

EXPANSÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: UMA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA MULTICRITÉRIO DE APOIO À DECISÃO

LUCIANA NUNES FERREIRA¹; ANDRÉIA SANTOS DE LIMA²; MÁRIO CONILL GOMES³

¹*Universidade Federal de Pelotas – luciananunesf15@gmail.com;*

²*Universidade Federal de Pelotas – andreiaiagra97@gmail.com;*

³*Universidade Federal de Pelotas – mconill@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, a agricultura familiar desempenha um papel importante na economia, possuindo especificidades na sua organização, como mão de obra familiar, unidades produtivas em menor escala, produção para autoconsumo diversificado, levando em conta o contexto local e sua estrutura agrária. Esta atividade se consolida de maneiras diversas e utilizam as mais variadas estratégias a fim de permanecer no campo.

Para CAMPONHOLA E VALARINI (2001) a produção orgânica se apresenta como uma alternativa para os pequenos agricultores complementarem sua renda, devido a crescente procura mundial por alimentos mais saudáveis. Neste contexto os agricultores familiares que cultivam no modo de produção ecológico ganham reconhecimento do valor dos produtos que são ofertados aos consumidores.

REICHERT E GOMES (2013) constataram que tomada de decisão na agricultura, apresenta certo grau de complexidade e que o agricultor o faz baseado na sua racionalidade, considerando vários aspectos inerentes aos processos de produção.

Neste contexto a Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão Construtivista (MCDA-C) preconizada por ENSSLIN et al. (2001) tem como objetivo primordial fazer com que os decisores tenham um maior conhecimento sobre um problema, permitindo a identificação de oportunidades de aperfeiçoamento e contribuindo para resolução de problemas complexos.

Neste estudo o objetivo, de caráter exploratório, que se classifica no âmbito da Ciências Sociais Agrárias, consiste em construir um modelo de critérios para apoiar a decisão dos agricultores da Associação Regional de Produtores Agroecologistas da Região Sul (ARPA-SUL) com a finalidade de expandir os canais de comercialização dos produtos.

2. METODOLOGIA

Os dados da pesquisa foram obtidos através de um estudo exploratório de casos múltiplos, com realização de entrevistas semiestruturadas com agricultores da ARPA-SUL que participaram da Feira Ecológica da Dom Joaquim em Pelotas/RS em junho de 2019.

Os dados coletados foram transcritos e analisados e a abordagem adotada foi qualitativa. As cinco etapas da Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão Construtivista (MCDA-C) que foram realizadas na pesquisa foram: Identificação dos atores e dos tipos de ações desenvolvidas; Definição do rótulo para o problema; Definição dos Elementos Primários de Avaliação (EPA); Construção dos conceitos a

partir dos EPAs; Geração do Mapa Cognitivo; Análise do Mapa Cognitivo e Estrutura Arborescente de pontos de vista do modelo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir serão apresentados e discutidos os resultados conforme as etapas da MCDA-C:

Etapa 1: Identificação dos atores e dos tipos de ações desenvolvidas

O Quadro 01 apresenta os atores representados no processo e suas respectivas funções.

Quadro 01 - Subsistema dos atores envolvidos e funções

Atores	Intervenientes	Decisores	Os associados da ARPA-Sul
		Facilitadores	Autores do estudo
	Agidos	Produtores associados à Empresas consumidoras Consumidores finais	ARPA-Sul

Fonte: Dados da Pesquisa.

Etapa 2: Definição do rótulo para o problema

De acordo com as entrevistas com os atores nessa etapa da estruturação foi verificado o rótulo para o problema a partir do seguinte questionamento: Como expandir as alternativas de canais de comercialização dos produtos visando garantir a sustentabilidade dos agroecossistemas de base ecológica vinculados a ARPA-Sul?

Etapa 3: Definição dos elementos primários de avaliação

De acordo com a análise das entrevistas em que os decisores expuseram suas visões sobre a problemática, os facilitadores observaram a existência de 06 (seis) Elementos Primário de Avaliação (EPA) conforme exposto no quadro 02.

Quadro 02 - Elementos primários de avaliação

EPA	Descrição
1	Aumentar a venda para Mercados institucionais
2	Expansão das feiras informais
3	Expansão a venda para restaurantes com o foco na alimentação com produtos orgânicos
4	Expansão da venda para mercados privados
5	Planejamento da produção a partir da estação climática
6	Possibilitar a regularidade dos produtos comercializados por meio do planejamento do calendário agrícola

Fonte: Dados da Pesquisa.

Com base na MCDA-C, após elencados os EPAs a próxima etapa foi transformá-los em conceitos.

Etapa 4: Construção dos conceitos a partir dos EPAs e geração o mapa cognitivo

A partir de cada EPA foi construído um conceito e a seguir, no Quadro 03 são apresentados os conceitos e os pólos opostos psicológicos de acordo com a posição dos entrevistados:

Quadro 3 - Os conceitos e pólos opostos psicológicos

Conceito	Descrição
C1	Acessar os mercados institucionais... Não acessar os mercados institucionais
C2	Expandir as feiras informais... Não expandir as feiras informais
C3	Expandir a venda para restaurantes... Não expandir a venda para restaurantes
C4	Planejar a produção a partir da estação climática... Não planejar a produção a partir da estação climática
C5	Possibilitar a regularidade... Não possibilitar a regularidade

Fonte: Dados da Pesquisa

O Quadro 4 expressa as Áreas de atenção do estudo de caso e os respectivos conceitos.

Quadro 4 - Áreas de atenção

Expandir os Canais de Comercialização	Viabilizar a regularidade da produção
Aumentar a venda para Mercados institucionais	Planejamento da produção a partir da estação climática
Expansão das feiras informais	Planejamento do calendário agrícola com uso de novas tecnologias de cultivo.
Expandir a venda para restaurantes com o foco na alimentação com produtos orgânicos	
Expandir a venda para mercados privados	

Fonte: Dados da Pesquisa

Na sequência através das áreas de atenção identificadas foi construído um mapa cognitivo sobre as alternativas de expansão dos canais de comercialização da ARPA-Sul.

Etapa 4: Análise do mapa cognitivo, áreas de atenção e clusters

A seguir na Figura 1 apresenta-se Mapa Cognitivo, as Áreas de Atenção e seus Clusters que permitiram ampliar o entendimento e facilitar a análise do problema de pesquisa. Foram agrupados em duas áreas de atenção de clusters intitulados “Expandir os canais de comercialização” e “Viabilizar a regularidade da produção”.

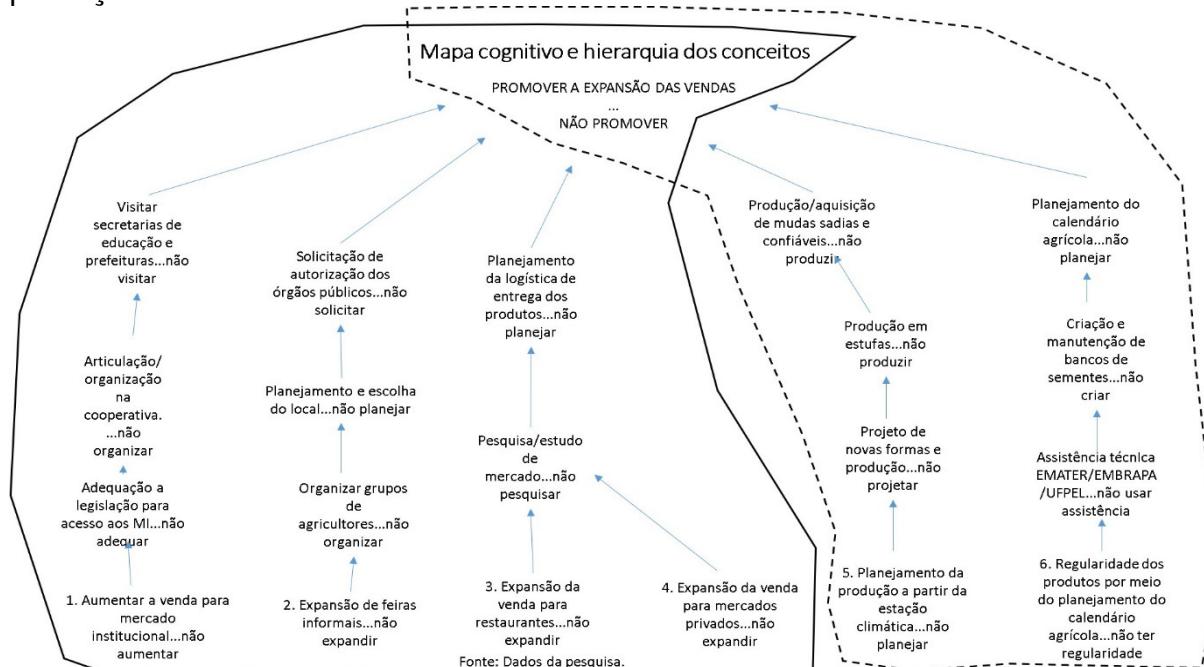


Figura 1- Mapa Cognitivo, Área de Atenção e seus Clusters

Fonte: Os autores.

Etapa 5: Estrutura Arborescente de pontos de vista

Conforme reunião com os decisores foi possível elaborar na etapa 5 a estrutura arborescente de pontos de vista, conforme Figura 2, realizada através da construção do mapa cognitivo que permitiu identificar as áreas de interesse de Expansão de receita e Produção.

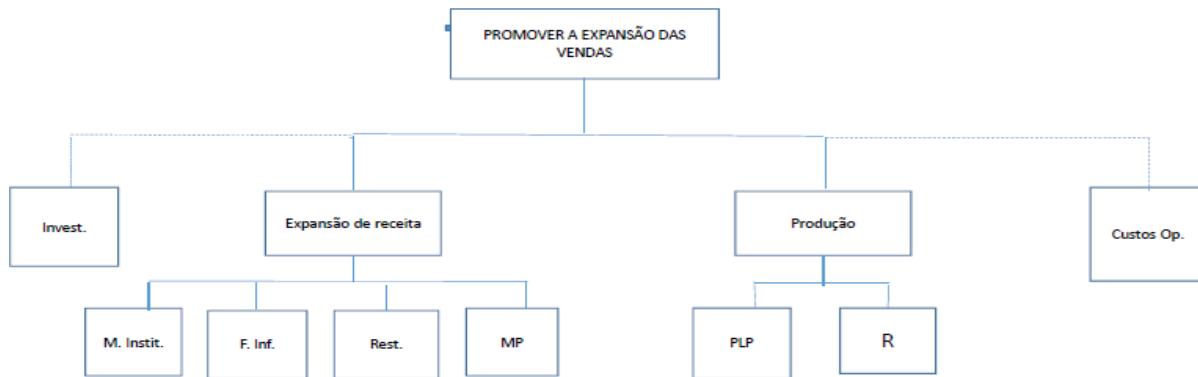


Figura 2- Estrutura Arborescente de pontos de vista

Fonte: Os autores.

Conforme Figura 2 para promover a expansão das vendas são considerados a expansão da receita que está ligada aos mercados institucionais (M. Instit.), as feiras informais (F. Inf), restaurantes (Rest.) e mercados privados (MP). E para o aumento da produção são considerados o planejamento da produção (PLP) e regularidade (R). E foram identificados dois fatores limitantes para promover a expansão das vendas que são a necessidade de investimento na propriedade rural e o aumento dos custos operacionais como consequência do aumento da produção.

4. CONCLUSÕES

De acordo com este estudo foi possível gerar um modelo multicritério de apoio à decisão com base na MCDA-C e concluiu-se que:

Para ocorrer a expansão das vendas da associação é necessário expandir os canais de comercialização através de mercados institucionais, feiras informais, restaurantes com foco na alimentação com produtos agroecológicos e mercados privados.

E os agricultores necessitam viabilizar a regularidade da produção para atender o mercado consumidor através do planejamento a partir da estação climática e do planejamento do calendário agrícola.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 69-101, set./dez. 2001.
- ENSSLIN, L.; MONTIBELLER, G. N.; NORONHA, S. M. Apoio à Decisão: **Metodologia para Estruturação de Problemas e Avaliação Multicritério de Alternativas**. Florianópolis: Insular, 2001. 296 p.
- REICHERT, L. J.; GOMES, M. C. O processo administrativo e a tomada de decisão de agricultores familiares em transição agroecológica. **Revista de la Facultad de Agronomía**, La Plata, v. 112, n. 2, p. 105-113, 2013.