

Perfil do Produtor Rural Usuário do Mercado Livre do Produtor – MLP na CeasaMinas – Unidade Grande Belo Horizonte

Altivo R. A. de Almeida Cunha¹
Wilson Guide da Veiga Junior²
Tarcisio Fernandes Caetano da Silva³
David Benedito da Conceição⁴
Enio de Paula Rosa⁵

Resumo

Este estudo objetiva traçar o perfil do produtor rural usuário do Mercado Livre do Produtor (MLP) da unidade Grande BH da CeasaMinas. Para tanto é exposta a oferta de produtos naquele espaço buscando sua regionalização geográfica e é estabelecida a caracterização dos produtores cadastrados junto à CeasaMinas. Ato contínuo passa-se ao relato dos resultados de uma pesquisa aplicada a produtores buscando identificar o destino da produção, logística de transporte, acesso à informação, técnicas de produção, conhecimento sobre legislação e perspectivas futuras. É constatada, entre outras características, excessiva postura conservadora por parte do produtor.

Palavras-Chave: Perfil, Produtor, MLP, CeasaMinas, Produção

Área Temática 2: Economia

1 INTRODUÇÃO

As Centrais de abastecimento (Ceasas) foram criadas com o objetivo de estruturar o sistema nacional de abastecimento através da institucionalização dos mercados, do aumento da produtividade e da estrutura de distribuição de alimentos. Alguns resultados importantes foram observados a partir da criação dessas Centrais, como a contribuição no combate à elevação dos preços dos gêneros alimentícios, a organização do mercado e a formação das cadeias produtivas.

Em um país de dimensões expressivas como o Brasil, a fragmentação da oferta de produtos agrícolas contribui para a elevação dos preços, devido ao encarecimento da logística. As Ceasas colaboram no equacionamento desta questão, na medida em que se posicionam como espaços de concentração da oferta e da procura.

De forma geral, os Mercados Livres dos Produtores (MLPs) ocupam o lugar de destaque nas Centrais de abastecimento, em torno dos quais se estrutura toda atividade atacadista especializada e de serviços complementares ao abastecimento. Seu intuito é o de garantir um espaço exclusivo de comércio para a produção de hortigranjeiros.

No caso das Centrais de Abastecimento de Minas Gerais, este espaço vem se consolidando ao longo dos anos como um excelente vetor de difusão de políticas públicas, sobretudo aquelas ligadas às áreas sociais e de abastecimento. O presente trabalho traça o perfil dos

¹ Eng. Agrônomo, Doutor em Economia, Professor Unifem.

² Economista, Gestor do Departamento Técnico da Ceasaminas.

³ Estatístico, Coordenador da Seção de Estudos Estratégicos do Departamento Técnico da CeasaMinas

⁴ Graduando em Agronomia, Orientador de Mercado do Departamento Técnico da CeasaMinas

⁵ Administrador – Assist. Técnico da Seção de Estudos Estratégicos do Departamento Técnico da CeasaMinas

produtores que comercializam no MLP da unidade Grande BH da CeasaMinas, em uma perspectiva posterior e mais abrangente à desenvolvida em Gomes et. al (2005) e Cunha et. al. (2006).

O item 2 apresenta a metodologia da pesquisa baseada em dados primários gerados pelo cadastro de produtores e por uma pesquisa quantitativa direta com produtores que atuam regularmente no MLP da CeasaMinas.

O item 3 desenvolve um breve relato acerca das características da importância do MLP e de sua expressividade em termos de oferta para o ano de 2012. .

O item 4 desenvolve a caracterização espacial da produção e da oferta, baseada na análise das informações do banco de dados do entreposto referente ao registro da oferta e comercialização no MLP.

O item 5 apresenta os dados da pesquisa direta com os produtores e aborda características de condição do produtor relativos à relação de propriedade, exploração da terra e enquadramento na agricultura familiar, identificação de características individuais (gênero, idade, educação). São também avaliados, a partir de pesquisa quanti-qualitativa as opiniões dos produtores referente a aspectos como o destino da produção, logística de transporte, acesso à informação, técnicas de produção, conhecimento sobre legislação e perspectivas futuras.

O mérito deste artigo reside na importância da caracterização de produtores em Centrais de Abastecimento. Como afirma Cunha (2013), existem poucos estudos de perfil dos produtores, uma vez que os departamentos técnicos das Centrais de abastecimento, de forma geral, priorizam estudos de mercado e de produtos.

2 METODOLOGIA

Os dados de entrada de produtos nos entrepostos da CeasaMinas são coletados por orientadores de mercado na portaria de forma obrigatória no dia de sua entrada. Produtos de origem interestadual ou internacional são registrados mediante notas fiscais e produtos hortifrutícolas com origem no estado de Minas Gerais que têm isenção de ICMS são registrados mediante registros de coleta próprios da Central (“romaneios”) que têm validade reconhecida pela Secretaria Estadual da Fazenda do Estado de Minas Gerais. Os dados de notas fiscais e romaneios são processados e organizados informacionalmente em um banco de dados que inclui, além dos dados comerciais, informações relativas ao tipo de produtos e suas variedades, quantidade e origem municipal. O banco de dados da CeasaMinas, alimentado diariamente, possui uma das maiores séries históricas das Centrais de Abastecimento brasileiras.

A identificação da origem dos produtos por mesorregiões segue a divisão administrativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, tendo os mapas sido gerados pelo software Mapinfo.

Os produtores que atuam comercialmente no MLP da CeasaMinas devem ser cadastrados previamente, fornecendo informações pessoais e de exploração agrícola. Este cadastro é organizado em um banco de dados da “Central do Produtor” que reúne, desde 2006, informações relativas à informações pessoais, sociais e características da exploração agrícola dos produtores rurais.

O cadastro realizado na “Central do Produtor” da CeasaMinas tem diversas funções gerenciais e informacionais. Do ponto de vista gerencial, é fundamental para administrar o acesso dos produtores aos mercados atacadistas, principalmente para as áreas de comércio exclusivo ou preferencial destinadas aos produtores, nos “Mercados Livres do Produtor”. Do ponto de vista da geração de informações estratégicas para o sistema, permite identificar o perfil sócio-econômico e produtivo dos produtores e identificar tendências e padrões de fornecimento. Ainda mais, permite estabelecer relações geográficas de fornecimento, identificando padrões regionais, micro regionais e municipais de fornecimento para os mercados atacadistas.

Em 2013, o MLP do entreposto da Grande BH (município de Contagem) contava com 1.981 rurais ativos.

Para estruturação de perfil dos produtores foi realizada pesquisa com amostra representativa dos produtores que comercializam no MLP, tendo sido realizadas 208 entrevistas (erro amostral de cerca 6%, e nível de confiança de 95%).

A coleta de dados deu-se nos meses de maio e junho de 2013, mediante aplicação de questionário estruturado aos produtores ou seus representantes.

3. IMPORTÂNCIA DO MERCADO LIVRE DO PRODUTOR – MLP

Ao contrário do que sugere a nomenclatura do “*Mercado Livre do Produtor*”, suas características organizacionais o qualificam como um mercado com características bem regulamentadas e idiossincráticas. O MLP dos entrepostos da Grande BH funciona desde 1975 e atualmente tem 20.000 m² de área total coberta com 1.450 módulos comerciais. Nele interagem diariamente produtores rurais e seus representantes, carregadores, serviços de alimentação, caminhoneiros e compradores, externos ou compradores de atacadistas situados no entreposto. Caracteriza-se por uma atividade comercial com tempo determinado e sem infraestrutura para estocagem. É o que se convencionou chamar de *mercado spot*.

O MLP é um espaço exclusivo para produtores ou associações de produtores rurais que têm explorações agrícolas no Estado de Minas Gerais.

As normas de comercialização neste espaço são regidas por um regulamento específico (*regulamento de mercado*) que estabelece normas para o relacionamento comercial dos espaços dedicados para comercialização exclusiva por produtores rurais. As áreas de ocupação individual do MLP chamados de “módulos” são caracterizadas pela ocupação temporária (diária) de áreas físicas delimitadas em galpões abertos e cobertos. (Cunha, 2010)

O regulamento contém normas comerciais, padrões logísticos e organizacionais que estabelecem os direitos, obrigações, restrições e eventuais penalidades aos agentes comerciais nos entrepostos. Além das obrigações tarifárias (aluguel diário, marcação de áreas por setor) são determinados os horários de início e término de comercialização, as regras de carga e descarga, a ação dos carregadores, o tipo de embalagem, o peso da embalagem por tipo de produto e o atendimento a normas sanitárias.

A atividade comercial é acompanhada e fiscalizada por “orientadores de mercado”, profissionais que tem no mínimo formação obrigatória de técnicos agrícolas e que têm autoridade normativa para autuar, multar e confiscar produtos e encerrar a atividade comercial do produtor que não esteja em conformidade comercial.

É interessante observar que as determinações dos regulamentos de mercado afetam o sistema comercial além dos limites do entreposto atacadista. A definição do horário de comercialização (para o período de comercialização, carga e descarga) tem expressivo impacto sobre a organização da atividade produtiva, influenciando a logística de carregamento e transporte da produção rural até os entrepostos, a organização do trabalho da atividade agrícola, bem como o padrão de qualidade do produto determinado pelo stress biológico de movimentação e conservação dos vegetais frescos.

No ano de 2012, o setor de hortigranjeiros do MLP foi responsável por 35% da quantidade total comercializada na unidade Grande BH da CeasaMinas e 28% do valor total transacionado naquele ano. Esta atividade envolveu 2.500 produtores mineiros provenientes das mais diversas mesorregiões do estado.

No âmbito do MLP, relativamente a todo o entreposto, foram ofertados em 2012 57% dos produtos integrantes do grupo das hortaliças, 14% de frutas e 1% de ovos. O resultado evidencia a predominância da oferta de hortaliças e a importância deste espaço para o abastecimento urbano destes produtos.

Cabe salientar ainda que no MLP foram ofertados 94% de todas as hortaliças pertencentes ao subgrupo “folha, flor e haste” e 81% das “hortaliças fruto” comercializadas na CeasaMinas, Grande BH. Dentre os principais produtos, destacaram-se o tomate longa vida, a cenoura e o repolho híbrido, cuja oferta é predominantemente concentrada naquele espaço.

4. CARACTERIZAÇÃO ESPACIAL DA PRODUÇÃO E OFERTA NO MLP

Os dados relativos à origem dos produtos comercializados no MLP indicam que a mesorregião Metropolitana de Belo Horizonte (onde se insere o entreposto) é a principal origem geográfica dos produtos comercializados no MLP. É seguida pela Mesorregião de Campos das Vertentes e Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba. Juntas, estas três mesorregiões responderam por praticamente 69% da toda oferta neste mercado (Tabela 1). O município de Carandaí foi o que mais produtos destinou para a comercialização no MLP, seguido por Lagoa Dourada, Carmópolis de Minas e Barbacena.

Tabela 1: Origem da produção de Hortigranjeiros ofertada no MLP por mesorregião (2012)

ID	Mesorregião	Quantidade (ton)	Participação (%)
1	Metropolitana de Belo Horizonte	196.971	37,17%
2	Campo das Vertentes	113.443	21,41%
3	Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba	53.706	10,14%
4	Norte de Minas	40.333	7,61%
5	Oeste de Minas	37.302	7,04%
	Outras	88.114	16,63%
Total		529.868	100,00%

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Observa-se que sete municípios têm um perfil de oferta fortemente especializado em um produto emblemático, sendo que praticamente mais de 90% da oferta dos municípios *Bom Repouso* (99,7%), *São Gotardo* (93,2%) e *Campos Altos* (92,4%) concentra-se em apenas um produto. Destacam-se ainda os municípios de *Rio Paranaíba* e *Nova União*, onde a principal cultura representa mais de 80% do total ofertado pelos produtores do município na CeasaMinas. A Batata Lisa, a Cenoura e a Banana Nanica foram os hortigranjeiros que são típicos de produtos municipais emblemáticos. (Tabela 2).

Tabela 2: Municípios com maior grau de especialização na oferta na CeasaMinas Grande BH

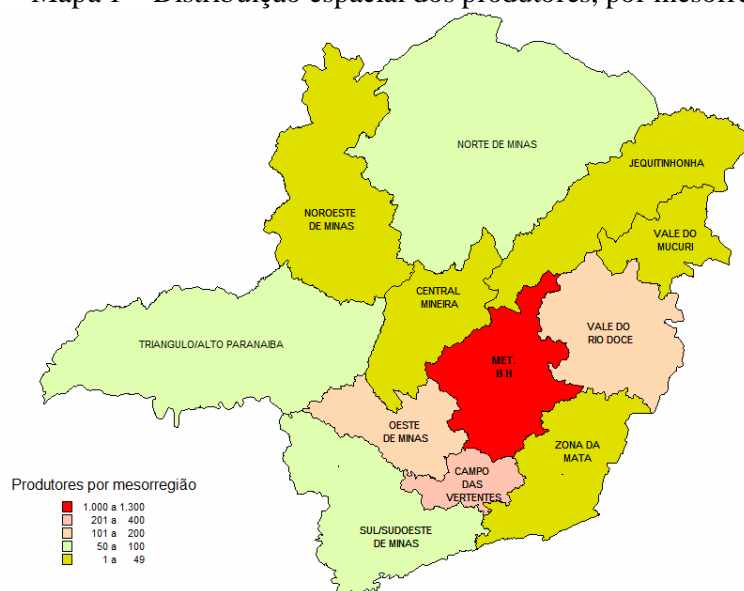
Nível de especialização	Município	Principal produto ofertado	Representatividade em relação ao total ofertado pelo município (%)
Fortemente especializado	Bom Repouso	Batata	99,72%
	São Gotardo	Cenoura	93,30%
	Campos Altos	Cenoura	92,39%
	Rio Paranaíba	Cenoura	86,68%
	Nova União	Banana Nanica	83,48%
	Maravilhas	Tomate Longa Vida	72,15%
	Onça do Pitangui	Tomate Longa Vida	70,06%
Especializado	Carmópolis de Minas	Tomate Longa Vida	68,27%
	Bonfim	Mandioca	66,07%
	Cordisburgo	Moranga Híbrida	54,71%

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Nos municípios com oferta mais diversificada figuraram os municípios de *Barbacena* e *Jaboticatubas*, cujos produtores comercializaram 66 variedades ou tipos de produtos, seguido por *Brumadinho* com 55 e *Igarapé* com 52, variedade expressiva considerando os 143 itens comercializados no MLP em 2012. Também em relação ao levantamento de 2006 (Cunha et. al., 2006) verifica-se um leve queda na diversificação de oferta. Naquele levantamento, destacaram-se

os municípios de *Igarapé* ofertando 69 variedades, *Brumadinho* com 68, *Mateus Leme* e *Jaboticatubas* com 66 produtos.

Mapa 1 – Distribuição espacial dos produtores, por mesorregião



Fonte: Central do Produtor/CeasaMinas Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas

O Mapa 1 expressa a dispersão espacial dos produtores de acordo com as mesorregiões mineiras. As mesorregiões Noroeste de Minas, Jequitinhonha, Central Mineira e Zona da Mata apresentam menor número de produtores vinculados à atividade comercial do MLP. Os dados mostram ainda a participação vigorosa das mesorregiões Metropolitana de Belo Horizonte e Campo das Vertentes, seguidas por Norte de Minas e Vale do Rio Doce.

5. PERFIL DO PRODUTOR USUÁRIO DO MLP

5.1 Características pessoais

A segmentação dos produtores por gênero mostra que a atividade de comercialização no MLP é estritamente masculina. Ao todo 98,7% dos agricultores participantes do comércio do MLP são homens. O percentual de mulheres é de apenas 1,3%. Também caracterizando o perfil do produtor com enfoque em utilização de mídia, ABMR&A (2005) chega a resultado semelhante em relação ao predomínio masculino. A escolaridade e faixa etárias médias, objeto das próximas linhas, possuem resultados igualmente similares.

A tabela 3 mostra o nível de instrução escolar dos produtores. O produtor médio tem escolaridade baixa, sendo que 47,4% deles possuem apenas o ensino básico (até a quarta série). Também são relevantes os percentuais dos entrevistados que possuem ensino médio, fundamental completo e incompleto. Estas informações confirmam os dados levantados por Scherma et. al. (2012) que demonstraram que 81,4% dos produtores brasileiros possuem ensino fundamental incompleto ou menos segundo o Censo Agropecuário de 2006.

Tabela 3 – Caracterização dos produtores por nível de instrução escolar

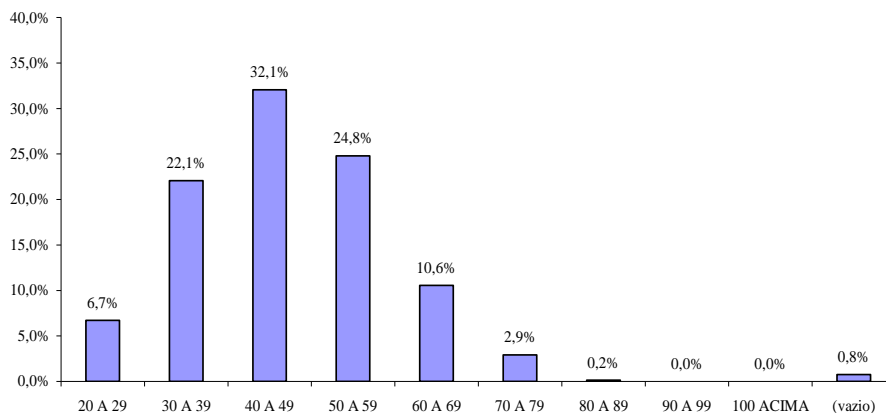
Nível educacional	% Relativo
Alfabetizado (sabe assinar)	1,41
Ensino básico (1a a 4a série)	47,41
Ensino fundamental incompleto (5a a 7a série)	14,21
Ensino fundamental completo (5a a 8a série)	13,81
Ensino médio	18,71
Superior incompleto	1,41
Superior completo	2,61
Pós-graduação	0,41
Total	100,00

Fonte: Central do Produtor/CeasaMinas Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas

O produtor médio encontra-se na faixa etária que varia entre 40 a 49 anos, com parcelas relevantes situadas entre 30 e 39 anos e 50 a 59 anos. A idade média é de 50 anos. (Gráfico 2).

Em Cunha et. al. (2006) as faixas “alfabetizado” e “ensino básico” tinham participações de 3,8% e 55%, respectivamente, verificando-se, portanto, uma redução desse público e a supressão da faixa “analfabeto”, que encontrava-se com 0,4% de participação. Em todas as demais faixas, nota-se um crescimento, o que demonstra uma leve evolução na escolaridade dos produtores relativamente ao verificado naquele estudo.

Gráfico 2 – Caracterização dos produtores por faixa etária



Fonte: Central do Produtor/CeasaMinas Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas

5.2 Classificação do Produtor

Em relação à classificação dos produtores por posse e propriedade da terra no MLP, 52,8% são proprietários das áreas cultivadas e 34,9% são arrendatários, conforme Tabela 3 (em conformidade com a estrutura de cadastro do regulamento de mercado da CeasaMinas). Observa-se a baixa incidência de empresas na comercialização do MLP. O cooperativismo somente se faz representar por uma cooperativa de produtores.

Tabela 3: Classificação dos produtores rurais

Tipo	Categoria	N.º Produtores		Área plantada (ha)	Produção (ton)	Produtividade (ton/ha)
		(Unid)	%			
Produtor rural	Proprietário	1.047	52,85%	12.744	347.253	27,2
	Arrendatário	691	34,88%	5.635	205.364	36,4
	Parceiro	228	11,51%	1.580	46.731	29,6
Empresa	Associação	10	0,50%	233	6.605	28,4
	Empresa rural	4	0,20%	162	1.444	8,9
	Cooperativa	1	0,05%	6	194	33,5
TOTAL		1.981	100,00%	20.360	607.591	29,8

Fonte: Central do Produtor - MLP - CeasaMinas Grande BH (2012) Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas (2013)

Em relação ao perfil de 2006 não houve modificação significativa no que toca ao percentual de proprietários. O percentual de arrendatários aumentou 3%. e a participação de parceiros obteve uma redução na mesma monta. Quanto às empresas, observa-se uma queda no associativismo, com a redução de 2% cooperativas e 6 associações cadastradas junto à Central do Produtor.

Relativamente à área plantada, mais de três quartos dos agricultores cultivam em uma área de 2 a 9,59 hectares, sendo classificados entre “muito pequeno” e “médio”. (Tabela 4).

Tabela 4: Classificação dos produtores rurais por área plantada

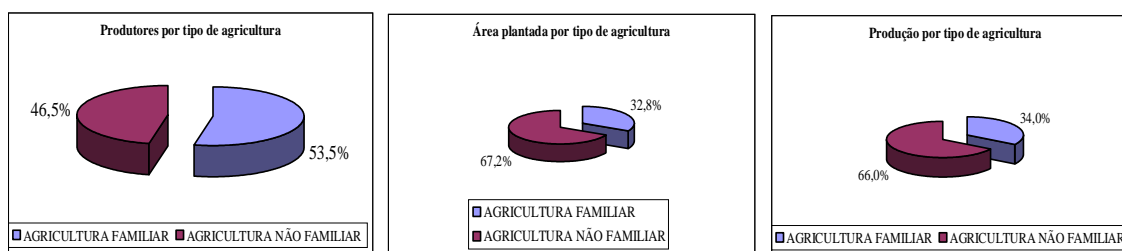
Categoria de tamanho	Área Plantada (ha)	N.º Produtor		Total Área Plantada		Total Produção	
		Unid	%	(ha)	%	(ton)	%
Muito pequeno	até 2,0	575	29,03%	480	2,36%	35.059	5,77%
Pequeno	2,10 a 4,49	476	24,03%	1.431	7,03%	58.102	9,56%
Médio	4,50 a 9,59	457	23,07%	2.830	13,90%	91.905	15,13%
Grande	9,60 a 21,49	287	14,49%	3.926	19,28%	125.457	20,65%
Muito grande	acima de 21,5	186	9,39%	11.694	57,43%	297.069	48,89%
		1.981	100,00%	20.360	100,00%	607.591	100,00%

Fonte: Central do Produtor/CeasaMinas Grande BH Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas

5.3 Enquadramento na categoria de Agricultura Familiar

Dos produtores rurais ativos no MLP, 53,5% são enquadráveis na categoria de agricultura familiar, sendo responsável por 33% da área plantada e 34% do volume total comercializado no MLP. O Gráfico 3 demonstra esses dados por área plantada e volume de produção.

Gráfico 3: Distribuição por agricultura familiar – produtores, área plantada e produção



Fonte: Central do Produtor/CeasaMinas Elaboração: Seest/Detec/CeasaMinas

5.4 Avaliações e expectativas sobre a cadeia produtiva

A pesquisa com produtores avaliou diversos quesitos referentes às práticas técnicas e comerciais, às expectativas e avaliações sobre o ambiente produtivo. Os resultados são apresentados a seguir em tópicos.

5.4.1 Destino da Produção e Principais Clientes no MLP

O entreposto de Contagem é um mercado preferencial para os produtores, já que cerca de 86% do que é produzido é destinado à CeasaMinas. Uma parte minoritária, mas relevante da produção (14%) é remetida a outros destinos, como a venda direta à rede varejista e/ou setor público como escolas e hospitais através de programas de aquisição de alimentos do governo, como PNAE e PAA, inclusive para outros mercados atacadistas.

Para avaliar a expectativa sobre o destino final da produção, solicitou-se aos produtores que apontassem seus principais clientes atualmente e se haveria expectativas de mudança em sua clientela daqui a 5 anos.

Segundo dados da Tabela 5, os sacolões/varejões figuram como os principais clientes dos produtores. Em escala menor aparecem os supermercados independentes. Os atacadistas de Ceasas são apontados com 17,5% de importância para os produtores. Os compradores de feiras e restaurantes/bares/hotéis/lanchonetes são indicados com aproximadamente 10% cada um. Não há alterações significativas no cenário futuro de 5 anos, com os produtores sinalizando praticamente a mesma clientela futura. Uma vez mais, observa-se a baixa adesão dos produtores aos programas governamentais de aquisição de alimentos tanto atualmente quanto em perspectiva.

Tabela 5 – Principais clientes

Principal cliente	Frequências			
	"Hoje"		"Em 5 anos"	
	% Relativo	% Acumulado	% Relativo	% Acumulado
Sacolão/Varejão	32,63	32,63	30,86	30,86
Supermercados (independentes)	19,41	52,04	19,64	50,50
Atacadistas de Ceasas	17,46	69,49	17,00	67,49
Feiras	10,77	80,26	10,73	78,22
Restaurantes/bares/hotéis/lanchonetes	10,60	90,86	11,39	89,61
Grandes redes de supermercados (Carrefour, Epa, BH etc)	4,57	95,43	4,95	94,56
Distribuidor	3,75	99,18	4,29	98,85
Governo (PAE, PNAE, PAA ETC)	0,49	99,67	0,33	99,18
Entrega direta	0,33	100,00	0,82	100,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

5.4.2 Logística de Transporte

Em relação à qualidade das vias de escoamento, foi inquirida aos produtores sua percepção acerca das estradas de terra e pavimentadas por eles percorridas da área de produção até o entreposto Grande BH da CeasaMinas. A Tabela 6 mostra que as estradas de terra tiveram uma avaliação negativa da ordem de 31% e as estradas asfaltadas uma avaliação positiva de cerca de 52%.

Quanto à distância percorrida pelos produtores, observou-se grande variação. Em relação às estradas pavimentadas, a faixa situa-se entre um mínimo de 20 km e um máximo de 800 km. No tocante à estradas de terra, a distância varia de 1 a 70 km.

Relativamente ao tempo gasto entre a zona de produção e o entreposto Grande BH, a média é de quase 4 horas (3h58min). Somando-se este tempo àquele gasto até a chegada do produto ao consumidor final, ocorre um relevante impacto sobre a qualidade do vegetal.

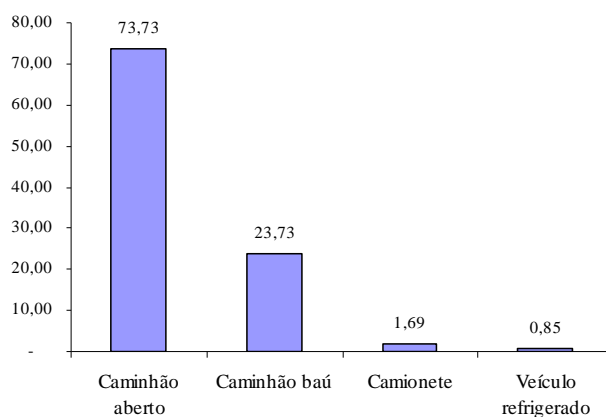
Tabela 6: Condição das estradas

Tipo de estrada	Avaliação	% Relativo	% Acumulado
Sem pavimento	Ótima	3,48	3,48
	Boa	27,36	30,85
	Regular	37,81	68,66
	Ruim	15,42	84,08
	Péssima	15,92	100,00
Com pavimento	Ótima	16,83	16,83
	Boa	36,06	52,88
	Regular	19,71	72,60
	Ruim	11,06	83,65
	Péssima	16,35	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

O transporte por caminhão aberto é predominante (74%) havendo uma utilização muito baixa de veículo refrigerado (0,8%).(Gráfico 4)

Gráfico 4 – Tipos de veículos usados



Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Em relação à posse dos veículos de transporte, 53,3% são de propriedade dos produtores. Há ainda um percentual significativo de veículos alugados (45,8%) e uma porção bem menor de veículos comunitários (Tabela 7).

Tabela 7 – Propriedade dos veículos

Resposta	Percentual (%)
Próprio	53,27
Terceiro (alugado)	45,79
Comunitário/Associação	0,47
Outro	0,47
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

5.4.3 Acesso à Informação

A televisão é a forma de acesso à informação mais usada pelos produtores (41%), seguida pelo rádio (23%). A notícia impressa é bem menos usada e a internet aparece também com pequena taxa de utilização, revelando ainda dificuldades do produtor em se adaptar a esta forma de tecnologia. Os resultados são similares aos observados anteriormente em ABMR&A (2005) com predomínio da TV e rádio na obtenção de informações por parte do produtor. (Tabela 8).

Tabela 8 – Formas de acesso à informação

Resposta	Percentual (%)
TV	40,90
Rádio	23,13
Jornais	15,42
Internet	13,28
Assistência técnica (Emater e entidades privadas)	4,28
Outros	2,14
Revistas	0,86
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

A informação sobre preços dos produtos em outros mercados é de fundamental importância na medida que fornece fundamental subsídio para o planejamento dos negócios. Em relação a esse aspecto, 59% dos produtores usuários do MLP acessam informações sobre preços em outros mercados. No entreposto Grande BH da CeasaMinas a principal forma de acesso às informações de preços de comercialização são oriundas do Painel de Preços do MLP. Merece atenção também o fato de parcela relevante dos produtores se orientarem por conversas com outros produtores durante o processo de comercialização. A internet ainda se mostra pouco usada pelos produtores. (Tabela 9).

Tabela 9 – Forma de acesso à Informações de mercado

Resposta	Percentual (%)
Painel de preços	56,74
Mercado - "Boca a boca"	31,56
Boletim impresso de preços	6,74
Internet	3,55
Telepreço rural	1,42
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Considerando que o celular pode aumentar a velocidade de transmissão das informações, investigou-se o interesse dos produtores em receber mensagens de texto no celular ou computador sobre preços de comercialização. 52% não demonstraram interesse no serviço, ao passo que o grupo que tem interesse é também expressivo (47%). (Tabela 10).

Tabela 10: Desejo de recebimento de informações via celular

Resposta	Percentual (%)
Não	51,92
Sim	46,63
NS/NR	1,44
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Aqueles dispostos a receber o serviço, foram indagados se pagariam por isso. 37% se negariam a fazê-lo, 29% pagariam dependendo do valor e 3% pagariam de plano.

5.4.4 Técnica, Financiamento e Maquinário Agrícola

Órgãos governamentais de extensão rural são utilizados por quase 40% dos produtores. No entanto, quase um terço dos produtores baseia-se apenas em sua experiência própria. Também é relevante para os produtores o apoio de representantes de fabricante/comerciante (Tabela 11).

Tabela 11 – Fonte de orientação técnica

Resposta	Percentual (%)
Órgãos do governo (Emater/MG)	39,10
Experiência própria	27,16
Representante de fabricante/comerciante	16,42
Agrônomo particular	14,03
Vizinhos/amigos	1,49
Cooperativas/Associações	0,90
Sindicatos rurais	0,60
Internet	0,30
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Realizar análise do solo/adubar, fazer o manejo integrado de pragas e doenças e orientações para o emprego de técnicas de conservação do solo e água são as principais demandas dos produtores para melhorar sua atividade comercial. Juntas, estas três formas representam quase 80% das necessidades dos produtores (Tabela 12).

Tabela 12 – Formas de melhorar o negócio

Resposta	Percentual (%)
Análise do solo/adubação do solo	32,38
Manejo integrado de pragas e doenças	27,52
Técnicas de conservação do solo e água	16,11
Clima/tempo	12,58
Serviços de crédito rural	5,03
Técnicas de cultivo	4,03
Informações sobre preços	2,18
Outros	0,17
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Embora o crédito rural seja considerado importante para o desenvolvimento econômico brasileiro, ele beneficia uma minoria de produtores no país. No presente estudo, também conforme

verificado em ABMR&A (2005), a reserva própria é a principal fonte de recursos para as despesas de investimento dos produtores enquanto o crédito bancário ainda é acessado por pouco mais de 22% dos produtores conforme a Tabela 13.

Tabela 13 – Fonte de recursos

Resposta	Percentual (%)
Recursos próprios	74,35
Recursos de crédito rural (Pronaf, BNDS, Fname, etc)	22,61
Outras fontes	1,74
Cooperativas de crédito	1,30
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Cerca de 91% dos produtores declararam utilizar a mecanização para o cultivo de seus produtos, sendo 64% em equipamentos próprios, 28% utilizam a forma de aluguel e 0,5% utilizam equipamentos mecanizados fornecidos através de apoio público gratuito pela prefeitura. 8% declaram não utilizar nenhum equipamento mecanizado para cultivo.

Dentre os equipamentos mais usados, os principais estão relacionados ao preparo do solo (Arado, Gradeadora e Subsolador). O Pulverizador costal-manual aparece como equipamento de posse de 23% dos produtores. (Tabela 14).

Tabela 14 – Equipamentos mecanizados

Resposta	Percentual (%)
Arado	34,22
Gradeadora	32,33
Pulverizadora	23,44
Subsolador	6,81
Plantadeira	1,51
Colheitadeira	1,32
Outros	0,38
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Tabela 15 – Técnicas pós-colheita

Resposta	Percentual (%)
Caixa de madeira usada	20,55
Caixa de madeira nova	17,03
Balança de peso	12,92
Seleção	10,37
Caixa de papelão nova	9,78
Saca nova	8,41
Caixa plástica	6,07
Caixa de papelão usada	4,50
Bandeja	4,11
Grade	3,91
Rotulagem	1,76
Saca usada	0,59
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

As técnicas pós-colheita apontadas pelos produtores referem-se principalmente ao uso de embalagens (madeira usada, madeira nova, papelão nova, papelão usada, saca nova e saca usada). O uso da balança de peso aparece com 13% das técnicas adotadas. 10% dos produtores relataram utilizar alguma forma de seleção dos produtos. Práticas como a utilização de caixas plásticas e da rotulagem são pouco utilizadas. (Tabela 15).

A experiência própria é apontada como a principal forma de acompanhamento e gestão do negócio, seguido do uso da Caderneta para anotações dos dados da atividade. Em termos de gerenciamento da produção os agricultores ainda adotam práticas antigas, sem inclusão de técnicas ou práticas mais modernas conforme a Tabela 16.

Tabela 16 – Acompanhamento da produção

Resposta	Percentual (%)
Experiência própria	49,15%
Caderneta	32,42%
Programa de computador	10,58%
Profissional especializado	4,10%
Empresa especializada	3,41%
Não faz	0,34%
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Dentre as técnicas de irrigação, a aspersão é a mais utilizada com 38% de participação, seguida pelo gotejamento com 30% e pelo canhão com 10%. A microaspersão e o pivô central são pouco utilizados pelos produtores usuários do MLP do entreposto de Contagem da CeasaMinas. (Tabela 17).

Tabela 17 – Técnicas de Irrigação

Resposta	Percentual (%)
Aspersão	37,74%
Gotejamento	30,30%
Canhão	10,47%
Superfície	9,64%
Microaspersão	6,89%
Pivô central	4,96%
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

5.4.5 Conhecimento sobre Legislação

Os produtores detêm menos informação sobre a legislação ambiental que a trabalhista. A Tabela 18 traça um paralelo sobre o conhecimento da legislação por parte do produtor e a efetiva fiscalização em sua propriedade. Nota-se, que a fiscalização ambiental é mais intensa e a que menos é conhecida pelos produtores.

Tabela 18 – Conhecimento sobre legislação fiscalização

Legislação	Questionamento	Resposta	Percentual (%)
Legislação ambiental	Possui conhecimento sobre	Sim	46,90
	Propriedade já foi fiscalizada	Não	75,40
Legislação trabalhista	Possui conhecimento sobre	Sim	53,60
	Propriedade já foi fiscalizada	Não	62,60

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

5.4.6 Perspectivas Futuras

Quanto às práticas que pretende implementar no futuro em suas atividades, 65% dos entrevistados não vêem perspectivas de mudança (Tabela 19). O cultivo de orgânicos também é citado relevantemente e, em menor escala, a produção de alimentos sem agrotóxicos e em ambiente protegido.

Tabela 19 – Práticas futuras

Resposta	Percentual (%)
Manter como está	64,71
Orgânicos	19,46
Alimentos sem agrotóxicos	7,24
Ambiente protegido (Plasticultura)	5,88
Hidroponia	2,26
Outros	0,45
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

Para a maior parte dos produtores as perspectivas futuras para seus negócios irão se manter nos próximos meses. Parcela relevante do grupo é otimista, considerando que o cenário vai melhorar (Tabela 20).

Tabela 20– Perspectivas futuras

Resposta	Percentual (%)
Irão se manter	41,55
Irão melhorar	31,88
Irão piorar	26,57
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

A escassez de mão-de-obra aparece como o maior empecilho e limitador das atividades dos produtores. Também são questões importantes a serem consideradas o custo financeiro de produção e a concorrência no próprio setor. (Tabela 21).

Tabela 21 – Impeditivos para melhoria dos negócios

Resposta	Percentual (%)
Escassez de mão-de-obra	32,13%
Custo financeiro de produção	26,38%
Concorrência no próprio setor	25,90%
Falta de clientes	11,27%
Falta de espaço físico	2,40%
Outros	1,92%
Total	100,00

Fonte: Seest/Detec/CeasaMinas

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relevância deste estudo está diretamente ligada à importância da CeasaMinas, enquanto espaço de comercialização em que se concentra a oferta e demanda por frutas, verduras e legumes. Embora com grande potencial de melhorias, o MLP é um espaço de extrema importância para a cadeia de abastecimento, observando-se a participação efetiva de todas as mesorregiões mineiras na comercialização da CeasaMinas, configurando-se como o principal canal de comercialização dos produtores.

Foi possível identificar que, embora haja formas de relacionamento direto do produtor com a rede varejista, a maior parte da produção de hortaliças e legumes é destinada ao mercado atacadista. Para os produtores, os “sacolões” e supermercados independentes aparecem como seus principais clientes. Para os próximos 5 anos, não se observou tendência de alterações relevantes neste perfil.

A logística de transporte do produtor apresenta grande variabilidade, com aspectos preocupantes na medida em que percorrem, em média, 140 km em 3 horas, utilizando veículos que carecem de tecnologias de conservação adequadas dos alimentos.

Observa-se uma postura bastante conservadora de um modo geral por parte do produtor. Da mesma forma que conclui Batalha et. al. (2005), a utilização de tecnologias de informação e gestão ainda é muito incipiente e a ausência de perspectivas de mudança são notadas em várias questões. A presença de órgãos de extensão rural ainda é demandada e a fiscalização assume caráter meramente punitivo. O crédito rural é pouco acessado e a escassez de mão-de-obra é um limitador na atividade rural.

Há ainda demanda significativa para análise do solo, adubação manejo integrado de pragas e doenças e orientações para o emprego de técnicas de conservação do solo e água, com vistas à melhoria da atividade comercial dos produtores.

Ante o exposto, o produtor que comercializa o fruto do seu trabalho no MLP ainda possui considerável resistência à mudança. A ausência de apoio governamental pode justificar essa postura e a melhoria de seus negócios está atrelada a uma maior orientação de caráter gerencial que permita, inicialmente, a quebra de barreiras arcaicas que se verificam majoritariamente no campo. Os passos seguintes remetem à técnica propriamente dita, o estímulo ao associativismo e o necessário acesso ao crédito rural.

REFERÊNCIAS

- ABMR&A (2005). **Perfil Comportamental e Hábitos de Mídia do Produtor Rural Brasileiro**. Disponível em http://www.abmra.org.br/pesquisa/pesquisa_abmra.pdf. Acesso em 03/04/2014.
- BATALHA et. al. (2005). **Tecnologia de Gestão e Agricultura Familiar**. Gestão do Agronegócio. São Carlos. EdUFSCar. 2005.

- CAMARGO, S. H. C. R. V. (2005). **Política de Crédito Rural no Brasil**. XLIII Congresso da Sober. Ribeirão Preto/SP 2005. 138. Anais.
- CUNHA et. al. (2006). **Perfil da produção e dos produtores rurais usuários do Mercado Livre dos Produtores – MLP/Ceasaminas Unidade Grande BH**. Encontro de Economia Mineira. Diamantina 2006. Anais.
- CUNHA, Altivo R.A.A. **O sistema atacadista alimentar brasileiro: origens, destinos**. 2010. 158 f. Tese (Doutorado em Economia). Instituto de Economia. Universidade Estadual de Campinas. Campinas. (tese de doutoramento).2010
- CUNHA, A. R. A. A. (2013). **Qual a ruralidade das Ceasas? Evidências sobre a inserção da agricultura familiar nas Centrais de Abastecimento brasileiras**. 51º Congresso da Sober. Belém/PA. 2013. Anais.
- GOMES et. al. (2005). **Caracterização dos Produtores Rurais de Minas Gerais Ofertantes da Ceasa BH**. XLIII Congresso da Sober. Ribeirão Preto/SP 2005. 327. Anais.
- SHERMA et. al. (2012). **Perfil do Produtor Rural**. Estudos e Pesquisas. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae. Brasília. 2012.