O DESENVOLVIMENTO DA PEQUENA PROPRIEDADE RURAL DE SÃO BORJA, ATRAVÉS DA ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA

Carla Bruneli [1]

João Antônio Gomes Pereira [2]

Resumo:

O presente trabalho é baseado em uma pesquisa aplicada a campo, onde abrange pequenas propriedades rurais de São Borja com o intuito de compreender o desenvolvimento dessas propriedades através de uma visão mercadológica, buscando ter o maior entendimento do perfil dos proprietários e as relações que eles possuem durante o processo de produção de suas atividades rurais, buscando verificar os sistemas de administração utilizados pelos empreendedores da pequena propriedade rural e avaliar o posicionamento das pequenas propriedades rurais na matriz estratégica do agribusines, afim de constatar o conhecimento do pequeno proprietário rural sobre os princípios de administração mercadológica e identificar como oportunizar a adoção de administração mercadológica na gestão da pequena propriedade rural, pensando em como maximizar essa utilização, a pesquisa obteve uma amostra de 17 respondentes, oportunizando a partir de dados qualitativos ter uma pequena noção de como esses pequenos produtores administram suas propriedades durante todos os processos até o local de distribuição de seus produtos.

Palavras-chave: Pequenas propriedades, Administração Mercadológica.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

O DESENVOLVIMENTO DA PEQUENA PROPRIEDADE RURAL DE SÃO BORJA, ATRAVÉS DA ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA

[1] Aluno de graduação. carlae169@gmail.com. Autor principal

[2] Docente. joaoantonio@unipampa.edu.br. Orientador

O DESENVOLVIMENTO DA PEQUENA PROPRIEDADE RURAL DE SÃO BORJA NO RIO GRANDE DO SUL, ATRAVÉS DA ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA

1 INTRODUÇÃO

O trabalho visa executar um estudo que possibilite contribuição relevante, a fim de que os proprietários de pequenas propriedades rurais (feirantes) passem a considerar a administração mercadológica como prática na gestão de seus negócios e, com isto obtenham rentabilidade que proporcione o desenvolvimento das mesmas.

O objetivo que propõe esse projeto é verificar como desenvolver as pequenas propriedades rurais através dos princípios de administração mercadológica na sua gestão em São Borja e com os resultados obtidos, haverá um maior conhecimento sobre o interesse do pequeno produtor rural, em sua produção, em que condições ocorrerá esta comercialização e qual seu preparo para comercializar. Os resultados, portanto, permitirão a Emater, Secretaria da Agricultura, Secretaria do Trabalho, Cidadania e Assistência Social, Cooperativa e outros órgãos otimizarem junto ao pequeno produtor rural seus recursos na gestão da sua propriedade.

As variáveis a serem operacionalizadas na análise do presente projeto estão relacionadas com os princípios de administração mercadológica, práticas comerciais já empregadas pelo pequeno produtor rural, resultados obtidos em função destas práticas, áreas utilizadas na produção, nível de instrução oficial do pequeno produtor rural, assistência recebida pelos órgãos de extensão rural, acesso a fontes pessoais e impessoais de informação. a fim de melhorar o fluxo de informações internas, melhor atender seus clientes e agregar na comunicação integrada.

2 METODOLOGIA

A metodologia a ser empregada na realização do presente projeto de pesquisa buscará informações sobre o assunto proposto através de pesquisa bibliográfica e estudo exploratório descritivo para que os objetivos sejam alcançados, segundo LAKATOS (1992), será utilizada a observação direta intensiva e a observação direta extensiva. A primeira pela observação não participante e entrevista estruturada junto a população e a segunda pela utilização de questionário e medidas de opinião e atitudes.

Os dados da pesquisa qualitativa serão analisados utilizando-se da técnica de análise de conteúdo com elaboração de categorias conforme MINAYO (1996). No caso dos questionários será empregado o tratamento estatístico com auxílio de programas de computador.

Na interpretação, o pesquisador buscará o aprofundamento dos dados tabulados e organizados na etapa de análise, através de procedimentos estatísticos com a utilização de programa de computador, bem como, pelo confronto dos dados com os objetivos e fundamentação teórica será efetivado a correlação para confirmar ou não os pressupostos do estudo.

3 RESULTADOS e DISCUSSÃO

Com base na metodologia proposta e os relatos anteriores seguem os resultados obtidos. O instrumento de coleta de dados foi aplicado somente no município de São Borja, junto aos produtores rurais que comercializam seus produtos na feira do produtor, mercado público, feirinha realizada na Unipampa no projeto educação do campo e também produtores que comercializam produtos em pontos fixos, como MB, próximo aos hospitais entre outros.

Somaram-se 19 respondentes, mas foram validadas 17 respostas porque duas delas estavam muito incompletas. A coleta de dados foi realizada desde o final de 2016 até dezembro de 2017. O prazo foi longo porque as feiras são realizadas duas vezes por semana e precisávamos adequar a disponibilidade de voluntários e também do pesquisador, sendo que a maior parte das entrevistas foram realizadas no segundo semestre de 2017 pela bolsista do projeto.

Considerando todos esses dados e a partir de 17 questionários respondidos claramente, podemos ter um maior conhecimento sobre as atividades de agricultura familiar e a comercialização de produtos por ela comercializados da cidade de São Borja, bem como, o perfil de seus proprietários. Foi possível descobrir que a maioria não conclui o ensino médio e que são pouquíssimos que tiveram a oportunidade de cursar um curso superior e desses poucos apenas um dos feirantes concluiu.

Constatou-se que o comando dessas propriedades rurais são em sua maioria por mulheres; elas cuidam da administração e da venda nos locais de distribuição. A participação dos homens nesse caso é durante a produção dos produtos da propriedade. De acordo com os entrevistados, a maioria dessas pessoas tem acima de 46 anos, o que é mais habitual se ver em propriedades rurais.

Como são propriedades familiares, em grande parte não são a dimensão da propriedade é em torno de 1,0 a 174,0 hectares. Esse tamanho de propriedade parece ser o mais adequado e mais simples, para somente a família dar conta. Nessas propriedades a atividade predominante desses feirantes é o hortifrúti em 47,1% e, em segundo fica o cultivo de mandioca.

Há maior assiduidade na participação dos mesmos em cursos que trazem esses assuntos como pauta e 64,7% está em busca de assuntos que tratem de produção e novas tecnologias, com o objetivo de realizar melhorias em suas propriedades. O maior canal de comunicação com 52,9% são as entidades rurais é através delas que os produtores se mantêm informados e depois com 11,8% com informações da internet.

A administração dessas propriedades com 76,5% ocorre de forma aberta, sempre há um diálogo com o restante o pessoal que trabalha nessa propriedade e somente 11,8% costumam tomar decisões sozinhos e 88,2% dessas propriedades produzem tanto para venda e geração de lucro como para sustento da família. Após a produção, a venda desses produtos com 58,8% é feita no mercado público da cidade, local existente justamente para dar espaço para esse tipo de fornecedor. É alto o percentual de produtores que não tem identificação para seus produtos que soma por volta de 58,8%.

Segundo MEGIDO (1998), antes da porteira: são relações com o setor de insumos, serviços e bens-de produção agropecuários; dentro da porteira: se analisa o nível de tecnologia dos fornecedores, qualidade de matéria-prima adquirida, relacionamento/integração com fornecedores e conhecimento de suas operações e de seu setor; depois da porteira: participação de mercado da empresa, tecnologia possuída, qualidades dos produtos, percepção dos consumidores sobre a empresa, conhecimento das tendências do mercado/consumidores.

Analisando na lógica do antes, dentro e depois da porteira, com as repostas dos questionários podemos ter uma percepção de como funciona essas etapas em pequenas propriedades rurais, podemos com elas saber que antes da porteira com 35,3% o relacionamento com o setor dos insumos é de razoável o que pode fazer diferença dentro da porteira e o relacionamento com os bens de produção que é todo o maquinário para produção é de 41,2 que é consideração um relacionamento forte, quando se trata do setor de serviços também podemos constatar um bom relacionamento com 35,3%.

E dentro da porteira em relação aos fornecedores os dados não são muito bons, eles não têm uma boa relação com os fornecedores considerada em 41,2%, mas tem pouco conhecimento das operações e tecnologias dos mesmos, apenas 4 respondentes têm ciência da tecnologia dos seus fornecedores e 2 das operações, e consideram com 35,3% sua matéria prima razoável, como era de se esperar 47,1% afirma ter um forte conhecimento do setor que atua, visto ao grande tempo de prática.

No depois da porteira grande parte com 47,1% possui uma forte tecnologia que agrega no produto final e a participação de mercado de cada produtor em maioria é razoavelmente forte constando 47,1%, 64,7 afirmam que seus produtos são de ótima qualidade e que a percepção dos consumidores sobre eles é ótima com 52,9%, quando se trata de tendências de mercado os feirantes estão sempre em busca de novas tendências e se adaptando a elas com 41,2 de conhecimento, e já que no ponto de venda é um espaço onde eles conhecem pessoalmente para quem estão vendendo eles confirmam com 52,9% de que conhecem bem seus consumidores, precisamente sabendo nomes e preferência de produtos os que são mais assíduos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a prática na pequena propriedade rural está voltada a produção agrícola e pecuária com dedicação total das famílias por garantir seu sustento e prosperar. Além da proposta de garantia a alimentação diária, subsistência; a produção excedente é usada para a comercialização, a fim de gerar divisas para investimento sem outras áreas da vida família: saúde, transporte, infraestrutura para produção, ou seja, ter uma vida digna, embora simples e com o mínimo de conforto.

Nota-se que a administração efetuada pelos pequenos proprietários é dividida adequadamente com o restante dos colaboradores da propriedade, decisões tomadas de formas conjuntas, e quando se trata de administração mercadológica identificasse que eles não pensam ela de forma estratégica, a administração dos pequenos produtores é mais instintiva, levando em consideração por eles o tempo de atuação no ramo rural.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Luciano Médici & ENGEL, Arno, **Manual de Administração Rural: Custos de Produção. Rio Grande do Sul: Agropecuária**, 1994. 128p.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia de Trabalho Científico.** São Paulo: Atlas, 1992.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1994;

MEGIDO, José L. Tejon ; XAVIER, Coriolano. **Marketing e Agribusiness. 3ª ed. São Paulo:** ED. Atlas, 1998;

_____ **Marketing e Agribusiness.** 4ª ed. São Paulo: ED. Atlas,