outros métodos, para que a tomada de decisão seja eficiente e assim a formação do preço de venda seja feita de maneira adequada, podendo se obter pelo menos o preço justo. A próximo item vai abordar sobre a importância da produção agrícola no país, os programas governamentais de incentivo para os agricultores, entre outros.

## 2.4 PRODUÇÃO AGRÍCOLA

O agronegócio tem uma grande importância para a economia do país, gerando empregos e renda para muitas famílias. No Brasil existem dois modelos de produção agrícola: agricultura familiar e a agricultura patronal (MOREIRA; BRUNO, 2014).

A agricultura familiar envolve o trabalho com a gestão, em que as decisões são tomadas pelo agricultor em conjunto com a família, trabalham para complementar a renda, variam a sua produção e priorizam a qualidade de vida. Por outro lado, a agricultura patronal possui características diferentes da agricultura familiar, pois mantém uma organização mais centralizada e especializada, padronizando suas práticas, tem funcionários assalariados e a gestão é feita a parte do trabalho dos funcionários (BRASIL, 2006).

A modernização na agricultura, aconteceu pela inserção da tecnologia no campo, que acabou modificando as relações de trabalho, beneficiando o agronegócio, com a inserção de técnicas, máquinas e insumos que vieram junto com a Revolução Verde, que acabou causando um desequilíbrio no meio ambiente. Ao mesmo tempo, a agricultura familiar passou por essa mudança tecnológica, e as famílias tiveram que otimizar a sua produção com seus recursos possíveis para continuar no mercado do agronegócio (SANTOS et al., 2014).

Com o aumento gradativo do consumo de produtos orgânicos e naturais, e consequentemente, o aumento dos seus volumes de produção e até mesmo importação, este notoriamente, se tornou um mercado em ascensão. De acordo com a Organics Brasil o setor movimentou aproximadamente R\$350 bilhões pelo mundo e cerca de R\$2,5 bilhões no Brasil, com previsão de crescimento de 30% nas vendas no setor em 2016 (ORGANICSNET, 2016).

De acordo com a Secretária de Estado de Produção e Agricultura Familiar – SEPAF, a produção de orgânicos já está difundida por todo país, tornando estes produtos mais acessíveis aos consumidores, até mesmo em cidades do interior e na merenda escolar também podem ser encontrados esses produtos (SEPAF, 2016).

Embora seja um setor promissor, ainda existem dificuldades que precisam ser sanadas para melhorar sua eficiência, como: capacitação dos produtores; a dificuldade em encontrar insumos; principalmente devido ao preço de venda que acaba sendo mais elevado e; desmistificação dos elementos envolvidos na formação do custo do produto final (SEPAF, 2016).

Uma política pública criada pelo governo federal com o intuito de incentivar os agricultores e produtores rurais a se adequarem e regularizarem a sua situação como empresas formais, seja em forma de cooperativas e ou associações, foi à criação do Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE e o Programa de Aquisição de Alimentos - PAA (EMATER, 2016; SCHNEIDER et al., 2015).

Para que um produtor rural possa ser fornecedor desses programas de incentivo público é preciso também estar filiado ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, que tem a função de fazer com que as famílias consigam obter uma renda própria com o trabalho familiar, por meio da prestação de serviços do tipo rural agropecuário, podendo ser feito em áreas rurais ou na comunidade ao redor (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2016).

Por meio do PNAE, os agricultores fornecem alimentos e produtos caseiros fabricados por suas famílias para a merenda escolar das escolas públicas do país. Dessa forma os alunos recebem um alimento nutritivo e os agricultores, têm uma fonte de rendimento alternativa. O PAA tem por finalidade adquirir produtos provenientes da agricultura familiar e pagar um preço justo aos produtores, destinando esses alimentos para fazer doações a pessoas extremamente carentes, a entidades sociais, a programas do governo, entre outros fins (EMATER, 2016; MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, 2016).

A compra de alimentos para o PNAE e o PAA é uma forma de suprir uma demanda nutricional da população. Assim o governo incentiva a produção da agricultura familiar, a evolução social e o fluxo da economia (PERON, CATAPAN, NASCIMENTO, 2017).

Na agricultura familiar a mão de obra predominante é familiar, e geralmente há uma combinação de atividades na propriedade sendo criação de animais, plantação de frutas e olerícolas, e produção de outros produtos como pães, doces e geleias (COSTA et al., 2014). As hortaliças incluem as verduras e os legumes, mas esta classe de produtos também pode ser chamada de olerícolas, que de uma forma mais abrangente envolve as partes comestíveis de uma planta como: as raízes, os caules, os tubérculos, as flores, as folhas, os frutos e as sementes (SILVA; SILVA, 2011).

Desde sempre a agricultura familiar preconizou a produção de alimentos para subsistência da família e a venda dos produtos excedentes para ter renda e comprar o que fosse necessário. Antigamente a agricultura familiar era vista como subdesenvolvida, dado que os agricultores não poderiam gerenciar as propriedades. O fortalecimento da agricultura familiar aconteceu no começo dos anos 90 com o movimento de luta pelos direitos sociais (PERON, CATAPAN, NASCIMENTO, 2017).

Na agricultura familiar a tradição e a cultura são valores importantes passados para a família que ressaltam a importância do desenvolvimento do empreendimento familiar. A organização do núcleo familiar no empreendimento contribui para o desenvolvimento do negócio, aliada ao planejamento e a uma boa gestão. As famílias da nova geração têm uma quantidade menor de filhos, o que acaba afetando a sucessão do empreendimento, além de que somente a mão de obra familiar acaba não sendo suficiente para realizar todo o serviço da produção, havendo a necessidade de contratar funcionários, que muitas vezes são parentes ou vizinhos o que acaba fortalecendo os laços afetivos (FINATTO, SALAMONI, 2008).

Na agricultura os produtores estão expostos às mudanças climáticas, que acabam interferindo diretamente no plantio de alimentos, impactando diretamente a parte econômica e social dos agricultores, proporcionando incertezas sobre o futuro, seja por períodos de seca ou chuvas constantes, a perecibilidade dos alimentos, perdas de produção e instabilidade nos preços. Assim o agricultor deve procurar alternativas como a diversificação da sua produção, desenvolvimento de produtos

industrializados para ter uma forma de ter produtos independentemente do clima (ANDRADE; SOUZA; SILVA, 2013; MOREIRA; MELO; CARVALHO, 2016).

No empreendimento agrícola familiar, muitas vezes o produtor acaba não separando os gastos pessoais da família e do seu negócio, e nem acaba retirando o seu salário. Por mais que haja um vínculo afetivo na família é importante separar a parte financeira correspondente ao empreendimento para evitar prejuízos (CHEMIN; AHLERT, 2010).

A agricultura é um setor que tem extrema importância para economia do país, pois contribui para produção de alimentos, proporciona empregos e renda para muitas famílias. Com o passar dos anos a modernização de equipamentos e a inserção das tecnologias contribuíram para o desenvolvimento desse setor, principalmente com a produção de alimentos orgânicos, um nicho de mercado que tem tido um crescimento anual.

## 2.5 PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS

No Brasil, com a criação da Lei n.º. 10.831/2003, a agricultura orgânica passou a ser regulamentada, mas as diretrizes só foram estabelecidas com o Decreto n.º. 6.323/2007, que definiu as regras para obtenção da certificação e como seriam fiscalizados os produtos orgânicos. O Artigo 1.º da Lei da Agricultura Orgânica n.º. 10.831/2003 define:

Art. 1.º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possíveis métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente (BRASIL, 2003, p. 1).

Os alimentos orgânicos são alvos constantes de dúvidas por parte dos consumidores, pois não há como saber se realmente estes alimentos foram produzidos de maneira orgânica ou convencional. A certificação no rótulo do alimento



é uma maneira de aumentar a credibilidade e a confiabilidade do consumidor com relação ao produtor (JANSSEN; HAMM, 2012).

A maioria das pessoas vem se preocupando mais com a sua qualidade de vida, principalmente com o consumo de alimentos saudáveis, isso inclui diretamente o consumo de alimentos orgânicos (HSU; CHEN, 2014). A população está se conscientizando de que consumir alimentos orgânicos, além de trazer benefícios à saúde, também faz bem para o meio ambiente, pois são produzidos de maneira ética, não provocam impactos ambientais e com o uso dos recursos renováveis faz com que ocorra uma conservação mais adequada do meio ambiente para as próximas gerações (LEE; YUN, 2015).

Entretanto, algumas pessoas acabam não comprando esse tipo de alimento devido ao seu preço, embora busquem um estilo de vida mais saudável, acabam sendo motivadas a comprar produtos que estejam na promoção, sem se importar com os malefícios ou benefícios para a saúde (HSU; CHEN, 2014).

Cada país determina regras, leis, normativas e ou decretos para que os produtores que desejam produzir alimentos e ou produtos orgânicos, possam se adequar às normas e obter as certificações desejadas, aumentando a credibilidade na sua propriedade e em seus produtos. Como por exemplo os produtores norte-americanos, que acabam utilizando práticas orgânicas na produção, mas não têm interesse em se certificar devido ao custo que isso implicaria. Pois a margem de lucro, já é obtida de qualquer forma e os produtores já têm os seus consumidores fixos, o que acaba não influenciando na decisão de se certificar (VELDSTRA; ALEXANDER; MARSHALL, 2014).

Também existem consumidores que têm o costume de ir até as propriedades para comprar os produtos orgânicos, e que acabam tendo uma maior confiança no produtor que, mesmo não sendo certificados, já conhecem o sistema produtivo e como funciona a produção na propriedade, são clientes que adquirem alimentos de qualidade, frescos, com a confiança de saber sua origem (VELDSTRA; ALEXANDER; MARSHALL, 2014).

O sistema produtivo envolve muitas crenças, motivações acerca de que tipo de produção utilizar, convencional, transgênica, orgânica. Os custos acabam influenciando de maneira significativa na escolha do tipo de produção, o que muitas vezes acaba em decisões equivocadas por falta de planejamento. Para saber os custos reais que cada tipo de produção acarretaria e por quanto o produto, deveria

ser vendido para que o agricultor, tenha uma margem de lucro após pagar todas as suas despesas envolvidas com a produção (VELDSTRA; ALEXANDER; MARSHALL, 2014).

A preocupação com o meio ambiente e a cultura do produtor acabam influenciando na escolha de produzir produtos orgânicos. O que ocorre com frequência é os agricultores familiares possuírem em seu negócio uma forma de subsistência, e não um meio pelo qual pretendem ficar ricos, buscando apenas sobreviver da venda dos seus produtos. Com a venda direta aos consumidores finais, tal como é realizado nas feiras, o produtor faz seu marketing direto, fazendo com que seus clientes façam a sua propaganda dos produtos para seus familiares e conhecidos (STEFANO, 2013, FINATTO, SALAMONI, 2008).

Na agricultura familiar há três tipos de grupos de introdução no mercado, os estagnados, os intermediários e os dinâmicos. Vários fatores interferem nessa divisão de grupos como a localização e o tipo de produção, mas o governo precisa ajudar a fortalecer o desenvolvimento da agricultura familiar com a criação de políticas públicas (COSTA et al., 2014).

O grupo da estagnação significa que o mercado não está crescendo, mais o agricultor pode aproveitar essa fase como uma oportunidades para evoluir o empreendimento familiar, melhorando as suas limitações e tentando inovar. No grupo intermediário há um atravessador que compra os produtos diretos do agricultor e os revende seja para um supermercado ou para outros canais de comercialização, mais com valores diferenciados. Enquanto que no grupo dinâmico, a competitividade se destaca, fazendo com os agricultores familiares busquem formas de se destacar além de suprir as necessidades dos seus clientes, como a inserção de novos produtos no mercado (ARAÚJO; SILVA, 2014; SCHNEIDER, 2003).

A produção de alimentos orgânicos precisa seguir as leis, normas e diretrizes, estabelecidas por cada país para que os produtos tenham um padrão de qualidade e também forneçam uma segurança para o consumidor. A produção de orgânicos não agride o meio ambiente, não prejudica a saúde do produtor pois não há utilização de substâncias químicas no processo.

## 2.6 CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTORES DE ORGÂNICOS

De acordo com o Ministério de Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA (2017), a regularização dos produtores pode ser feita de duas formas, por meio de um Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica – OAC, credenciado ao MAPA, ou o agricultor pode se cadastrar diretamente no MAPA, formando um grupo, com o que dessa forma apenas podem ser feitas vendas diretas.

A Associação de Certificação Instituto Biodinâmico – IBD, é considerada a maior empresa certificadora da América Latina, e seu certificado é aceito mundialmente devido aos seus credenciamentos nos mercados internacionais, europeu (*ISO Guide 65* regulamento CE 834/2007) e norte americano - Estados Unidos (USDA/NOP), *International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM*, *Demeter International*, mercado brasileiro INMETRO/MAPA (IBD, 2016).

O IBD realiza seus trabalhos por todos os estados do Brasil, também atua em mais de 20 países como, Estados Unidos, Nova Zelândia, Alemanha, Paraguai, Colômbia, México, Argentina, China, Holanda, Equador, Índia e Tailândia. O objetivo é desenvolver uma produção sustentável além de um comércio mais justo. Os alimentos mais exportados são: soja, cacau, castanha de caju, frutas tropicais, carne, café, cogumelo, guaraná, palmito, açúcar, citrus e óleos (IBD, 2016).

A certificação de produtos orgânicos é uma maneira de aplicar um sistema de qualidade, podendo dispor garantias e benefícios aos consumidores. Para a implementação de um sistema de qualidade deve ser feito um planejamento de forma estruturada, que envolva todas as etapas do processo produtivo, a fim de cumprir todas as normas estabelecidas no processo de certificação. A falta de treinamentos e incentivos por parte do governo acarreta limitações para os produtores rurais (TSELEMPIS et al., 2015).

A certificação de um produtor orgânico implica em custos, o que acaba provocando uma retração em adquirir os selos de certificação para os produtos. Entretanto, em alguns países como os da União Europeia e nos Estados Unidos os produtos que são comercializados como orgânicos devem ser identificados na embalagem por selos de órgãos certificadores, pois sem cumprir esta exigência esses produtos não podem ser vendidos (AURIOL; SCHILIZZI, 2015).

Mesmo com todo o processo de certificação, ainda existem dúvidas se realmente durante o processo produtivo todas as normas são seguidas à risca, pois

há pessoas que comercializam produtos convencionais, como se fossem orgânicos. A produção de alimentos tem todo um custo envolvido, que inicialmente pode ser alto, embora seja um investimento que se paga com o decorrer do tempo, pois o produtor está investindo em um comércio que será sua fonte de renda, principalmente no caso dos produtos orgânicos certificados e vendidos de maneira justa (AURIOL; SCHILIZZI, 2015).

O produtor que tem um certificado pode usar um selo oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – SisOrg, apresentado na Figura 4, desenvolvido pelo MAPA, para auxiliar no processo de identificação e controle da produção nacional dos orgânicos (SCALCO; SERVI, 2014).

**Figura 4 - Selo SisOrg**



Fonte: MAPA (2009).

Conforme pode ser observado na Figura 4 o selo pode ser usado preto e branco ou na forma colorida, em que a folha tenha um tom verde. As certificadoras regulamentadas junto ao MAPA no Brasil podem ser observadas no Quadro 3:

**Quadro 3 – Certificadoras**

<b>CERTIFICAÇÃO POR AUDITÓRIA</b>
Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR
Agricontrol OIA Ltda.
Cugnier Certificadora
Ecocert Brasil Certificadora Ltda.
IBD Certificações Ltda.
IMO Control do Brasil Ltda.
Instituto Chão Vivo de Avaliação da Conformidade
Instituto Mineiro de Agropecuária
Instituto Nacional de Tecnologia
Kiwa Bcs Öko-Garantie do Brasil Ltda.

**Quadro 3 – Certificadoras**

<b>CERTIFICAÇÃO POR SISTEMA PARTICIPATIVO</b>
Associação Ecovida de Certificação Participativa
OPAC – Cerrado / Sindicato dos Produtores Orgânicos do DF SINDIORGÂNICOS/DF
Associação Agroecológica de Certificação Participativa dos Inhamuns/Crateús – ACEPI
Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro – ABIO
Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região - ANC
Associação Brasileira de Agricultura Biodinâmica - ABD
Associação dos Produtores Agroecológicos do Semiárido Piauiense – APASPI
Associação de Certificação Participativa Agroecológica - ACEPA
Associação de Produtores Orgânicos do Mato Grosso do Sul – APOMS
Associação dos Agricultores e Agricultoras Agroecológicos do Araripe – ECOARARIPE
Central de Associações de Produtores Orgânicos Sul de Minas - Orgânicos Sul de Minas
Associação OPAC Litoral Norte
Associação de Certificação Orgânica Participativa do Sertão do Apodi – ACOPASA
Centro de Desenvolvimento Agroecológico do Cerrado - CEDAC
Cooperativa Central dos Assentamentos do Rio Grande do Sul Ltda. – COCEARGS
Associação Terra Indígena do Xingu – ATIX
Associação Brota Cerrado Serra da Canastra de Certificação Participativa
Associação Dos Produtores Da Rede Agroecológica Metropolitana – RAMA
Associação de Agricultura Biodinâmica do Sul - ABD-Sul
Rede Borborema de Agroecologia
Orgânicos Jequitinhonha - Associação Dos Agricultores Familiares Feirantes De Turmalina

Fonte: MAPA (2017).

As empresas certificadoras devem possuir um credenciamento junto ao MAPA ou ao Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, para efetuar o processo da certificação dos produtos, de maneira segura e dentro da lei. Na embalagem do produto pode ser colado ou impresso o selo SisOrg para assegurar que o consumidor está adquirindo um produto orgânico certificado (NASCIMENTO et al., 2012).

A certificação pode ser obtida diretamente no MAPA ou em uma empresa credenciada no MAPA, a diferença é que o credenciamento em uma empresa como o IBD possibilita ao agricultor familiar utilizar uma maior variedade de canais de comercialização para escoar seus produtos, enquanto que a certificação obtida no MAPA possibilita o agricultor vender apenas para o consumidor final.

## 2.7 VANTAGENS E LIMITAÇÕES DA PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS

A produção de orgânicos é uma forma de produção alternativa ao modelo convencional. O comércio desses produtos está aumentando no mundo, principalmente na Europa, onde esse tipo de produção é bem difundido por institutos que pesquisam e desenvolvem produtos industrializados (SCHULTZ; SOUZA; JANDREY, 2017).

O relacionamento no núcleo familiar acaba se fortalecendo, principalmente as tradições, pois geralmente nas pequenas propriedades a mão de obra empregada para a produção acaba sendo a da família para diminuir os custos (SCHULTZ; SOUZA; JANDREY, 2017).

Para que o produtor consiga obter uma certificação pelo IBD, todos os requisitos e normas devem ser preenchidos, como por exemplo, realizar a desintoxicação do solo por um período que varia entre um ano até três anos, quando na área de produção havia uso da agricultura convencional, também não podem ser utilizados nenhum tipo de agrotóxico e adubos químicos. Alguns dos seguimentos atendidos pelo IBD são: a produção agrícola, o processamento de alimentos, a pecuária de corte e leite, a produção de insumos, entre outros (IBD, 2016).

Os custos envolvidos com a troca do tipo de produção convencional para a produção orgânica é um fator que dificulta para que os agricultores familiares consigam mudar o seu sistema produtivo. Durante o processo de certificação, os custos são mais altos para se conseguir padronizar os processos, mas essa é uma etapa importante, pois no decorrer de toda cadeia produtiva, os custos acabam sendo reduzidos para os produtores. Isso faz com que haja uma motivação a se inserir nesse nicho de mercado, pois com o valor de mercado desses produtos os investimentos se pagam ao longo do tempo (CÉSAR; BATALHA; PIMENTA, 2008).

O processo de certificação de produtos orgânicos envolve diversos custos como: pagar um valor correspondente à taxa cobrada para se filiar ao órgão certificador, além de arcar com todos os custos de análises do solo e ainda pagar o responsável que irá inspecionar a propriedade, incluindo as suas despesas durante esse processo de inspeção e vistoria, sem contar o investimento feito para se adequar ao sistema orgânico produtivo (CÉSAR; BATALHA; PIMENTA, 2008).

A alguns entraves para o agricultor como o pouco conhecimento científico, devido à baixa escolaridade, a dificuldade financeira para investir na tecnologia para

o plantio, a limitação quanto aos equipamentos, a mão de obra e as pesquisas por parte do governo que precisam de mais investimentos (PADUA, 2014).

Os orgânicos são uma maneira alternativa de produção de alimentos, que tem ganhado um espaço maior nos supermercados, o que pode ser visto com o aumento nas vendas desses produtos, que mesmo tendo algumas limitações no processo de produção, se mostra um setor promissor a ser explorado pelos agricultores familiares.

## 2.8 ASSOCIATIVISMO

O intuito de uma associação ser formada é unir pessoas com objetivos comuns, podendo ser de modo formal ou informal para obter algum benefício, ou objetivo comum. No meio rural predominam-se acordos informais para formar uma associação que fortaleça o poder dos agricultores de forma estratégica, aumentando o seu poder de negociação. O associativismo pode ser definido como uma “união de interesses comuns, através da qual a sociedade se organiza visando a ajuda mútua para resolver diversos problemas relacionados ao seu dia a dia” (GEHLEN; MOCELIN, 2009, p. 42).

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF apoia a formação de associação de produtores rurais, subsidiando empréstimos em bancos. Também há projetos de pesquisa e de extensão em parcerias com faculdades, que estimulam o desenvolvimento dos empreendimentos agrícolas. Quando a associação trabalha em prol dos agricultores há muitas vantagens como redução de custos, aumento na produção, obtenção de descontos para compra de insumos, troca de conhecimento, facilidade na comercialização, auxílio na resolução de problemas, fortalecimento econômico e social, entre outros (KUNZLER; BULGACOV, 2011).

O associativismo promove benefícios técnicos e sociais, para melhorar as condições de vida dos agricultores. Possui um ambiente flexível e democrático em que todos têm o mesmo nível de importância para discutir e opinar sobre os assuntos. Algumas barreiras podem surgir nas associações quando o grupo não trabalha unido, não há benefícios e nem redução de custos por exemplo (SANGALLI et al., 2015).

Os agricultores podem, além de formar uma associação, se unir a uma cooperativa ou a um sindicato. Uma cooperativa tem como objetivo auxiliar o crescimento econômico, principalmente dos pequenos produtores. Nessa modalidade o produtor pode ser representado coletivamente, quando há entrega de vários produtos ou pode ser autônomo, quando há entrega de apenas um produto na cooperativa. Enquanto que no sindicato rural há um patronal e outro para os trabalhadores rurais (GEHLEN; MOCELIN, 2009).

Uma associação tem um papel fundamental para auxiliar o crescimento de um empreendimento familiar, deve ter um responsável que procure formas de beneficiar os associados e fazer com que ocorra um trabalho em grupo, com sinergia e troca de informações, verificando as mudanças necessárias e executando ações de melhoria contínua.

## 2.9 CUSTOS ENVOLVIDOS NA PRODUÇÃO ORGÂNICA

Independente do tipo de negócio, seja de agricultura familiar, patronal, empresarial ou industrial, necessita-se saber qual é o custo da sua produção, para se poder ter um controle sobre o seu próprio negócio. Para auxiliar nesse processo o produtor rural necessita de um sistema de custos que seja confiável, para que possa ser feito um planejamento a longo prazo (FRANCO et al., 2015).

Quando o produtor tem um controle sobre tudo, até as decisões acabam se tornando mais fáceis de serem tomadas de maneira mais objetiva e eficiente. Uma maneira de se obter o controle é fazer relatórios da situação e da movimentação financeira mensal. Quando os preços do valor de mercado começam a oscilar, a rentabilidade e a lucratividade são afetadas diretamente (FRANCO et al., 2015).

Uma alternativa para reduzir os custos de produção é formar associações de produtores, para que se consiga comprar os insumos com um preço diferenciado, conseguindo um desconto por comprar uma maior quantidade de insumos em cada compra realizada (AURIOL; SCHILIZZI, 2015).

O aumento no consumo de alimentos orgânicos deve-se à sensação de bem estar, de estar adquirindo mais que um alimento, uma qualidade de vida e de estar produzindo um alimento mais fresco e saboroso, de maneira que contribui com a



proteção do meio ambiente. Geralmente os produtos orgânicos são produzidos e vendidos na própria cidade, o que acaba contribuindo para a economia local, pois quando uma venda é feita, uma renda está sendo gerada para uma família (AERTSENS et al., 2009).

O mercado de produtos orgânicos tem se desenvolvido rapidamente em países da Europa, como Grécia e Alemanha, onde o supermercado tem investido em práticas de marketing para auxiliar na prospecção desse nicho de mercado. Fazendo com que os canais de distribuição e de vendas aumentassem até mesmo realizando exportação e importação desses produtos, fazendo com que a demanda aumentasse e os custos com a distribuição reduzissem, assim o preço de venda fica mais atrativo (AERTSENS et al., 2009).

Segundo Wang, Zhu e Chu (2017), a produção de orgânicos possui um custo mais elevado para os produtores do que o sistema convencional, por requerer um cuidado diferenciado. Os insumos permitidos também possuem preço elevado. Embora os custos de produção sejam mais altos, o retorno acaba sendo menor se comparado ao sistema convencional, devido à falta de uma gestão de custos adequada na propriedade que auxilie na formação do preço de venda ideal.

De acordo com Medeiros et al., (2012), os agricultores devem considerar os custos com: sementes, mudas, adubos, fertilizantes, mão de obra, energia elétrica, água, combustível, serviços prestados, encargos sociais, depreciação de equipamentos, entre outros. No país a atividade agrícola acaba sendo administrada de maneira deficiente, visto que nem todos os custos são considerados, principalmente por falta de conhecimento na área dos custos. O agricultor deve saber quanto produz e se consegue vender toda a sua produção, para apurar se teve lucro ou prejuízo, assim como uma empresa. O terceiro capítulo apresenta a metodologia da pesquisa utilizada neste trabalho para a classificação da pesquisa, a seleção da amostra e as etapas da pesquisa.

### 3 METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentado como foi realizada a metodologia do trabalho, qual o instrumento foi utilizado para a coleta dos dados e quais métodos vão ser utilizados para as análises dos resultados.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA E SELEÇÃO DA AMOSTRA

Do ponto de vista do objeto a pesquisa é de campo. Define-se, pois além de ser feita a pesquisa bibliográfica sobre a gestão de custos e agricultura familiar, foi realizada uma parte prática para ser feita a coleta dos dados em campo nos agricultores familiares. A pesquisa de campo consiste em verificar como um evento acontece realmente e as informações a respeito podem ser coletadas por meio de questionários, entrevistas, depoimentos ou outras formas. O pesquisador deve ir a campo, para coletar as informações, onde o evento ocorre (LOPES, 2006).

Do ponto de vista da sua natureza a pesquisa é aplicada. Isso explica-se por meio desse estudo pretende-se mostrar aos agricultores familiares participantes da pesquisa, que é possível usar uma gestão de custos, mesmo em pequenas propriedades. Uma pesquisa, do tipo aplicada, consiste em fazer uma exploração acerca de um assunto, que ao decorrer da pesquisa fica mais rico. Tende a ser aplicado em realidades circunstanciais, geralmente esse tipo de pesquisa é utilizado por economistas e pesquisadores sociais (MINAYO; DESLANDES; GOMES, 2007).

Do ponto de vista da forma de abordagem do problema a pesquisa é qualitativa e quantitativa. Classifica-se dessa forma, pois na parte prática será preciso aplicar um questionário com questões abertas e fechadas e para tabulação dessas respostas será feita uma análise estatística. Uma pesquisa qualitativa possibilita, que o pesquisador levante informações subjetivamente e as analise de maneira qualitativa e indutiva. Enquanto que uma pesquisa quantitativa tem por finalidade determinar uma variável, convertendo os dados em gráficos, quadros, tabelas ou figuras (FRÖHLICH; DORNELES, 2011).

Do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa será exploratória. Porque haverá verificação em campo das hipóteses propostas. Por meio de uma pesquisa exploratória, pode-se conseguir mais informações com relação a um tema que será

abordado, possibilitando fazer a delimitação dos objetivos e das hipóteses para a pesquisa (MINAYO; DESLANDES; GOMES, 2007).

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, a pesquisa é de levantamento (*survey*), tendo em vista que será realizada a aplicação de um questionário diretamente para os agricultores familiares. A pesquisa com uso do levantamento consiste em obter informações sobre certa amostra, podendo ser identificadas características, opiniões dessa amostra, a partir da aplicação de um questionário (MIGUEL et al., 2012).

A população abordada nesta pesquisa foram os agricultores familiares produtores de orgânicos da cidade de Ponta Grossa. A amostra foi uma associação de agricultura ecológica e familiar, composta por sete propriedades produtoras de orgânicos com certificação por auditoria, emitida pelo IBD certificações, na cidade de Ponta Grossa. A amostra escolhida é do tipo não probabilístico, e foi escolhida por conveniência devido ao fato dos agricultores residirem na cidade de Ponta Grossa, o que acaba facilitando o deslocamento e reduzindo os custos que seriam gastos caso o estudo fosse realizado fora da cidade.

A cidade de Ponta Grossa tem como municípios limítrofes na região norte: Carambeí e Castro; região sul: Palmeira e Teixeira Soares; região leste: Campo Largo; e na região oeste: Tibagi e Ipiranga. A cidade ainda é dividida nos seguintes distritos: Guaragi, Itaiacoca, Periquitos e Uvaia. O clima da cidade é Sub-tropical Úmido Mesotérmico, a ainda os rios Pitanguí, Tibagi e Verde, além do arroio da Chapadá, e de algumas bacias hidrográficas como: Botuquara, Cará-Cará, Olarias, Rio da Morte, entre outras. As principais atividades econômicas são: a Indústria, o comércio, a pecuária e a agricultura, sendo que o turismo ainda está em desenvolvimento (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2017).

De acordo com o IBGE (2017) a população de Ponta Grossa é estimada em 341.130 habitantes, e a cidade possui uma área territorial de 2.054,732 Km<sup>2</sup>

**Figura 5 - Mapa de Ponta Grossa**

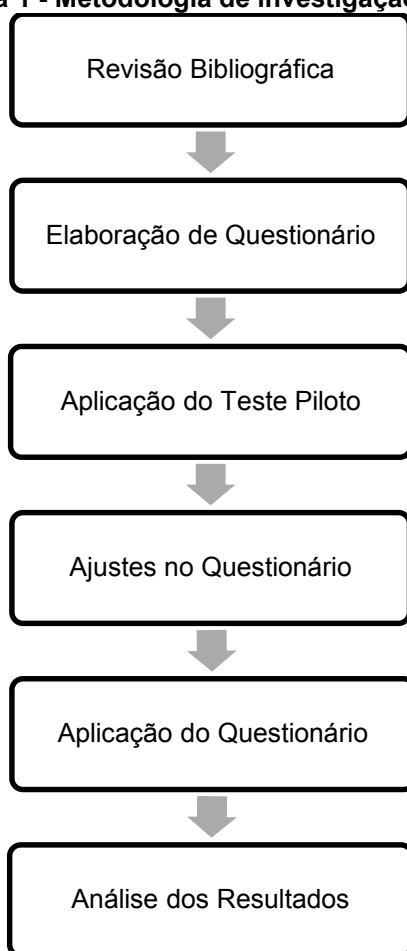
Fonte: IBGE (2017).

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, a cidade de Ponta Grossa tem quarenta agricultores no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, que receberam a certificação ou por auditoria, pelo IBD Certificações LTDA, ou por Sistema Participativo de Garantia, pela Associação Ecovida de Certificação Participativa – Rede Ecovida e pelo Instituto de Tecnologia do Paraná (BRASIL, 2017).

Para a realização desta pesquisa foi selecionada uma associação de agricultura ecológica familiar, certificada por auditoria pelo IBD, conforme determinado pelo MAPA.

### 3.2 ETAPAS DA PESQUISA

Para ilustrar as etapas da pesquisa, foi elaborada uma metodologia de investigação que pode ser observada no Fluxograma 1 e explicada logo em seguida como foi realizada cada etapa desta pesquisa.

**Fluxograma 1 - Metodologia de investigação adotada**

Fonte: Autoria própria (2016).

Para elaborar a revisão bibliográfica foi realizada uma pesquisa de artigos das seguintes bases de dados: Scielo, *Scopus* e *Science Direct*, alguns *publishers*, como: *Emerald Insight*, *Elsevier*, *Springer*. Foi realizada análise bibliométrica das publicações relacionadas ao assunto abordado, nas bases e *publishers*. A pesquisa foi feita por meio da utilização das palavras chaves em inglês, que podem ser observadas no Quadro 4.

**Quadro 4 - Palavras - chaves**

<b>Palavras - Chaves</b>	<b>Keywords</b>
Produção de orgânicos	<i>Production of organic</i>
Certificação de produtores	<i>Producing certification</i>
Gestão de custos	<i>Costs management</i>
Formação de preço de venda	<i>Sale price formation</i>
Metodologias de custeio	<i>Costing methodologies</i>

Fonte: Autoria própria (2016).

Para cada base, *publishers* e palavra-chave, foi feita uma pasta, e uma planilha eletrônica no Excel, contendo os seguintes itens: título, JCR, número de citações dentro da base e ano de publicação. Foram selecionados os artigos que, de alguma forma, abordavam gestão de custos, produção de orgânicos e assuntos inerentes, visando os artigos com maior JCR e que foram publicados mais recentemente. Também foram utilizados os seguintes periódicos: *Custos e @gronegocio on line* e *Organizações Rurais & Agroindustriais*, além de livros, sites, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses com relação ao assunto abordado.

O questionário foi elaborado com base em dois questionários desenvolvidos em um trabalho de conclusão de curso de Zahaikévitch (2012) e duas dissertações de mestrado, sendo uma de Simonetti (2015) e outra de Rodrigues (2017). O questionário para os agricultores familiares (Apêndice A) foi elaborado com trinta e duas questões, sendo divididas em sete constructos, conforme a Tabela 1.

**Tabela 1 - Descrição do Questionário**

<b>Constructos</b>	<b>Perguntas Abertas</b>	<b>Perguntas Fechadas</b>	<b>Perguntas Mistas</b>	<b>Total de Perguntas</b>
Parte I - Perfil do empreendimento agrícola familiar	3	1	0	4
Parte II – Histórico da propriedade	1	0	2	3
Parte III – Certificação	3	2	0	5
Parte IV – Caracterização da produção	5	0	1	6
Parte V – Caracterização da comercialização	2	2	0	4
Parte VI – Composição dos Custos	1	2	3	6
Parte VII – Formação do Preço de Venda	1	0	3	4

**Fonte: Autoria própria (2016).**

A Tabela 1 demonstra a divisão dos constructos do questionário, elaborado com os seguintes tipos de perguntas: abertas, fechadas e mistas. Sendo que foram elaboradas perguntas abertas, a fim de conhecer a opinião dos agricultores familiares com relação aos assuntos abordados, as perguntas fechadas que proporcionam algumas alternativas e as perguntas mistas que além das alternativas podem provocar algum comentário. Cada constructo será descrito a seguir.

A Parte I – Perfil do empreendimento agrícola familiar, conta com quatro perguntas sobre: quem é o proprietário das terras, a localização da propriedade, quantidade de tempo em que trabalha com a agricultura familiar e a identificação da família (idade, sexo, parentesco, escolaridade e ocupação de serviço nas terras da família ou se tem um serviço fora das terras).

A Parte II – Histórico da propriedade, aborda três perguntas sobre as seguintes informações: como é a condição legal, qual é a origem e há quanto tempo a família possui a propriedade.

A Parte III – Certificação, conta com cinco perguntas sobre: como é a certificação da propriedade, quais são os tipos de certificação e há quanto tempo os agricultores possuem e qual o custo anual de cada certificação e se têm benefícios como descontos na compra de insumos em razão da certificação.

A Parte IV – Caracterização da produção, aborda seis perguntas sobre: quais são os produtos auferidos, incluindo sua quantidade de peso Kg, qual produto proporciona o maior e o menor faturamento no ano, qual é o faturamento anual de cada classe de produto colhido, a condição dos equipamentos usados na propriedade, próprios, alugados ou outros e se a produção orgânica tem um custo mais elevado que a produção convencional para o produtor e por quê.

A Parte V – Caracterização da comercialização, aborda quatro perguntas sobre: quais são os tipos de canais de vendas e com que frequência são utilizados, qual é o custo de cada canal de venda utilizado, quantos Kg de alimentos são destinados para cada um desses canais de venda e se tem alguma ajuda de órgãos públicos para os agricultores familiares.

A Parte VI – Composição dos custos, é composta por seis perguntas sobre: se o agricultor sabe o valor da renda familiar mensal, se é realizado algum tipo de controle dos gastos da propriedade, o que são considerados para formulação do preço de venda o preço dos insumos, o valor médio praticado por outros canais de venda como o mercado, quais são os itens levados em conta para os custos dos produtos (com relação: à mão de obra, aos insumos, aos custos indiretos e ao preço de venda), e a descrição dos produtos vendidos (unidade de medida vendida e o preço).

A Parte VII – Formação de preço de venda, é composta por quatro perguntas sobre: como é estabelecida a política de preços praticada, como o preço dos produtos é elaborado com relação à demanda, à concorrência, quais são as situações que levam o agricultor a alterar o preço de venda de seus produtos, quais são os fatores

que interferem na formação do preço de venda e quais os problemas que podem surgir durante o processo de formação do preço de venda.

O projeto, que foi submetido na Plataforma Brasil, sendo o número do CAAE: 60679816.5.0000.5547, constitui-se da aplicação de um teste piloto para verificar se há necessidade de ajustes no questionário. Após serem feitos todos os ajustes solicitados pelo Comitê de Ética em Pesquisa – CEP, o projeto foi aceito na Plataforma Brasil. Os questionários foram aplicados para os sete agricultores familiares produtores de orgânicos certificados pelo IBD, no município de Ponta Grossa.

Para realizar a aplicação dos questionários com os agricultores familiares, foram realizadas oito visitas sendo: uma visita em cada uma das sete propriedades, a fim de ter um tempo mais hábil para que estes respondessem tranquilamente o questionário, visando conseguir o maior número de informações possíveis e mais uma visita à feira dos produtores para conhecer o espaço e ver como funciona esse canal de vendas.

Após a aplicação dos questionários, os dados foram tabulados em planilha eletrônica no *software* da Excel, versão *trial Microsoft Office Professional 2010*, para serem feitos os gráficos, e as tabelas referentes aos resultados levantados. A distribuição dos dados de forma qualitativa foi realizada com o levantamento das respostas encontradas e os comentários citados, enquanto que os dados da forma quantitativa foram expressos em quadros e tabelas que melhor representaram a disposição dos dados auxiliando na estruturação do trabalho.

Após se obter todos os resultados necessários, foi realizada uma discussão dos dados utilizando alguns autores citados no referencial teórico. Espera-se que, com esses resultados, seja possível determinar os elementos utilizados para a formação da gestão de custos aplicados pelos agricultores familiares. O quarto capítulo apresenta os dados dos questionários (Apêndice A) descritos na metodologia e a discussão dos resultados.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta a análise e a discussão dos resultados obtidos com o presente trabalho. O questionário (Apêndice A) foi aplicado em uma associação de agricultura ecológica e familiar composta por sete produtores de orgânicos.

Os agricultores familiares que participaram desta pesquisa, foram descaracterizados, para preservar a sua identidade. O Quadro 5 revela o código atribuído para cada respondente, bem como o gênero, a idade, a escolaridade, a ocupação principal, o período de tempo dedicado à agricultura e quantos membros da família trabalham com a agricultura familiar. Cada agricultor familiar foi denominado de AF designados por números de 1 a 7 para representar cada um dos respondentes.

**Quadro 5 - Dados referentes à pesquisa**

Respondentes	Gênero	Idade	Escolaridade	Ocupação Principal	Núcleo Familiar	Membros da família que trabalham na produção
AF 1	F	36	2º Grau Completo	Produção Agrícola Familiar	4	4
AF 2	M	63	1º Grau Completo	Produção Agrícola Familiar	2	2
AF 3	F	41	2º Grau Completo	Produção Agrícola Familiar	4	2
AF 4	M	53	1º Grau Completo	Produção Agrícola Familiar	4	3
AF 5	M	51	1º Grau Completo	Produção Agrícola Familiar	3	3
AF 6	M	65	1º Grau Incompleto	Produção Agrícola Familiar	4	2
AF 7	F	37	Superior Completo	Produção Agrícola Familiar	5	5

Fonte: Autoria Própria (2017).

A faixa etária dos respondentes variou entre, abaixo de 30 anos e acima de 60 anos, sendo que a média da faixa etária dos agricultores responsáveis pela produção encontrada foi de 50 anos demonstrando uma maturidade, assim como visto

por Tarsitano et al., (2016) e Finatto e Salamoni (2008) que demonstram que a média de idade dos agricultores familiares costuma ficar entre 50 e 60 anos.

O nível de escolaridade encontrado mostra que a maioria dos respondentes possui apenas o ensino fundamental completo, conforme levantado por Costa et al., (2014). Os agricultores familiares tem um nível de escolaridade mais baixo principalmente quanto maior for a sua faixa etária, pois para essas pessoas a preocupação era com o sustento da família, e para muitos o estudo era algo secundário. Para Andrade, Souza e Silva (2013), o baixo nível de escolaridade dos agricultores faz com que estes se limitem a não explorar todo o potencial do seu negócio e necessitem de outras fontes de renda externa para poder sobreviver.

Os núcleos familiares pertencentes à pesquisa variaram entre 2 e 5 membros, sendo que o trabalho realizado na propriedade é feito pela família para redução de custos com funcionários e mesmo assim os respondentes acabam contratando esporadicamente o serviço de uma pessoa para ajudar no serviço de limpeza dos canteiros que é manual. Schultz, Souza e Jandrey (2017) relatam que a média de pessoas por família é de 4 membros por propriedade, sendo que na maioria das vezes o núcleo familiar é composto pelo produtor, cônjuge e filhos. Assim como também o trabalho com a agricultura orgânica demanda o auxílio da maioria da família e até mesmo sendo necessário a contratação de mão de obra para suprir a demanda de serviço. Percebe-se que a maioria dos núcleos familiares possui 4 membros sendo que destes em sua maioria são o casal e filhos corroborando com os autores.

Constatou-se que os sete respondentes são donos legalmente de suas respectivas propriedades e quase todas foram obtidas por meio de herança dos pais, apenas os AF 2 e AF 4 compraram de parentes uma parte da propriedade, assim o tempo de posse das propriedades varia entre: 13 anos e 80 anos, o que representa uma média de 43 anos. Conforme exposto no Quadro 6.

**Quadro 6 - Informações sobre a propriedade**

<b>Respondentes</b>	<b>Condição legal da Propriedade</b>	<b>Origem da Propriedade</b>	<b>Tempo de Posse da Propriedade</b>
AF 1	Própria	Herança dos pais	24 anos
AF 2	Própria	Compra de parentes e terceiros	13 anos

**Quadro 6 - Informações sobre a propriedade**

<b>Respondentes</b>	<b>Condição legal da Propriedade</b>	<b>Origem da Propriedade</b>	<b>Tempo de Posse da Propriedade</b>
AF 3	Própria	Herança dos pais	30 anos
AF 4	Própria	Herança dos pais e uma parte comprada de parentes	27 anos
AF 5	Própria	Herança dos pais	53 anos
AF 6	Própria	Herança dos pais	77 anos
AF 7	Própria	Herança dos pais	80 anos

Fonte: **Autoria Própria (2017).**

Para um agricultor familiar a terra é de suma importância para a sua sobrevivência e a de sua família, por isso a maioria das propriedades são adquiridas pelos familiares por meio de herança para que os filhos ou sucessores possam dar continuidade ao empreendimento familiar. A transferência de patrimônio auxilia a sucessão rural, com o direcionamento dos pais para que seus filhos tenham uma ocupação (CHEMIN; AHLERT, 2010).

Assim como mencionado por Chemin, Ahlert, (2010), nota-se essa importância que a terra tem para os respondentes, a satisfação que há em cultivar alimentos orgânicos, mas principalmente pela questão da sucessão das terras dentro do núcleo familiar que é uma forma de se dar continuidade no patrimônio da família e ter uma fonte de renda.

Todas as propriedades possuem a produção totalmente certificada pela Associação de Certificação do Instituto Biodinâmico – IBD, desde o ano de 2010, sendo que o custo anual para manter esta certificação é de R\$492,00 ou 3 parcelas de R\$164,00 e mais R\$100,00 de multa por irregularidades cometidas como não fazer o controle da produção no caderno para ser apresentado ao IBD. Todos os respondentes afirmam, que a certificação não possibilita a obtenção de descontos na compra de insumos por parte dos agricultores.

O processo de transição é um dos grandes obstáculos enfrentados pelos agricultores, principalmente pela falta de conhecimento sobre as normas e procedimentos e muitas vezes não há um técnico para auxiliar integralmente. Nesse quesito, o baixo nível de escolaridade torna-se outro obstáculo pois muitas vezes, há mais dificuldade para entender todo o procedimento e as leis a serem seguidas (PADUA, 2014).

Um estudo realizado por Scalco e Servi (2014) apresenta alguns dados relacionados, acerca da certificação dos orgânicos foram levantados, como sendo obstáculos encontrados e no processo que são: compreensão das normas, padronização dos produtos, planejamento e comercialização, produção, controle de pragas, manejo dos trabalhadores, mas principalmente os custos elevados de renovação, assistência técnica, compra de insumos, entre outros.

Os respondentes produzem apenas olerícolas (que incluem as hortaliças, as verduras, os legumes e os tubérculos) e as frutas, sendo que diante da análise da amostra o AF 3 não produz nenhum tipo de frutas.

De acordo com o IBD, pela Lei n.º 10.831 a associação pode produzir os seguintes alimentos:

Abacate, abacaxi, abóbora moranga, abóbora seca, abobrinha, acelga, alcachofra, alface americana, alface crespa, alface frise, alface lisa, alface mimosa, alface romana, alho porró, almeirão, banana, batata, batata doce, batata yacon, berinjela, beterraba, brócolis, caqui, cará, carambola, caxi, cebola, cebolinha, cenoura, chuchu, couve, couve flor, cúrcuma, ervilha, escarola, espinafre, feijão, figo, goiaba, inhame, jabuticaba, jiló, laranja, limão, limão rosa, limão tahiti, mandioca, maracujá, melancia, melão, mexerica, milho, milho verde, morango, mostarda, nabo, pepino caipira, pepino japonês, pera, pêssego, pimenta, pimentão amarelo, pimentão verde, pimentão vermelho, quiabo, rabanete, repolho roxo, repolho verde, rúcula, salsa, tomate cereja, tomate italiano e vagem (BRASIL, 2003, p. 1).

Segundo os estudos de Padua (2014) e de Thomson (2014), os principais produtos orgânicos produzidos são: hortaliças, frutas, galinha caipira, grãos, leite, ovos, processados e mel. Sendo que em ambos os estudos os alimentos mais produzidos são as hortaliças e as frutas, condizendo com os resultados encontrados nesta pesquisa.

Com relação ao volume de produção mensal em Kg foi solicitado aos respondentes que comentassem qual dos seus produtos é produzido durante o ano em maior escala de peso, assim como qual dos produtos gera o maior e o menor faturamento anual, os dados podem ser observados no Quadro 7.

**Quadro 7 - Volume de Produção e Faturamento**

Respondentes	Produtos com o Maior Volume de Produção		Produtos com o Maior Faturamento Anual	Produtos com o Menor Faturamento Anual
	Produto	Quantidade - KG		
AF 1	Nabo Branco	400 Kg	Ervilha Flor Roxa Abacate	Alface Pêssego
	Cenoura	350 Kg		
	Abacate	700 Kg		
	Laranja	600 Kg		
AF 2	Brócolis	230 Kg	Brócolis	Laranja
	Laranja	150 Kg		
AF 3	Alface Americana	100 Kg	Alface Americana	Tomate Vagem
	Brócolis Japonês	100 Kg		
AF 4	Repolho	400 Kg	Brócolis	Nabo
	Brócolis	400 Kg		
	Laranja	100 Kg		
AF5	Alface	500 Kg	Cenoura	Escarola
	Laranja	200 Kg		
AF 6	Alface	500 Kg	Brócolis	Laranja Alface
	Repolho	300 Kg		
	Laranja	200 Kg		
AF 7	Alface	1000 Kg	Brócolis Alface Morango	Escarola Almeirão
	Brócolis	1000 Kg		
	Repolho	1000 Kg		
	Cenoura	600 Kg		
	Beterraba	400 Kg		
	Laranja	400 Kg		
	Ponkan	400 Kg		
	Morango	100 Kg		

Fonte: Autoria Própria (2017).

De acordo com os estudos de Moreira (2017), feito em Lavras Minas Gerais, Padua (2014) feito em Dourados no Mato Grosso do Sul, Finatto e Salamoni (2008) realizado em Pelotas Rio Grande do Sul, entre os alimentos mais plantados estão: a cenoura, o repolho, a beterraba, a couve-flor, a mandioca, a abobrinha, a alface, a salsinha, a couve manteiga, o chuchu. Entre as frutas estão: a laranja, o abacate, o morango, a banana, a tangerina, a ameixa, o caqui, o pêssego e a manga. Existem algumas espécies que não tem tanta saída, que são: as abóboras, o coentro, a couve-

de-folha, o jiló, o maxixe e o quiabo; já outros alimentos como as ervilhas, os feijões vagens e os tomates são de determinadas épocas do ano de plantio, reduzindo assim a sua oferta para o consumidor.

Assim, os resultados demonstram que os respondentes cultivam em maior volume de produção alguns dos mesmos alimentos encontrados pelos outros autores sendo que das olerícolas predomina-se alface, brócolis, repolho e cenoura e das frutas abacate, laranja e ponkan.

A laranja tem uma alta produção sendo produzida por seis dos sete agricultores familiares, entretanto não proporciona um retorno financeiro alto, pois enquanto uma bandeja de 500 gramas é vendida R\$3,00, uma bandeja de morango é vendida a R\$8,00 com 300 gramas. Embora o morango seja vendido apenas pelo AF 7 durante o período de colheita, proporciona um maior faturamento para o mesmo.

Quanto ao faturamento anual separado por cada classe de produtos obteve-se as seguintes informações que podem ser observadas na Tabela 2. De acordo com os dados de cada respondente pode se dividir o faturamento obtido anualmente em porcentagens para poder calcular os valores de cada classe de produto, sendo que o AF 1 obtém (66%) de faturamento com a venda de olerícolas e (34%) de faturamento com a venda de frutas; o AF 2 obtém (99%) de faturamento com a produção de olerícolas e (1%) com a produção de frutas, enquanto que o AF 3 obtém (100%) de seu faturamento da produção de olerícolas; AF 4 obtém (98%) de faturamento com a venda de olerícolas e (2%) com a venda de frutas; AF 5 obtém (94%) de faturamento com a venda de olerícolas e (6%) com a venda de frutas; AF 6 obtém (93%) de faturamento com a venda de olerícolas e (7%) com a venda de frutas; AF 7 obtém (86%) de faturamento com a venda de olerícolas e (14%) com a venda de frutas.

**Tabela 2 - Faturamento anual de cada classe de produto**

<b>Respondentes</b>	<b>Faturamento com olerícolas</b>	<b>Faturamento com Frutas</b>
AF 1	R\$20.800,00	R\$8.000,00
AF 2	R\$20.538,00	R\$2.047,00
AF 3	R\$11.600,00	-
AF 4	R\$75.415,00	R\$1.460,00
AF 5	R\$45.400,00	R\$2.921,00
AF 6	R\$39.000,00	R\$2.921,00
AF 7	R\$100.000,00	R\$16.243,00

**Fonte: Autoria Própria (2017).**

Entre os estudos observados constate-se que assim como nesta pesquisa a classe das olerícolas é a que proporciona um maior rendimento para os agricultores familiares produtores de orgânicos, seguida da classe das frutas. Moreira (2017), Padua (2014), Finatto e Salamoni (2008) corroboram essas informações, sendo que a escolha dos alimentos produzidos também varia de acordo com a aceitabilidade dos consumidores e os que proporcionam maior faturamento como é o caso da alface, do brócolis, do repolho e da cenoura.

No estudo de Peron, Catapan e Nascimento (2017), em uma cooperativa de agricultores familiares produtores de alimentos convencionais de Quatro Barras - PR, selecionaram-se as seguintes olerícolas: a abobrinha, a alface, a beterraba, a cenoura, o chuchu, a couve-flor, o pepino e o repolho, cujos alimentos são entregues para a Prefeitura da cidade para o programa do PNAE, sendo que anualmente cada agricultor obtém o valor de R\$12.996,56. Ao passo que Moreira, Melo, Carvalho (2016) relatam que mensalmente o faturamento com olerícolas varia entre R\$8.000,00 a R\$10.000,00 de uma propriedade de um agricultor familiar de orgânicos de Várzeas de Sousa – PB.

Os resultados encontrados na pesquisa estão dentro dos valores encontrados em outros trabalhos, visto que há uma variação de valores, entre regiões, e também devido à quantidade de canais de comercialização utilizados. O Quadro 8 demonstra os equipamentos utilizados na propriedade e qual é a sua condição. Pode-se constatar que apenas o AF 3 não possui nenhum tipo de equipamento para auxiliar na produção, a não ser ferramentas manuais, e então, cada vez que é necessária a utilização de equipamento mecânico, o agricultor empresta-o de outra propriedade, de forma gratuita sem pagar aluguel pelo uso. Os outros AF também realizam empréstimos de equipamentos, sendo que o único que possui todos os equipamentos é o AF 7.

**Quadro 8 - Condição dos equipamentos utilizados**

<b>Respondentes</b>	<b>Equipamentos Próprios</b>	<b>Equipamentos Empréstados</b>
<b>AF 1</b>	Ferramentas Manuais Trator	Encanteiradeira Grade de disco
<b>AF 2</b>	Encanteiradeira Ferramentas Manuais Pulverizador Trator	Grade de disco

**Quadro 8 - Condição dos equipamentos utilizados**

<b>Respondentes</b>	<b>Equipamentos Próprios</b>	<b>Equipamentos Emprestados</b>
<b>AF 3</b>	Ferramentas Manuais	Encanteiradeira Grade de disco Trator
<b>AF 4</b>	Carreta Encanteiradeira Escalificador Ferramentas Manuais Trator	Grade de disco
<b>AF 5</b>	Encanteiradeira Ferramentas Manuais Trator	Grade de disco
<b>AF 6</b>	Encanteiradeira Ferramentas Manuais Trator	Grade de disco
<b>AF 7</b>	Encanteiradeira Ferramentas Manuais Grade de Disco Trator	—

Fonte: Aatoria Própria (2017).

Conforme constatado na pesquisa, os respondentes possuem poucos equipamentos, justamente por ser um serviço feito mais manualmente. Os estudos de Ribeiro, Salamoni e Costa (2009) e Finatto e Salamoni (2008) corroboram este resultado, demonstrando que os equipamentos utilizados são trator, grade de disco, pulverizador, arado e motosserra.

Quanto à questão relacionada a: “se a produção orgânica tem um custo mais elevado que a produção convencional”, apenas um dos respondentes disse que não e ainda comentou que “a produção orgânica não é mais cara que a convencional, pois utiliza poucos insumos, o que reduz o custo, entretanto há um valor gasto com funcionário e equipamentos para auxiliar na produção familiar”.

Os autores Wang, Zhu e Chu (2017) afirmam que o sistema orgânico de produção tem um custo mais elevado, devido a não utilização de agrotóxicos e por ser um processo extremamente manual para cuidado com os produtos, fazendo com que sejam necessários mais insumos. No estudo feito por Padua (2014), no Mato Grosso do Sul com agricultores orgânicos, estes dizem que este sistema de produção é mais barato que o convencional, devido à possibilidade de se aproveitar os insumos caseiros na produção para o controle das pragas.



Nesse contexto nota-se que o sistema orgânico de produção apesar dos custos altos relatados pelos respondentes, está relacionado com ciclo social e ambiental, pois produzindo alimentos orgânicos é possível poupar o ambiente de danos causados por defensivos, e é uma forma de ajudar as pessoas a manterem um hábito alimentar mais saudável.

A maioria dos respondentes concorda que a produção orgânica tem um custo mais elevado, corroborando a afirmação de Wang, Zhu e Chu (2017); entretanto um dos respondentes afirma ser mais barato, concordando com Padua (2014).

Com relação aos canais de venda e à frequência de entrega de produtos em cada canal, as informações podem ser observadas no Quadro 9.

**Quadro 9 - Frequência de venda em cada canal**

Respondentes	Frequência		
	Semanal	Quinzenal	Mensal
AF 1	PAA e APAE		-
AF 2	PAA e Feira Verde	PNAE	Venda na propriedade
AF 3	PAA	PNAE	Venda porta a porta
AF 4	PAA e Feira Livre	PNAE	-
AF 5	PAA, Feira Livre e Feira Verde	PNAE	-
AF 6	PAA e Feira Livre	PNAE	-
AF 7	PAA, Feira Livre, Feira Verde e Mercado	PNAE	Venda porta a porta

Fonte: Autoria Própria (2017).

Entre os canais de comercialização mais usados pelos agricultores familiares estão a venda dos produtos diretamente na propriedade, o mercado local e as feiras, mas dificilmente o agricultor utiliza apenas um canal de venda, pois há uma flexibilização para usar mais canais, como programas governamentais, atacados e feiras locais. Pode-se dizer que a gestão rural está diretamente relacionada com a interação com o mercado pois requer uma visão para estratégias e um planejamento, para aproveitar ao máximo as oportunidades. A distribuição dos produtos é um gargalo da comercialização (TASSI, 2011).

Os circuitos curtos podem ser definidos como uma forma de aproximar o produtor e o consumidor. Os principais canais de venda usados são: venda na propriedade, cestas em domicílio, feira do produtor, beira de estrada, programas do

governo, feiras, eventos, lojas especializadas, restaurantes, lojas de cooperativas e associações de produtores e lojas virtuais (DAROLT, LAMINE, BRANDEMBURG, 2013).

Predomina-se a utilização dos programas do governo como canal de comercialização sendo PAA, PNAE e Feira Verde, mas também são utilizados outros canais como feira local, venda na propriedade e a venda porta a porta, assim como ficou constatado nos estudos acima citados.

Foi constatado que, para os agricultores poderem entregar os produtos para o PNAE, para a feira livre e para a Feira Verde, têm um custo semanal de R\$20,00 de combustível, gasto para fazer cada entrega de alimentos. Sendo que o custo total anual aproximado pode ser observado na Tabela 3:

**Tabela 3 - Custo para entregar os alimentos em cada programa**

<b>Canal</b>	<b>Custo Mensal</b>	<b>Custo Anual</b>
PNAE (10 meses)	40,00	400,00
Feira Verde (11 meses)	80,00	880,00
Feira Livre (12 meses)	150,00	1800,00

**Fonte: Autoria Própria (2017).**

Em um estudo de Silva et al., (2016), são considerados, além do custo do combustível (gasolina), a manutenção do veículo, o transporte refrigerado, quando há necessidade, os Km percorridos, a quantidade de Kg transportada, tendo em vista que para um agricultor que entre para o PNAE, considerando-se os itens citados, o custo é de R\$1,74 por Kg de alimentos folhosos como couve, alface e cheiro verde transportados.

Nota-se, nesta pesquisa, que os respondentes não consideram todos os itens que deveriam ser considerados assim como citados, para se ter o valor total gasto.

A entrega de alimentos para o PAA e o PNAE é uma garantia de escoamento de produção para o agricultor familiar, mesmo que os preços desses programas sejam tabelados pelo governo e ocorra uma demora para receber o valor devido, pois, considera-se uma renda certa que pode ser contada anualmente, desde que sejam feitos ou renovados os contratos de prestação de serviços (SCHNEIDER et al., 2015).

Com relação ao volume de produção mensal, a proporção destinada para cada canal de venda de acordo com os respondentes pode ser observada na Tabela 4.

**Tabela 4 - Volume de produção para cada canal de venda**

Respondentes	Produção Mensal Total em KG	PAA	Feira Verde	PNAE	Outros canais <sup>1</sup>
AF 1	3000 Kg	2850 Kg - 95%	-	-	150 Kg - 5%
AF 2	2000 Kg	400 Kg - 19%	1000 Kg - 48%	600 Kg - 28%	100 Kg - 5%
AF 3	900 Kg	270 Kg - 30%	-	540 Kg - 60%	90 Kg - 10%
AF 4	1290 Kg	540 Kg - 42%	-	300 Kg - 23%	450 Kg - 35%
AF 5	2270 Kg	600 Kg - 27%	800 Kg - 35%	600 Kg - 26%	270 Kg - 12%
AF 6	930 Kg	240 Kg - 26%	-	240 Kg - 26%	450 Kg - 48%
AF 7	8800 Kg	2300 Kg - 26%	2000 Kg - 23%	2300 Kg - 26%	2200 Kg - 25%

Fonte: Autoria Própria (2017).

Assim como no estudo de Peron, Catapan e Nascimento (2017), realizado com agricultores familiares, foi verificado que a quantidade em kg de alimentos entregues ao PNAE mensalmente varia entre uma média de 1.386 Kg sendo que dos cinco agricultores foram entregues desde de 430 até 3.046 Kg de alimentos ao mês para o programa. Entre estes as variedades de maior volume entregue foram alface, brócolis, couve flor, chuchu, pepino, cenoura, beterraba e abobrinha. Mesmo sendo de plantio convencional, os alimentos mais solicitados são os mesmos independentes do tipo de produção utilizada.

Os valores encontrados na pesquisa variam de cada agricultor de 240 a 2.300 Kg, ficando abaixo das quantidades relatadas por Peron, Catapan e Nascimento (2017). Essa diferença pode ser devido à variedade do tipo de produção utilizada, pois nos alimentos convencionais são aplicados defensivos que aumentam sua durabilidade e os protegem de pragas mais facilmente.

Quanto à questão de interação dos agricultores com órgãos públicos locais e regionais obteve-se as seguintes informações do Quadro 10.

<sup>1</sup> Outros Canais se referem há: AF 1 (APAE); AF 2 (Venda na propriedade); AF 3 (Venda porta à porta); AF 4 (Feira Livre); AF 5 (Feira Livre); AF 6 (Feira Livre) e AF 7 (Feira Livre, Mercado e Venda porta à porta).

**Quadro 10 - Interação com órgãos públicos**

<b>Respondentes</b>	<b>Órgãos Públicos Locais e Regionais</b>	<b>Interação</b>	<b>Benefícios da Interação</b>
AF 1	Conab	Interage	Projeto anual
AF 2	Universidades	Interagiu em um momento	Pesquisa de estudantes
AF 3	Empresa Rio de Una	Interagiu em um momento	Compra de Produtos
AF 4	Conab e Emater	Interage	Projeto anual / Com informações
AF 5	Universidades	Interagiu em um momento	Pesquisa de estudantes
AF 6	Emater	Interagiu em um momento	Curso
AF 7	Universidades	Interagiu em um momento	Pesquisa de estudantes

Fonte: **Autoria Própria (2017).**

Em um estudo realizado, verificou-se que a interação dos agricultores familiares ocorre com a Emater, para auxiliar no treinamento e nas informações sobre técnicas da produção; com parcerias com universidades para projetos de pesquisa, estágios de alunos em propriedades e realizações de pesquisas e feiras dentro de um espaço na própria universidade; com negociação com a empresa Rio de Una que comprou os alimentos e fez um projeto para auxiliar desenvolvimento da associação dos produtores; com a Associação de Produtores Orgânicos do Paraná – AOPA, responsável pela feira verde da cidade de Tijucas do Sul da Associação de Produtores Orgânicos Aruatã (VALE, 2003).

Da mesma forma como foi visto por Vale, nesta pesquisa foi constatado que a interação já aconteceu com alguns dos mesmos órgãos como Emater que fornece apoio e informações, as universidades que estão sempre realizando pesquisas com os agricultores, também a empresa Rio de Uma, para cuja empresa, no início, alguns dos agricultores vendiam os alimentos.

Segundo os respondentes, a renda da venda dos produtos é recebida mensalmente. E o valor varia de acordo com a quantidade de produtos entregue para o canal de venda. O controle de gastos da propriedade é feito em uma caderneta de anotação e a conta corrente é usada apenas para que os programas depositem o dinheiro da venda dos produtos para cada agricultor familiar. Quanto à questão “se o preço dos insumos é levado em conta para formulação do preço de venda dos produtos”, 57% dos respondentes levam em conta o preço dos insumos, porque eles

são caros, enquanto que 43% dos respondentes não os consideram, porque o preço dos alimentos entregues para os programas do governo é tabelado e são utilizados poucos insumos para sua produção.

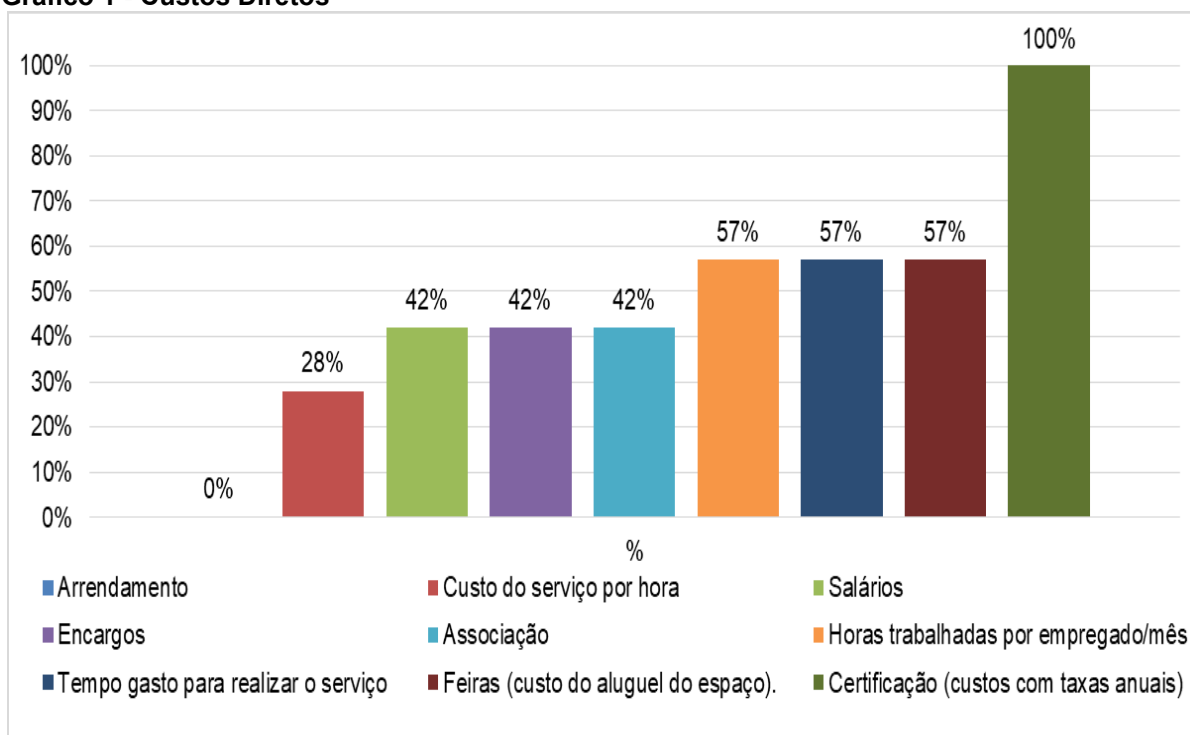
Algumas estratégias para obtenção da renda são necessárias como a rotatividade da plantação de culturas tendo em vista a sazonalidade, para que o ano todo se consigam ofertar alimentos, independente das mudanças climáticas e eventuais perdas. É interessante que o agricultor além de aumentar a sua produção faça um estoque de alimentos, para evitar prejuízos perdendo a sua produção e não podendo comercializar nenhum produto (PADUA, 2014).

De acordo com um estudo feito por Santos et al., (2014), os agricultores familiares recebem mensalmente dos produtos vendidos na feira entre R\$600,00 a R\$1.000,00, o que representa aproximadamente 30% do faturamento total no mês. Os respondentes que utilizam a feira local como canal de comercialização recebem mensalmente entre R\$1.200,00 a R\$6.400,00.

Com relação aos itens que o agricultor familiar utiliza na composição do custo dos produtos com relação ao preço de venda, obteve-se: 33% responderam que consideram o valor dos preços dos produtos das feiras, enquanto que 67% optaram por outros e comentaram que fazem uma média dos preços praticados nos mercados e feiras.

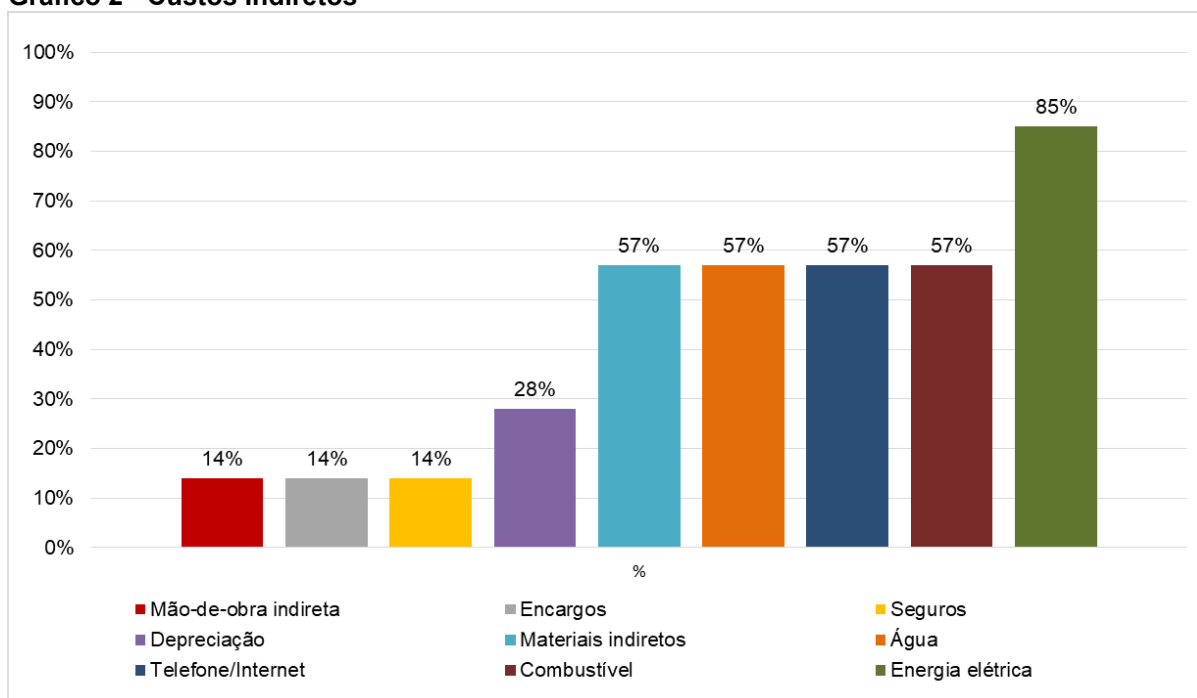
De acordo com um estudo de Medeiros et al., (2012), foi verificado que os agricultores familiares utilizam o preço do mercado como base para formular seu preço de venda e que eles acabam se contradizendo pois dizem considerar vários itens de custos quando na realidade não tem um controle na propriedade e nem parâmetros estabelecidos, com o que não conseguem definir se há lucro ou prejuízo. Os resultados encontrados confirmam o que autor encontrou em seu estudo, pois a maioria dos respondentes utiliza valor de mercado como base de preço.

Na questão referente à composição dos custos diretos percebe-se que o item que não é utilizado é o arrendamento. Os itens que são utilizados podem ser observados no Gráfico 1.

**Gráfico 1 - Custos Diretos**

Fonte: Autoria Própria (2017).

Ainda com relação aos custos, percebe-se que dos custos indiretos todos os itens foram utilizados, conforme pode ser observado no Gráfico 2.

**Gráfico 2 - Custos Indiretos**

Fonte: Autoria Própria (2017).

De acordo com um estudo feito por Santos et al., (2014), a maioria dos agricultores familiares, sendo 75% dos entrevistados, não sabe o custo real da sua produção e não consegue formular o preço dos seus produtos, enquanto que os outros 25%, que afirmam calcular o preço, não contabilizam todos os itens gastos na produção como por exemplo a água.

Embora os respondentes considerem os custos diretos e indiretos para a formulação do seu preço, há variações entre as respostas, devido à propriedade não ter uma gestão e um controle de custos, complicando a estimativa real considerada. Entre os custos indiretos os seguintes itens representam: mão de obra indireta (supervisão, apoio a produção, vigilância da propriedade); materiais indiretos (material de limpeza, botas, luvas, embalagens, caixa para transporte) e seguros com equipamentos, terra, carro.

Como por exemplo nos custos diretos nenhum dos agricultores familiares considera o arrendamento devido não possuírem terras arrendadas, enquanto que com relação aos custos de certificação dos orgânicos todos consideram por serem taxas anuais cobradas. Com relação ao preço dos produtos vendidos para cada canal de venda, os dados podem ser observados na Tabela 5.

**Tabela 5 - Preço dos Produtos vendidos em KG em 2017**

(Continua)

Produtos	Conab - PAA	PNAE	Feira Verde	Feira Livre	Convencional Supermercado *
Abacate	1,95	-	-	3,50	9,98
Abóbora	-	-	-	3,00	2,98
Abóbora Japonesa Kabocha	-	-	-	5,00	2,98
Abóbora Moranga	-	-	-	5,00	1,29
Abóbora Seca	-	-	-	3,50	1,98
Abobrinha	-	4,77	-	3,00	4,19
Acelga	1,50	4,55	1,15	3,00	2,65
Alface Americana	2,73	7,80	5,51	4,00	1,69
Alface Crespa	2,73	7,80	-	3,00	0,89
Alface Frise	2,73	7,80	-	-	-
Alface Lisa	2,73	7,80	-	3,00	0,98
Alho Porró	11,05	-	-	4,00	-
Almeirão	3,56	-	-	3,00	2,65
Beterraba	1,30	3,90	2,95	3,50	1,79

Tabela 6 - Preço dos Produtos vendidos em KG em 2017

Produtos	(Conclusão)				
	Conab - PAA	PNAE	Feira Verde	Feira Livre	Convencional Supermercado *
Brócolis	4,55	6,50	3,50	5,00	1,99
Cenoura	1,82	4,94	1,46	4,00	1,99
Chuchu	1,30	-	1,47	3,00	2,59
Couve	1,38	6,50	-	3,50	-
Couve Manteiga	3,38	6,50	6,24	3,50	2,25
Couve Flor	1,43	6,50	-	5,00	2,98
Ervilha	10,71	-	-	4,00	-
Escarola	3,25	5,98	5,20	3,50	1,35
Laranja	1,95	-	1,31	3,00	3,98
Mandioca	1,17	-	-	5,00	3,95
Nabo	1,95	-	-	3,00	3,49
Pepino Caipira	1,43	-	4,55	3,00	1,79
Pêssego	2,70	-	-	-	3,98
Repolho Verde	1,20	-	4,55	4,00	0,89
Salsinha	8,45	-	4,55	2,50	1,79
Tomate italiano	2,60	-	5,07	5,00	-
Vagem	2,60	-	6,93	4,00	4,95

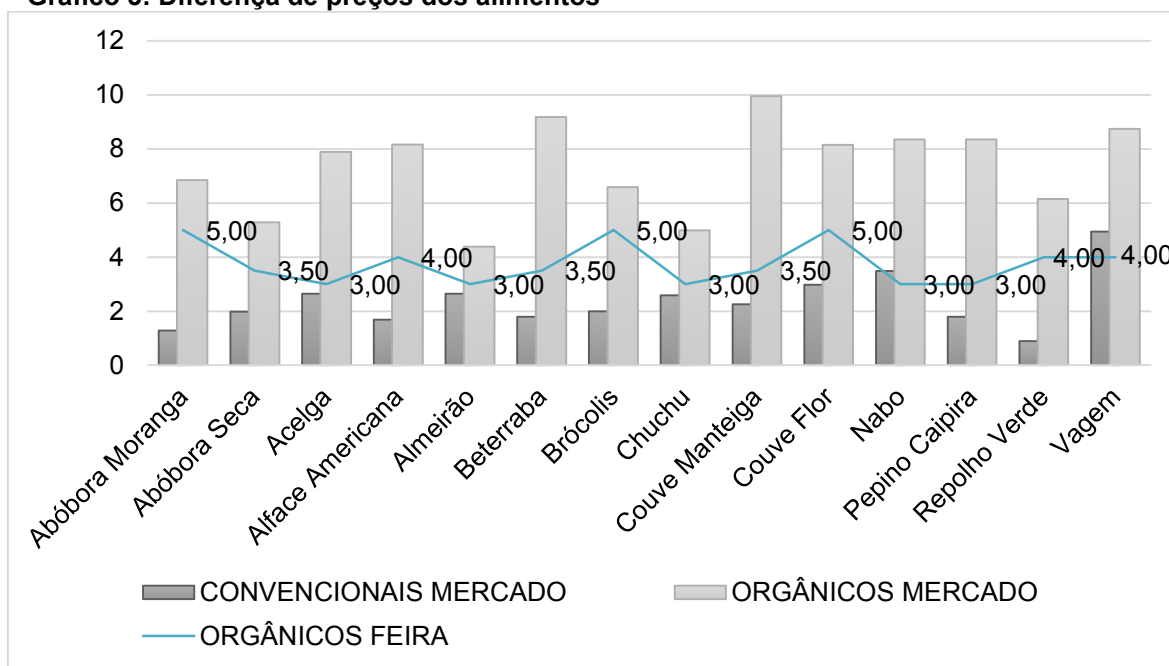
Preço médio em agosto de 2017 no comercio de Ponta Grossa<sup>2</sup>

Fonte: Autoria Própria (2017).

Assim como pode ser observado que os preços dos alimentos em canal de venda possuem um valor diferenciado, seja nos programas governamentais em que o preço é tabelado, seja nos outros canais, em que o agricultor familiar tem a possibilidade de estabelecer o seu preço de venda. Para exemplificar as diferenças nos preços dos alimentos, foi realizada uma pesquisa em três supermercados de Ponta Grossa, onde foram coletados os preços dos alimentos convencionais e orgânicos disponíveis, cuja a comparação pode ser observada no Gráfico 3.

<sup>2</sup> Os valores dos preços citados se referem ao que foi fornecido pelos agricultores familiares quanto aos valores pagos por Kg de cada produto, pelos programas PAA, PNAE, Feira Verde, que são tabelados. Enquanto os valores da Feira Livre são estimados pelos agricultores familiares. Os valores do supermercado foi feito uma média referente a uma pesquisa realizada em três estabelecimentos da cidade.



**Gráfico 3: Diferença de preços dos alimentos**

Fonte: Autoria Própria (2017).

Percebe-se que o preço praticado pelos agricultores familiares acaba ficando abaixo do valor médio do supermercado como nos seguintes alimentos: alface americana (33%), beterraba (28%), couve manteiga (26%), couve flor (38%), nabo (26%), pepino (26%) e vagem (31%). Cabe ressaltar que o preço praticado pelo supermercado é diferente, pois há outros custos envolvidos que o produtor de orgânicos não possui.

O preço dos alimentos comprados pela Conab para o PAA já é tabelado, então o agricultor familiar não pode negociar seu valor, enquanto que para a venda em outros canais como feira local, venda direto para o consumidor ou outro estabelecimento, já há essa possibilidade de se estabelecer o preço de venda de acordo com custo da produção (DIAS et al., 2013).

A Conab estabelece os preços de acordo com a média mínima dos preços praticados pelos mercados. Entretanto esses preços algumas vezes acabam ficando abaixo do preço local, devido à diferença de valor que ocorre no custo da produção em diferentes locais. A Conab pratica um preço diferente para cada estado e região, principalmente para alimentos como: olerícolas, mel, leite e galinha caipira (DIAS et al., 2013).

Pode-se constatar que o Programa do PAA é o que adquire um maior número de produtos dos agricultores familiares, mas há poucos produtos em que o valor pago é maior do que os outros programas governamentais. E que os respondentes, que

vendem na feira livre local, seguem o mesmo preço para que nenhum dos agricultores acabe, segundo eles, tendo perdas de ganho.

Um ponto levantado quanto à negociação com os programas de governo, é que ocorrem atrasos no pagamento, cujo fato acaba proporcionando um problema para essas famílias que dependem desse dinheiro, mas que apesar de tudo continuam entregando em dia os alimentos, conforme estabelecido em contrato. Os agricultores comentam que principalmente o Feira Verde, programa local da cidade de Ponta Grossa, atrasa por meses os pagamentos. Alguns dos motivos dados é a falta de dinheiro em caixa na Prefeitura da cidade para cumprir todos os compromissos.

Os atrasos nos pagamentos relativos ao fornecimento de alimentos para o PAA podem fazer com que o agricultor se endivide, gerando problemas para manter o seu empreendimento, também pode provocar conflitos em cooperativas e associações, e pode acabar fazendo com que o agricultor não queira mais participar desse programa. Embora o PAA pague não tem um fluxo contínuo permanente que gere segurança para as famílias (CHMIELEWSKA; SOUZA; LOURETE, 2010).

Quanto à questão dos objetivos aplicados para a política de preços os 57% dos respondentes marcaram as opções preço/qualidade e preço/oportunidade, enquanto que 43% dos respondentes marcaram outros e fizeram os seguintes comentários: valor médio, visando a colaboração entre consumidor e vendedor; faz com relação ao seu gasto. Percebe-se que os respondentes tentam usar um equilíbrio para se estabelecer a sua política de preço.

Com relação às situações que tem maior importância na tomada de decisão para a formação do preço de venda dos produtos, percebe-se que 86% dos respondentes consideraram a possibilidade de alterar os preços, quando acontece alguma alteração climática que leva a perdas, como chuvas e geada, enquanto que 14% dos respondentes comentaram que não estabelecem mudanças de preços independentemente da situação.

Para a venda de produtos orgânicos no país não há um parâmetro definido de preço, pois as estratégias variam de acordo com cada canal de comercialização. Uma rede varejista sobrepõe o preço dos alimentos orgânicos em relação ao convencional, mas nas feiras de produtos orgânicos os preços acabam sendo mais baixos (TERRAZZAN; VALARINI, 2009).

Alguns fatores estão relacionados com a determinação do preço de venda dos alimentos orgânicos, que são: maior demanda que oferta, mais perdas na produção,

grau de dificuldade no cultivo do alimento e o posicionamento do produto no mercado. Os preços mais elevados dos alimentos orgânicos se devem ao valor agregado desses alimentos, reconhecido pelos consumidores que estão dispostos a pagar a mais por isso, que é uma forma de proteger a saúde e o meio ambiente (TERRAZZAN; VALARINI, 2009).

É visível a dificuldade que ocorre no estabelecimento do preço de venda dos alimentos, tendo em vista que cada canal de comercialização acaba praticando um valor diferenciado, seja pelo programa do governo que é tabelado, seja pelo mercado local. É importante, assim como verificado por Terrazzan e Valarini (2009), agregar valor aos produtos orgânicos e estabelecer o preço de venda adequado para os canais possíveis de negociação.

Com relação à questão “se os agricultores familiares já tiveram algum problema para a formulação do preço de venda de seus produtos”, 100% dos respondentes marcaram a opção outros e fizeram os seguintes comentários: “nunca tiveram problema para formular o preço porque o valor é tabelado pelo programa do governo e não faria qualquer modificação no preço para ter mais faturamento, no início, para começar a venda foi difícil estipular um preço”.

Com relação a outras considerações e ou complementações, nenhum dos respondentes acrescentou informações além do que já havia sido respondido. O quinto capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa e as sugestões para os trabalhos futuros.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos neste estudo, em conjunto com informações descritas por outros autores, indicam que no segmento da agricultura familiar há uma carência da aplicação de conceitos relacionados com a gestão de custos na formação do preço de venda dos produtos comercializados. Apesar de ter sido verificado que alguns elementos de custos são considerados na formação do preço de venda, não se pode afirmar que há um parâmetro estabelecido para este fim, visto que o preço de comercialização praticado nos canais de venda direta ao consumidor final baseia-se na média dos preços praticados pelos produtos convencionais.

Dessa forma, o principal foco dos agricultores orgânicos avaliados neste estudo acaba sendo a destinação de grande parte dos alimentos produzidos para os programas governamentais, mesmo estes sendo um canal de comercialização que apresenta um retorno menor e não possui uma data certa para o pagamento, devido a problemas orçamentários e burocráticos típicos do serviço público brasileiro. Por outro lado, nos canais de venda direta ao consumidor o poder de negociação é maior e os preços praticados proporcionam um maior retorno financeiro. Por estes motivos, é importante que os produtores diversifiquem os canais de comercialização utilizados para o escoamento das suas safras de alimentos, pois a diversificação garante aos agricultores a renda necessária para a condução de seus agronegócios.

A agricultura familiar de alimentos orgânicos é um nicho de mercado específico que tem muito potencial para ser explorado. No entanto, a gestão de custos é praticada de maneira não profissional. Quando aplicada uma gestão eficiente de custos na produção, com adequado planejamento e formulação de preços dos produtos, o crescimento da associação dos agricultores familiares orgânicos vai ser potencializado. No entanto, o acúmulo de atividades numa propriedade rural impossibilita que o produtor tenha disposição para gerir seus custos de maneira mais profissional. Face a essa situação, o governo poderia desenvolver políticas públicas mais próximas da realidade dos agricultores familiares. Essa associação poderia ser mais atuante na prestação de auxílio técnico nesse setor, e os setores de tecnologia aplicada poderiam desenvolver aplicativos para telefone celular, visando auxiliar na gestão dos custos do empreendimento familiar, principalmente para formulação do preço de venda dos produtos.

A atuação da associação é restrita ao processo de certificação orgânica. Percebe-se que a associação tem algumas necessidades como ter uma assessoria técnica nessa área de gestão de custos, auxiliando inicialmente os produtores a contabilizar os custos dos insumos gastos para produzir determinados tipos de alimentos comercializados em maior quantidade, contribuindo para uma produção mais eficiente, evitando-se as perdas de alimentos, fechando parcerias com as empresas locais, para que sejam vendidos os insumos necessários na cidade, evitando um gasto a mais de deslocamento dos agricultores. Cabe como atribuição indispensável à associação investimentos na capacitação regular dos agricultores que também os auxiliaria a fazer com que os empreendimentos fossem ampliados, buscando sempre estar diversificando a variedade de produtos e inserindo novidades para os clientes, e o desenvolvimento de uma rede articulada de comercialização para os produtos visando a expansão dos negócios, promovendo as feiras, divulgando em comerciais, fazendo com que o consumidor veja os benefícios dos alimentos orgânicos para a saúde e desenvolva o hábito de consumir esses alimentos.

A implementação da gestão de custos seria o primeiro passo para auxiliar os agricultores no processo da tomada de decisão na propriedade como um todo, mas principalmente na formação do preço de venda do produto, visto que não há um cálculo feito com base na produção dos alimentos e sim com base nos preços dos supermercados.

Por fim, destaca-se que os objetivos dessa pesquisa foram alcançados, com o atendimento dos objetivos específicos determinados. Para caracterizar os empreendimentos rurais quanto a produção orgânica, foi constatado que os responsáveis pela produção são pessoas mais velhas, cuja a baixa escolaridade é predominante, e os núcleo familiares são pequenos. São produzidos apenas olerícolas e frutas, mais há o interesse de expandir a produção fabricando alimentos processados.

Quanto a Identificação do panorama de elementos utilizados pelos produtores de orgânicos que compõem o quadro produtivo, percebe-se que há uma variação entre os agricultores pois metade destes consideram alguns custos relacionados a produção como os insumos, os custos do serviço por hora e com espaço para a feira, os gastos com associação e com a certificação, os valores gastos com água, energia elétrica, combustível, telefone e internet. É importante destacar que os agricultores realizam um controle de produção em um caderno para apresentar ao IBD, onde são

descritas informações relacionadas sobre a propriedade, desde o plantio, colheita até perdas seja por consumo de animais ou por eventos climáticos. Também há uma caderneta para anotação dos gastos gerais, o que significa que estes agricultores familiares realizam uma forma de gestão na propriedade embora rústica. Essa forma de controle pode ser aprimorada para facilitar o serviço dos agricultores, como a utilização de uma planilha eletrônica.

Para analisar a tomada de decisão para formulação de preços que podem ser utilizadas para produtos orgânicos, percebe-se que não há uma formulação de preços aplicada conforme visto na literatura, mas é realizada uma média do preço pesquisado no supermercado e em outras feiras, para se ter como base de determinação do preço de venda dos seus produtos. Alguns agricultores até consideram a modificação no preço conforme a mudança climática impacta na produção dos alimentos, entretanto ainda não aplicam essa variação no seu preço de venda.

## **5.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS**

Como sugestões para trabalhos futuros alguns temas não foram complementados com essa pesquisa, a saber:

- Comparar a gestão de custos em associações com diferentes sistemas de certificação, sendo uma por auditoria e outra pelo sistema participativo;
- Verificar como um planejamento financeiro pode auxiliar um agricultor familiar a expandir o seu empreendimento;
- Desenvolver uma ferramenta para auxiliar o agricultor no processo da gestão de custos de uma propriedade agrícola familiar;
- Verificar se o agricultor familiar consegue obter lucro mesmo não formulando o preço de venda conforme expresso na literatura.

## REFERÊNCIAS

AERTSENS, J.; et al. Personal determinants of organic food consumption: a review. **British Food Journal**, v. 111, n. 10, p. 1140-1167, 2009.

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**, v. 8, n. 15, p. 1-30, 2013.

ARAÚJO, L. V.; SILVA, S. P. Agricultura familiar, dinâmica produtiva e estruturas de mercado na cadeia produtiva do leite: elementos para o desenvolvimento territorial no Noroeste de Minas. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 1, p. 52-79, jan-abr, 2014.

ASSEF, R. **Gerência de preços: como ferramenta de marketing**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ABREPRO. **Áreas e sub-áreas de Engenharia de Produção**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: < <http://www.abepro.org.br/interna.asp?p=399&m=424&s=1&c=362> >. Acesso em: 21 ago. 2016.

ASSOCIAÇÃO DE CERTIFICAÇÃO INSTITUTO BIODINÂMICO – IBD. **Serviços – Certificações**. Disponível em: <<http://ibd.com.br/pt/QuemSomos.aspx>> Acesso em: 23 jun. 2016.

AURIOL, E.; SCHILIZZI, S. G. M. Quality signaling through certification in developing countries. **Journal of Development Economics**, v. 116, p. 105-121, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **FAQ - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?PRONAFFAQ>> Acesso em: 22 jun. 2016.

BERACHA, E.; SEILER, M. J. The Effect of Listing Price Strategy on Transaction Selling Prices. **The Journal of Real Estate Finance and Economics**, v. 49, p. 237-255, 2014.

BIAGIO, L. A. **Como calcular o preço de venda + curso on-line**. São Paulo: Manole, 2013.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Lei Nº 10831, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 2003. Disponível em: <<http://sistemasweb.agricultura.gov.br/sislegis/action/detalhaAto.do?method=consultarLegislacaoFederal>> Acesso em: 22 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Gênero, agricultura familiar e reforma agrária no Mercosul**. Brasília: MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, 2006.

CARNEIRO, J. M. T.; et al. **Formação e administração de preços**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011. (Série Marketing).

CALLADO, A. A. C.; et al. **Agronegócio**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CARVALHO, T. M. de; LIMA, P. F. de; THOMÉ, K. M. Análise econômica dos tributos no agronegócio: custo de produção ou custo de transação. **Custos e @gronegócio on line** - v. 11, n. 1, p.71-95, 2015.

CÉSAR, A. S. da; BATALHA, M. O.; PIMENTA, M. L. A certificação orgânica como fator estratégico na governança das transações no mercado de alimentos. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 10, n. 3, p. 376-386, 2008.

CHEMIN B. F.; AHLERT L. A sucessão patrimonial na agricultura familiar. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 17, n. 1, p. 49-74, 2010.

CHMIELEWSKA, D.; SOUZA D.; LOURETE, A. A. **O programa de aquisição de alimentos da agricultura familiar (PAA) e as práticas dos agricultores participantes orientados ao mercado**: estudo de caso no estado de Sergipe. IPEA, 2010. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5061:o-programa-de-aquisicao-de-alimentos-da-agricultura-familiar-paa-e-as-praticas-dos-agricultores-participantes-orientadas-ao-mercado-estudo-de-caso-no-estado-de-sergipe&catid=170:2012&directory=1](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5061:o-programa-de-aquisicao-de-alimentos-da-agricultura-familiar-paa-e-as-praticas-dos-agricultores-participantes-orientadas-ao-mercado-estudo-de-caso-no-estado-de-sergipe&catid=170:2012&directory=1)> Acesso em: 15 jun. 2017.

CORBARI, E. C.; MACEDO, J. J. de. **Administração estratégica de custos**. Curitiba: IESDE, 2012.



COSTA, B. A. L.; AMORIM JUNIOR, P. C. G.; SILVA, M. G. da. As Cooperativas de Agricultura Familiar e o Mercado de Compras Governamentais em Minas Gerais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 53, n.1, p. 109-125, jan./mar, 2015.

COSTA, R. P. da; FERREIRA, H. A. S.; SARAIVA JÚNIOR, A. F. **Preços, orçamentos e custos industriais: fundamentos da gestão de custos e de preços industriais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

COSTA, Z. F. da; et al. **Características socioeconômicas da agricultura familiar produtora de milho: um estudo de caso dos produtores Pinhão-PR**. *Âmbiência Guarapuava (PR)* v.10, n.3, p. 807-828, 2014.

COURA, B.; et al. **Gestão de custos em saúde**. 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009. (Série Gestão em Saúde).

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.

DIAS, T. F.; et al. O Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) como estratégia de inserção socioeconômica: o caso do Território da Cidadania Sertão do Apodi (RN). **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 9, n. 3, p. 100-129, set-dez/2013.

EMATER. **Programas PNAE e PAA**. Disponível em: <<http://www.emater.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=148>> Acesso em: 22 jun. 2016.

FAO. **OCDE – FAO Perspectivas Agrícolas 2015-2024**. Disponível em: <[www.fao.org/3/b-i4761o.pdf](http://www.fao.org/3/b-i4761o.pdf)> Acesso em: 10 nov. 2016.

FINATTO, R. A.; SALAMONI, G. **Agricultura familiar e agroecologia: perfil da produção de base agroecológica do município de Pelotas/RS**. *Sociedade & Natureza, Uberlândia*, v. 20, n. 2, p. 199-217, 2008.

FRANCO, C.; et al. Análise das relações custo, volume e lucro (CVL) na agricultura: estudo multicaso na produção de soja em Diamantino/MT. **Custos e @gronegócio on line**, v. 11, n. 4, p. 167-188, 2015.

FRÖHLICH, E. R.; DORNELES, B. S. **Elaboração de monografia na área de desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade Gerencial**. 14 ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

GEHLEN, I.; MOCELIN, D. G. **Organização Social e Movimentos Sociais Rurais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GUIMARÃES NETO, O. **Análise de custos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012.

HSU, C. L.; CHEN, M. C. Explaining consumer attitudes and purchase intentions toward organic food: Contributions from regulatory fit and consumer characteristics. **Food Quality and Preference**, v. 35, p. 6-13, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Paraná**: Ponta Grossa. Disponível em:  
<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=411990&search=parana|ponta-grossa|infograficos:-informacoes-completas>> Acesso em: 22 ago. 2017.

JANSSEN, M.; HAMM, U. Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. **Food Quality and Preference**, v. 25, p. 9-22, 2012.

KUNZLER, M. T.; BULGACOV, S. As estratégias competitivas e colaborativas e os resultados individuais e coletivos no associativismo rural em Quatro Pontes (PR). **Revista de administração pública – RAP Rio de Janeiro**, v. 45, n. 5, p.1363-393, 2011.

LEÃO, N. S. **Formação de preços de serviços e produtos**. São Paulo: Nobel, 2008.

LEE, H. J.; YUN, Z. S. Consumers perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. **Food Quality and Preference**, v. 39, p. 259-267, 2015.

LOPES, J. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: ed. Universitária da UFPE, 2006.

MACHADO, D. G.; SOUZA, M. A. de. Análise das relações entre a gestão de custos e a gestão do preço de venda: um estudo das práticas adotadas por empresas industriais conserveiras estabelecidas no RS. **Revista Universo Contábil**, v. 2, n. 1, p. 42-60, 2006.

MARIAN, L.; et al. The role of price as a product attribute in the organic food context: An exploration based on actual purchase data. **Food Quality and Preference**, v. 37, p. 52-60, 2014.

MARQUES, W. L. **Contabilidade pública e orçamento**. Cianorte: Clube dos Autores, 2013.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEDEIROS, A. F. Q.; et al. Controle e apuração de resultado na agricultura familiar sob a ótica da sustentabilidade de produtores rurais. **Custos e @gronegocio on line**, v. 8, n. 3, p. 164-171, 2012.

MIGUEL, P. A. C.; et al. **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier: ABEPRO, 2012.

MINAYO, M. C. S. de; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 25 ed. Petrópolis: editora Vozes, 2007.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – MDA. **PAA**. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-paa/sobre-o-programa>> Acesso em: 22 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. **Endereços de certificadoras**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/ENDEREOSDECERTIFICADORASEOPAC.pdf>> Acesso em: 22 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. **Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>> Acesso em: 22 ago. 2017.

MOREIRA, A. C. S. S. da; MELO, J. F. M. M. de; CARVALHO, J. R. M. de. Gestão de custos em uma propriedade rural do ramo de Hortaliças. **Custos e @gronegocio on line**, v. 12, n. 2, p. 298-332, 2016.

MOREIRA, J. R.; BRUNO, R. **Dimensões rurais de políticas brasileiras**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

MOREIRA, V. R. R. da. **Desafios da produção de sementes de hortaliças em associações de agricultores orgânicos e biodinâmicos no sul de Minas Gerais**. 2017. 122 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Desenvolvimento Sustentável e Extensão) – Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, Universidade Federal de Lavras, Lavras MG, 2017.

NASCIMENTO, K. de O. do; et al. A importância do estímulo à certificação de produtos orgânicos. **Acta Tecnológica**, v. 7, n. 2, p. 55-64, 2012.

ORGANICSNET. **Mercado de orgânicos cresce o dobro no Brasil**. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2016/01/mercado-de-organicos-cresce-o-dobro-no-brasil/>> Acesso em: 22 jun. 2016.

PADUA, J. B. **Produção e comercialização de produtos orgânicos pela agricultura familiar em Mato Grosso do Sul**. 2014. 83 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Programa de Pós Graduação em Agronegócios, Universidade Federal de Grande Dourados, Dourados MS, 2014.

PADUA, J. B.; SCHLINDWEIN, M. M.; GOMES, E. P. Agricultura familiar e produção orgânica: uma análise comparativa considerando os dados dos censos de 1996 e 2006. **Interações**, Campo Grande, v. 14, n. 2, p. 225-235, jul./dez. 2013.

PERON, A. C. P; CATAPAN, A.; NASCIMENTO, D. E. do. Análise dos custos de produção, expectativas de retorno e riscos da plantação de hortaliças para a merenda escolar no programa agricultura familiar: estudo de caso no município de Quatro Barras/PR. **Custos e @gronegocio on line**, v. 13, p. 96-14, 2017.

PINZAN, A. F. **Métodos de custeio e seus propósitos de uso**: análise por meio de estudo de casos múltiplos. 2013. 136 f. Dissertação (Pós-Graduação em Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade) Universidade de São Paulo, 2013.

PORTAL DE CONTABILIDADE. **Custeio por absorção contábil**. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custeiorabsorcao.htm>> Acesso em: 23 jun. 2016.

PORTO, G. **Formação e gestão de preços**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014. (Série Gestão Comercial).

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **A cidade**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/acidade#caracteristicas>>\_Acesso em: 22 ago. 2017.

RIBEIRO, V. S.; SALAMONI, G.; COSTA, A. J. V. Caracterização dos agricultores familiares de base agroecológica do município de Pelotas – RS. In: V ENCONTRO DE GRUPOS DE PESQUISA, **Anais...** RS, 2009, p. 2009.

RICHARDS, T. J.; LIAUKONYTE, J.; STRELETSKAYA, N. A. Personalized pricing and price fairness. **International Journal of Industrial Organization**, v. 44, p. 138-153, 2016.

RODRIGUES, B. A. **Planejamento estratégico para comercialização de produtos da agricultura familiar**. 2017. 93 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2017.

SANGALLI, A. R.; et al. Associativismo na agricultura familiar: contribuições para o estudo do desenvolvimento no assentamento rural lagoa grande, em Dourados (MS), Brasil. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 17, n. 2, p. 225-238, 2015.

SANTOS, C. F. dos; et al. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Ambiente & Sociedade São Paulo**, v. 17, n. 2, p. 33-52, 2014.

SANTOS, C. F. dos; et al. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Ambiente & Sociedade São Paulo**, v. 17, n. 2, p. 33-52, 2014.

SCALCO, A. R.; SERVI, R. G. Manutenção da certificação orgânica em produtores rurais. **Revista em Agronegócios e Meio Ambiente**, v.7, n.3, p. 515-534, 2014.

SCHNEIDER, M. J.; et al. A Participação da Agricultura Familiar na Defesa do Direito à Alimentação Escolar Saudável no Município de Missal – Paraná. **Cadernos de Pesquisa: Pensamento Educacional**, Curitiba, v. 10, p.316-345, 2015.

SCHNEIDER, S. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 51, p. 99-121, fev., 2003.

SCHULTZ, G.; SOUZA, M. de; JANDREY, W. F. Motivações e acesso aos canais de comercialização pelos agricultores familiares que atuam com produção orgânica na

Região da Serra Gaúcha. **Redes - Santa Cruz do Sul**: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 3, 2017.

SECRETÁRIA DE ESTADO DE PRODUÇÃO E AGRICULTURA FAMILIAR – SEPAF. **Mapa da agricultura orgânica mostra oportunidades e gargalos**. Disponível em: < <http://www.sepaf.ms.gov.br/mapa-da-agricultura-organica-mostra-oportunidades-e-gargalos/>> Acesso em: 22 jun. 2016.

SILVA, L.; SILVA, N. **Agricultura, saúde e ambiente**: Acúmulo de nitrato em hortaliças. São Paulo: Clube dos Autores, 2011.

SILVA, W. H. da; et al. Custos logísticos associados ao comércio institucional de alimentos na agricultura familiar: o caso do programa nacional de alimentação escolar (PNAE). 54º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural **Anais...** Maceio/AL 2016.

SIMONETTI, D. **Mudanças institucionais na produção de soja orgânica em Capanema, PR**. 2015. 96 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2015.

STEFANO, N. M. Quadro atual dos produtos orgânicos e comportamento do consumidor. **Revista de Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade**, v. 8, n. 1, 2013.

TACONI NETO, E. A. Fatores que afetam a competitividade na produção de hortaliças orgânicas no estado do Rio Grande do Norte. 2006. 89 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2006.

TARSITANO, M. A. A.; et al. **Caracterização dos produtores familiares no município de Monções, estado de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/08O390.pdf>> Acesso em: 3 dez. 2016.

TASSI, M. E. V. Z. **Certificação participativa e compra coletiva de alimentos ecológicos: redes locais construindo mercados cooperativos, um estudo na região de Campinas - SP**. 2011. 195 f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, 2011.

TERRAZZAN, P.; VALARINI, P. J. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, SP, v.39, n.11, nov. 2009.

THOMSON, C. R. **Sistemas participativos de garantia: o caso da Associação de agricultura natural de Campinas (SP) e região muito além do controle**. 2014. 111 f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, 2014.

TSELEMPIS, D.; et al. Is quality certification in fruit and vegetable production a market-driven choice in Greece? **Agricultural and Food Economics**, v. 3, p. 1-12, 2015.

VALE, A. P. do. **Associativismo e produção orgânica como uma alternativa para a agricultura familiar: o caso Aruatã**. 2003. 122 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia Centro Federal De Educação Tecnológica do Paraná, Curitiba 2003.

VELDSTRA, M. D.; ALEXANDER, C. E.; MARSHALL, M. To certify or not to certify? Separating the organic production and certification decisions. **Food Policy**, v. 49, p. 429-436, 2014.

VIEIRA, E. P. **Custos e formação do preço de venda**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2008. (Coleção educação a distância. Série livro - texto).

WANG, Y.; ZHU, Z.; CHU, F. Organic vs. Non-Organic Food Products: credence and price competition. **Sustainability**, v. 9, p. 1-27, 2017.

ZAHAIKEVITCH, E. V. **Identificação dos principais atributos dos produtos para formação do preço de venda: um estudo de caso nas micro e pequenas empresas da região de Irati - PR**. 2012. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Engenharia da Produção) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2012.

ZHANG, Q.; SEETHARAMAN, P. B.; NARASIMHAN, C. The indirect impact of price deals on households' purchase decisions through the formation of expected future prices. **Journal of Retailing**, v. 88, p. 88-101, 2012.

## **APÊNDICE A – Questionário de Pesquisa**



## Questionário para os Agricultores Familiares

Data da Entrevista: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_.

Nome do entrevistado: \_\_\_\_\_

Telefone para contato: \_\_\_\_\_

### Parte I - PERFIL DO EMPREENDIMENTO AGRÍCOLA FAMILIAR

1. Nome do responsável pela propriedade:

\_\_\_\_\_

2. Localização da propriedade (comunidade/distrito/localidade):

\_\_\_\_\_

3. Há quanto tempo (anos) o núcleo familiar trabalha com agricultura familiar?

\_\_\_\_\_

4. Composição e ocupação dos membros da unidade familiar:

Nº	(a) Parentesco com o responsável	(b) Gênero	(c) Idade	(d) Escolaridade	(e) Ocupação principal	(f) Dedicação à atividade agrícola familiar
1	<b>Responsável</b>					
2						
3						

<b>a. Parentesco com o responsável</b> 1. Cônjuge 2. Filho/Filha 3. Pai/Mãe/Sogro(a) 4. Nora/genro 5. Neto(a) 6. Agregados 7. Outros <b>B. Sexo</b> 1. Masculino 2. Feminino	<b>d. Escolaridade</b> 1. Sem Escolaridade 2. Primeiro Grau Incompleto 3. Primeiro Grau Completo 4. Segundo Grau Incompleto 5. Segundo Grau Completo 6. Superior Incompleto 7. Superior Completo 8. Pós Graduação	<b>e. Ocupação principal</b> 1. Produção Agrícola Familiar 2. Trabalho Assalariado Não Ligado À Agricultura Familiar 3. Serviço Público 4. Estudante 5. Aposentado(A) 6. Outros (Especificar)	<b>f. Dedicação à atividade agrícola familiar/</b> 1. 100% Do Tempo De Trabalho Total 2. Entre 50% E 80% Do Tempo De Trabalho Total 3. Menos Que 50% Do Tempo De Trabalho Total 4. Trabalhos Esporádicos 5. Não Há Dedicação
--	---	---	---

### Parte II – HISTÓRICO DA PROPRIEDADE

5. Qual é a condição legal da propriedade?

( ) Própria    ( ) Posse    ( ) Parceria    ( ) Arrendada    ( ) Outros: \_\_\_\_\_

6. Qual é a origem da propriedade da família?

- ( ) Compra de parentes                              ( ) Assentamento                              ( ) Doação  
 ( ) Herança de pai ou mãe                              ( ) Compra de terceiros  
 ( ) Outros (especificar) : \_\_\_\_\_

7. Há quanto tempo (anos) a família possui essa propriedade?

\_\_\_\_\_

### Parte III – CERTIFICAÇÃO

8. A produção da propriedade é totalmente certificada?

- ( ) Totalmente certificada                              ( ) Parcialmente certificada

9. Quais são as certificações que a propriedade possui?

\_\_\_\_\_

10. Há quanto tempo (anos) a propriedade possui certificado de produção orgânica?

\_\_\_\_\_

11. Qual é o custo anual para poder vender os produtos de maneira certificada?

\_\_\_\_\_

12. A produção certificada proporciona a possibilidade de conseguir descontos na compra de insumos?

- ( ) Sim                              ( ) Não

### Parte IV – CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

13. Quais produtos orgânicos sua família produz?

- ( ) Olerícolas                              ( ) Frutas                              ( ) Carnes e Ovos  
 ( ) Produtos Processados                              ( ) Outros: \_\_\_\_\_

**\*Olerícolas:** Hortaliças, verduras, legumes e tubérculos.

**\*\*Produtos processados:** queijos, doces, compotas, panificados, bebidas, entre outros.

14. Dos itens produzidos, qual produto de cada classe tem maior volume (peso/ quantidade/litro) de produção anual?

	Produto	Volume de prod. Anual
Olerícolas		
Frutas		
Outros		

15. Dos itens produzidos, qual produto de cada classe gera o maior e o menor faturamento anual?

	Produto	Maior Faturamento	Menor Faturamento
Olerícolas			
Frutas			
Outros			

16. Considerando o seu faturamento anual, qual é o faturamento com cada classe de produção?

	Faturamento Anual aproximado por classe
Olerícolas	
Frutas	
Outros	

17. São utilizados equipamentos para a produção? Em caso afirmativo, quais?

Equipamento	(a) Quantidade	(b) Condição

(b) Condição: Próprio, alugado, associado, outros (especificar).

18. A produção orgânica tem um custo mais elevado que a produção convencional? Especificar.

---

### Parte V – CARACTERIZAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO

19. Atualmente, quais são os canais e a frequência semanal de comercialização da produção orgânica familiar?

Frequência Semanal*	Canal de comercialização
	1. Participação em feiras
	2. Venda porta a porta
	3. Venda ambulante por veículos (caminhonete, caminhão, entre outros)
	4. Distribuição em mercados locais
	5. Eventos municipais, estaduais ou federais (feiras, exposições...)
	6. Distribuição para redes de supermercados
	7. Programas governamentais PAA e PNAE
	8. Outros programas governamentais (especificar)
	9. Outros canais (especificar)

\*Frequência semanal: (1) De uma a duas vezes por semana; (2) De três a quatro vezes por semana; (3) De cinco a seis vezes por semana; (4) Diariamente

20. Qual é o custo dos canais utilizados para manter a comercialização dos produtos orgânicos?

Canal de comercialização	Custo Mensal	Custo Anual
1. Participação em feiras		
2. Venda porta a porta		
3. Venda ambulante por veículos (caminhonete, caminhão, entre outros)		
4. Distribuição em mercados locais		

5. Eventos municipais, estaduais ou federais (feiras, exposições...)		
6. Distribuição para redes de supermercados		
7. Programas governamentais PAA e PNAE		
8. Outros programas governamentais (especificar)		
9. Outros canais (especificar)		

21. Em relação a sua produção total mensal, qual é o volume (em proporção – de KG) destinado a cada um dos canais de comercialização?

Volume mensal (%)	Canal de comercialização
	1. Participação em feiras
	2. Venda porta a porta
	3. Venda ambulante por veículos (caminhonete, caminhão, entre outros)
	4. Distribuição em mercados locais
	5. Eventos municipais, estaduais ou federais (feiras, exposições...)
	6. Distribuição para redes de supermercados
	7. Programas governamentais PAA e PNAE
	8. Outros programas governamentais (especificar) _____
	9. Outros canais (especificar) _____

22. Com relação aos órgãos públicos locais e regionais quais destes interagem ou interagiram com os produtores de orgânicos e o qual benefício foi oferecido?

Órgãos públicos locais e regionais	Não interagem	Interagem	Interagiu em algum momento	Benefício da Interação
Secretária da Agricultura				
Prefeitura				
Emater				
Sindicato dos trabalhadores rurais				
Universidades (citar quais)				
ONG'S (citar quais)				
Senar				
Outros (citar quais)				

(1) recursos

(2) informações

(3) eventos

(4) técnicas

(5) projetos

(6) locais de comercialização

### Parte VI – COMPOSIÇÃO DE CUSTOS

23. Em que período a sua família obtém a renda da venda dos produtos? E qual é o valor aproximado?

( ) Semanalmente

( ) Mensalmente

( ) Anualmente

Valor: \_\_\_\_\_

24. Como é feito o controle de gastos em sua propriedade?

( ) Caderneta de anotação

( ) Controle por planilha

( ) Controle por sistema

( ) Não faz controle

( ) Conta corrente no banco

25. Quando o(a) senhor(a) formula o preço do seu produto, é levado em conta os preços dos insumos?

Explique.

( ) Sim                      ( ) Não

**26.** Quando o(a) senhor(a) determina o seu preço de venda é considerado algum dos seguintes itens?

- ( ) Valor dos produtos dos mercados                      ( ) Valor dos produtos das feiras  
 ( ) Clientes    ( ) Local de venda  
 ( ) Outros. Quais: \_\_\_\_\_

**27.** Com relação aos custos diretos e indiretos, quais são os itens que o agricultor familiar, utiliza na composição do custo dos produtos?

Custos	Itens	Utiliza	
		Sim	Não
<b>Custos Diretos</b>	Salários		
	Encargos		
	Horas trabalhadas por empregado/mês		
	Custo do serviço por hora		
	Tempo gasto para realizar o serviço		
	Arrendamento		
	Associação		
	Certificação (custos com taxas anuais)		
<b>Custos Indiretos</b>	Feiras (custo do aluguel do espaço).		
	Mão-de-obra indireta		
	Encargos		
	Depreciação		
	Materiais indiretos		
	Seguros		
	Energia elétrica		
	Água		
	Telefone/Internet		
Combustível			

**28.** Com relação aos produtos vendidos estabeleça os itens que são solicitados.

Produto	Unidade de medida de venda	Preço de venda

\*Unidade de medida de venda: (1) KG                      (2) Unidade                      (3) Litro

### Parte VII – FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

**29.** Como o agricultor familiar estabelece a sua política de preços em função dos objetivos? (Anotar uma ou mais opções conforme o caso).

- ( ) Penetração no mercado                      ( ) Maximização do lucro                      ( ) Recuperação do caixa  
 ( ) Preço / qualidade                      ( ) Preço/oportunidade                      ( ) Outros. Quais? \_\_\_\_\_

**30.** Situações em que as decisões de formação de preço de venda são da maior importância: (Anotar uma ou mais opções conforme o caso)

- ( ) Quando o agricultor familiar tem de estabelecer o preço pela primeira vez.
- ( ) Quando as circunstâncias levam o agricultor familiar a considerar as possibilidades de alterar os preços.
- ( ) Quando o agricultor familiar produz produtos com demandas e/ou custos inter-relacionados.
- ( ) Outros. Quais? \_\_\_\_\_

**31.** O agricultor familiar já teve problemas ao determinar o preço de venda (por não apurar/adicionar custos aos produtos), tais como: (Anotar uma ou mais opções conforme o caso)

- ( ) Preço de venda abaixo do real, o que diminui os lucros da empresa.
- ( ) Preço de venda acima do real, o que dificulta as vendas.
- ( ) Fabricação de produtos que dão pouco lucro em detrimento de outros mais rentáveis, ocasionando má alocação dos recursos.
- ( ) Esforço de venda não orientado para produtos mais lucrativos.
- ( ) Dificuldades para identificar e fixar ações para redução de custos e despesas, levando a empresa a operar com custos e despesas mais altos do que deveria.
- ( ) Outros. Quais? \_\_\_\_\_

**32.** Outras considerações e ou complementações.

---

---