

ANÁLISE SÓCIO-ECONÔMICA DE PRODUTORES RURAIS DE 2 LOCALIDADES: LAJEADO DOS PINTOS E SANTA TERESINHA, CONCÓRDIA, SANTA¹

*Leandro de Oliveira²; Tuane Carla Roncaglio³; Andressa Aparecida Pelizzer⁴;
Mario Lettieri Teixeira⁵*

INTRODUÇÃO

O planejamento de uma propriedade rural é de extrema importância para a sobrevivência do pequeno produtor. A redução de custos na produção por meio da implantação de novas tecnologias é uma opção a ser considerada pelos agricultores. Mas para isto acontecer é necessário mostrar a importância de uma análise socioeconômica sobre o perfil de cada propriedade, pois cada uma delas pode apresentar particularidades, desta forma, o que se aplica a uma não se aplica a outra. Para atingir este objetivo é necessário fazer uma pesquisa metodológica sobre o assunto, com o objetivo específico de avaliar a viabilidade econômica de cada propriedade. A implantação de novas tecnologias visa reduzir os custos com materiais e insumos, mão-de-obra e evitar desperdícios, entre outros.

Para desenvolver este estudo de pesquisa é necessário em primeiro lugar a conscientização dos agricultores e em segundo momento, uma pesquisa teórico-bibliográfica e de coleta de dados com a utilização de questionários aplicados aos pequenos proprietários de 2 localidades, Lageado dos Pintos e Santa Teresinha no município de Concórdia, Santa Catarina.

Desta forma, este estudo é de suma importância, pois mostrará a importância da realização de trabalhos nesta área, e que sem planejamento econômico a chance de errar na implantação de um empreendimento é extremamente elevada.

¹O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil

²Aluno do Curso Técnico em Agropecuária Integrado ao Ensino Médio. Instituto Federal Catarinense – Campus Concórdia

³Aluno do Curso Técnico em Alimentos Integrado ao Ensino Médio. Instituto Federal Catarinense – Campus Concórdia

⁴Aluno do Curso Técnico em Alimentos Integrado ao Ensino Médio. Instituto Federal Catarinense – Campus Concórdia

⁵Professor Orientador do Instituto Federal Catarinense – Campus Concórdia. E-mail: mario.lettieri@ifc-concordia.edu.br

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Coleta de dados

Os dados dos produtores rurais foram coletados através de entrevistas e questionários aplicados pelo professor orientador e pelo aluno. As perguntas abordaram aspectos econômicos, tais como: área da propriedade, renda per capita familiar, gama de produtos, entre outros. As localidades escolhidas para este estudo foram a de Lajeado dos Pintos e a de Santa Teresinha.

Análise dos dados

A compilação dos dados foi realizada na forma de questionário.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O município de Concórdia está localizado no Oeste Catarinense, na mesorregião da Grande Fronteira Mercosul, microrregião do Alto Uruguai Catarinense, considerada uma região de grande importância, devido seu potencial sócio econômico, onde a principal base da economia do município está centrada em atividades industriais, comerciais e agrícolas. As comunidades estão tentando sobreviver economicamente por meio da criação de ferramentas que possibilitem tal objetivo, entre as quais foram citadas no questionário, feiras agroecológicas e eventos (festas tradicionais, como costelão, por exemplo). As feiras tem se tornado cada vez mais importantes, pois nestas oportunidades os produtos comercializados são provenientes das próprias comunidades. Os produtos citados no questionário foram: comercialização de flores, bolachas, cachaça, açúcar mascavo, geléias, artesanatos, entre outros.

Uma perspectiva econômica elencada no questionário foi à criação de projetos com outras instituições/entidades, como a parceria entre a Associação de Agroturismo Caminho da Roça com a Prefeitura Municipal de Concórdia para a produção orgânica e posterior compra destes produtos pela comunidade concordiense.

Segundo Kotler (1998), a atividade comercial por sua vez é considerada um sistema de entradas e saídas onde os recursos monetários, humanos e materiais são convertidos na saída ou no produto. A fim de se manter no negócio, é

necessário que as empresas gerem lucro. Independente da situação de uma empresa, de seus resultados no passado e de sua lucratividade atual, a primeira preocupação de quem dirige um negócio é mantê-lo competitivo (RATTO, 2004). Desta forma, esta relação deve ser mantida e a mesma tem evoluído no propósito de fornecer um produto de qualidade por um preço considerado competitivo no mercado (KOTLER, 1998).

O ambiente empresarial como um todo tem passado por grandes e frequentes mudanças nos processos de negócios das empresas (propriedades rurais). Devido a fatores como globalização e novas tecnologias, esse quadro tem exigido das organizações uma série de ajustes na estrutura como um todo e constantes adaptações às novas demandas do mercado (ALVES, 2003).

Sabendo destes pontos, as comunidades estão atentas à questão de obter vantagens competitivas, as quais resultam da habilidade da empresa em desempenhar as atividades necessárias a um custo total inferior aos dos rivais ou em exercer certas atividades de um modo exclusivo, que gere determinado valor par o cliente e não esteja vinculado a preço (PORTER, 1999).

Em qualquer ramo de atividade é importante que exista a mensuração adequada dos custos para produzir um bem ou prestar um serviço. Essa mensuração deve ser apresentada em relatório de fácil compreensão que irá auxiliar o empresário na condução do negócio (KOTLER, 2002).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O maior desafio para o ramo agrícola é sem dúvida tornar-se economicamente rentável, sem se distanciar dos valores éticos e sociais. Considerando que a econômica brasileira é direcionada a lucratividade, as propriedades rurais devem se manter financeiramente rentável por meio de ferramentas utilizadas por qualquer tipo de empresa, como fluxo de caixa, planejamento econômico, entre outros.

Quando observada esta realidade, surgem algumas questões que merecem atenção, na tentativa de entendê-las e solucioná-las, como por exemplo: Como a propriedade rural pode se manter neste mercado? Como aumentar a produtividade por hectare? E ainda, como diminuir a influência das condições climáticas na produção? A busca por um produto de qualidade é o desejo de todo

produtor. Desta forma, um correto diagnóstico das potencialidades de cada propriedade é de essencial para o sucesso deste empreendimento.

REFERÊNCIAS

ALVES, Valdir M. **Adoção do conceito de estratégia na gestão das pequenas e médias empresas localizadas na região da grande Goiânia.** 2003. F.168.

Dissertação (Mestre em Engenharia de Produção) – Curso de pós-graduação em Engenharia de Produção. UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip. **Marketing de serviços profissionais.** 2ª ed. São Paulo: Manole, 2002.

PORTER, Michael E. **Competição estratégias competitivas essenciais.** 9 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RATTO, Luiz. **Comércio:** Um mundo de Negócios. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2004.