

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
BACHARELADO EM DESENVOLVIMENTO RURAL –
PLAGEDER**

FAGNER ANTUNES TEIXEIRA

**CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA BOVINOCULTURA DE CORTE
ACESSADOS PELOS PECUARISTAS FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE SANTA
VITÓRIA DO PALMAR – RS**

Santa Vitória do Palmar

2017

FAGNER ANTUNES TEIXEIRA

**CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA BOVINOCULTURA DE CORTE ACESSADOS
PELOS PECUARISTAS FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE SANTA VITÓRIA DO
PALMAR – RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Bacharelado em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Profa. Dra. Susana Cardoso

Coorientadora: Profa. Dra. Alessandra Matte

Santa Vitória do Palmar

2017

FAGNER ANTUNES TEIXEIRA

**CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DA BOVINOCULTURA DE CORTE ACESSADOS
PELOS PECUARISTAS FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE SANTA VITÓRIA DO
PALMAR – RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Bacharelado em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural.

Aprovada em: Porto Alegre, 14 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Susana Cardoso - Orientadora
UFRGS

Profa. Dr. Paulo Dabdab Waquil
UFRGS

Prof. Dr. Glauco Schultz
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter a oportunidade de adquirir conhecimentos para a vida concluindo este curso.

Agradeço a minha família pelo apoio incondicional em todos os momentos desta caminhada.

Agradeço a Ana nossa tutora presencial pelo carinho e atenção.

Agradeço aos colegas por compartilharmos juntos esta experiência, em especial o nosso grupo de estudos sempre unidos na mesma direção Ivonete, Izabel, Stela e Vinícius.

Agradeço a minha orientadora Profa. Dra. Susana Cardoso pela orientação e apoio.

Agradeço a minha coorientadora Profa. Dra. Alessandra Matte pela oportunidade de compartilhar um pouco de seu conhecimento, pelo carinho, pela confiança e empenho no acompanhamento deste trabalho.

Agradeço à toda equipe do Pólo Extremo meridional, PGDR e da UFRGS pelo apoio e carinho dispensados no decorrer desses quatro anos.

E a todos que direta o indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu sincero agradecimento.

Obrigado.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo descrever como são construídos os canais de comercialização para a bovinocultura de corte pelos pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar, identificando os canais de comercialização e analisando como são construídos esses espaços de comercialização e o que influencia sobre a determinação do canal de venda. O método de pesquisa utilizado foi de abordagem qualitativa descritiva e o principal instrumento de pesquisa foi a realização de entrevista semi estruturada com sete pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar. Os pecuaristas familiares apresentam pouca diversificação de atividades dentro da propriedade e tem a produção de terneiros como principal categoria para comercialização, são comercializados principalmente durante os meses de maio e junho e utilizam como canais de comercialização o invernador ou para exportação. Os pecuaristas familiares acessam diferentes canais de comercialização no momento de venderem parte de sua produção e não fazem compromisso de venda sem antes analisar o mercado. Os fatores determinantes na hora de decidirem para quem vão vender são o preço e o grau de confiança com o comprador.

Palavras-chave: Comercialização. Mercados. Pecuária familiar.

ABSTRACT

This work aims to describe how commercialization channels for beef cattle farming are constructed by family farmers in the municipality of Santa Vitória do Palmar, identifying the commercialization channels and analyzing how these commercialization spaces are constructed and what influences the determination of the sales channel. The research method used was a descriptive qualitative approach and the main research instrument was the semi structured interview with seven family cattle ranchers from the municipality of Santa Vitória do Palmar. The family ranchers present little diversification of activities inside the property and have the production of calves as the main category for commercialization, are commercialized mainly during the months of May and June and use as commercialization channels the greenhouse or for export. Family farmers access different marketing channels when they sell part of their production and do not make a commitment to sell without first analyzing the market. The determining factors when deciding who to sell are the price and the degree of trust with the buyer.

Keywords: Commercialization. Markets. Family livestock.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização do município de Santa Vitória do Palmar no sul do estado do Rio Grande do Sul.....	16
Figura 2 – Localização das propriedades da pecuária familiar pesquisadas	18
Figura 3 – Troca de favores na pecuária familiar por meio da vacinação em parceria	20
Figura 4 – Touro Aberdeen Angus (superior) e touro Hereford (inferior), ambos de pecuaristas familiares	22
Figura 5 – Pastagem de inverno trevo, azevém e cornichão da pecuária familiar	23
Figura 6 – Terneiros cruza de raças europeias da pecuária familiar	25
Figura 7 – Vacas de descarte falhadas da pecuária familiar.....	28

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais canais de comercialização encontrados por Matte (2017)	14
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
3	METODOLOGIA	15
3.1	TIPO DE ESTUDO, UNIDADE DE ANÁLISE E INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	15
3.2	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	17
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	19
4.1	CARACTERIZAÇÃO SOCIOPRODUTIVA DOS PECUARISTAS FAMILIARES	19
4.2	CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO PARA A BOVINOCULTURA DE CORTE NA PECUÁRIA FAMILIAR	25
4.2.1	Canais de comercialização para o terneiro	25
4.2.2	Canais de comercialização para a vaca de descarte	26
4.2.3	Canais de comercialização para o touro.....	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
	REFERÊNCIAS	34
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO A PECUARISTAS FAMILIARES	37

1 INTRODUÇÃO

A ocupação da área que hoje compreende o município de Santa Vitória do Palmar, no sul do Rio Grande do Sul, se deu por meio da concessão de sesmarias, a exemplo do que ocorreu em vasta região desse estado, influenciando sobremaneira na configuração da estrutura fundiária do município. Antes das concessões, a principal atividade registrada era a “caçada” ao gado selvagem, o qual se estabeleceu com facilidade sobre as extensas áreas de pastagens naturais, desde a chegada dos primeiros animais trazidos pelos jesuítas (PESAVENTO, 1985). Com o estabelecimento de sesmarias, tem início a constituição de estâncias típicas de criação pecuária, em especial a bovinocultura e a ovinocultura. Segundo Macagnan e Muenchen (1997), o município de Santa Vitória do Palmar tem sua economia baseada, historicamente, nas atividades agropecuárias, destacando-se a orizicultura e a pecuária de corte extensiva, fruto das especificidades históricas da ocupação e do desenvolvimento do município, com predomínio de grandes propriedades.

Sobretudo, a criação pecuária é favorecida pela presença do bioma Pampa, que possui como principal característica extensas áreas de pastagens naturais que servem de alimento para os animais. Santa Vitória do Palmar, esta localizada na região de abrangência do bioma Pampa que está restrito ao Rio Grande do Sul, onde ocupa 178.243 km² – o que corresponde a 63% do território estadual e a 2,07% do território nacional, estendendo-se pelo Uruguai e Argentina (BRASIL, 2016). O Pampa tem fauna e flora própria e apresenta uma grande biodiversidade. Ainda segundo dados do Ministério do Meio Ambiente (BRASIL, 2016), aproximadamente 3.000 espécies de plantas, mais de 450 espécies de gramíneas, (capim-forquilha, grama-tapete, flechilhas, barbas-de-bode, cabelos-de-porco, dentre outras). Cerca 150 espécies de espécies de compostas e de leguminosas como a babosa-do-campo, o amendoim-nativo e o trevo-nativo, nas áreas de campos naturais. Sua fauna apresenta em torno de 500 espécies de aves (ema, perdiz, quero-quero, joão-de-barro e outros), mais de 100 espécies de mamíferos terrestres (veado-campeiro o graxaim, o zorrilho, furão, tatu-mulita, preá e várias espécies de tuco-tucos), entre outras espécies endêmicas e algumas ameaçadas de extinção. A pecuária extensiva sobre os campos nativos, desde a colonização ibérica, tem sido a principal atividade econômica da região e tem contribuído com a preservação da biodiversidade do pampa que vê o crescimento das monoculturas levando a uma rápida degradação e descaracterização das paisagens naturais do Pampa (PILLAR et al., 2016).

O reconhecimento da pecuária familiar enquanto categoria social e produtiva no estado ocorre principalmente por meio de ação da Empresa de Assistência Técnica e Extensão

Rural (EMATER), que realiza os primeiros estudos identificando esses produtores enquanto uma categoria familiar caracterizada pela criação pecuária. O primeiro estudo que apontou informações que dariam subsídio inicial para regulamentar essa categoria, foi o trabalho de Ribeiro (2009). Mais tarde, o estado passa a reconhecer a pecuária familiar, enquanto importante atividade produtiva no estado do Rio Grande do Sul. A partir do Artigo 4º da Lei da Pecuária Familiar, é entendido que o pecuarista familiar é aquele que: realiza principalmente a produção de bovinos (e/ou caprinos e/ou bubalinos de corte e/ou ovinos); utilização predominante de mão de obra familiar. Podendo contratar até 120 (cento e vinte) dias ao ano; com área não superior a 300 ha; residência na propriedade ou em local próximo; no mínimo, 70% (setenta por cento) da renda provem da atividade pecuária (RIO GRANDE DO SUL, 2010). Para além das características estabelecidas em lei, a pecuária familiar é conhecida por um modo de vida distinto, que não se restringe a 300 hectares, mas que estabelece uma relação com os animais e com as pastagens distintas das outras formas de pecuária (WAQUIL et al., 2016).

Segundo o Censo Agropecuário de 2006, no município de Santa Vitória do Palmar, 47,63% do total de sua área era utilizada para criação pecuária, em que 138.714 hectares estavam distribuídos para 650 estabelecimentos rurais, dos quais 453 produtores utilizavam menos de 200 hectares, detendo uma área total de 26.392 hectares (9,07% do total) e 191 produtores detinham 112.321 hectares (38,57% do total). Esses dados evidenciam o expressivo número de estabelecimentos com uma categoria social que vem sendo denominada de pecuária familiar (até 200 ha), porém estes detêm uma área total pequena em relação aos pecuaristas com maior área de terra por estabelecimento. Segundo dados do IBGE (1995) os pecuaristas do município com até 200 hectares detinham 32.210 cabeças, enquanto que os produtores com mais de 200 hectares detinham 132.968 cabeças. Devido à pecuária familiar ser um segmento da pecuária extensiva que atualmente corresponde a 12% da atividade no estado do Rio Grande do Sul (SEBRAE/FARSUL/SENAR, 2005). Essa atividade tem sido alvo de intensas pesquisas referentes a suas peculiaridades, como um meio de diferenciá-los, demonstrado nos estudos de Ribeiro (2016) e Porto e Bezerra (2016), os quais apontam que a produção de carneiros vêm sendo a principal atividade realizada pelos pecuaristas familiares com importante papel no abastecimento do mercado bovino. Ao encontro desses resultados, o estudo de Matte (2017), com pecuaristas familiares do sul do estado, aponta que há uma diversidade de canais de comercialização acessados pelos pecuaristas familiares para a venda de bovinos, ovinos e caprinos, evidenciando a complexidade por trás desses mercados. Nesse

cenário, se torna cada vez mais importante conhecer dentro do mercado de animais como ocorre a venda e qual o destino das diferentes categorias bovinas da pecuária familiar.

Sendo assim, nesse trabalho será descrito as particularidades na comercialização de bovinos na pecuária familiar de corte do município de Santa Vitória do Palmar, para isso é necessário compreender as características socioeconômicas e produtivas, bem como dos canais de comercialização acessados pelos produtores familiares que realizam essa atividade.

Considerando os elementos até aqui apresentados, o presente trabalho buscou responder a seguinte pergunta de pesquisa: Quais são e como são construídos os canais de comercialização para a bovinocultura de corte pelos pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar?

Assim, a partir dessa pergunta, o objetivo geral desse estudo foi compreender como são construídos os canais de comercialização para bovinocultura de corte pelos pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar. Derivados, são estruturados três objetivos específicos, quais sejam:

- a) Verificar as características socioeconômicas e produtivas dos pecuaristas familiares de Santa Vitória do Palmar;
- b) Identificar os canais de comercialização acessados pelos pecuaristas familiares para comercialização de bovinos de corte;

Assim, esse trabalho se justifica pela necessidade de compreender como e porque os pecuaristas familiares têm comercializado seus animais para os diferentes canais de comercialização. Essa informação se torna importante para pensar ações públicas e privadas que visem incentivar os mercados da pecuária familiar.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo serão apresentados conceitos importantes para a compreensão dos mercados e das diferentes formas de comercialização nos mercados para a pecuária, no intuito de subsidiar o debate dos resultados dessa pesquisa. Entre as definições de mercados, encontramos que trata-se de um “grupo de compradores e vendedores que têm potencial para negociar uns com os outros”, definido por Hall e Lieberman (2003, p. 56). Segundo Sandroni (2006, p. 528)

[...] o termo designa um grupo de compradores e vendedores que estão em contato suficientemente próximo para que as trocas entre eles afetem as condições de compra e venda dos demais. Um mercado existe quando compradores que pretendem trocar dinheiro por bens e serviços estão em contato com vendedores desses mesmos bens e serviços. Desse modo, o mercado pode ser entendido como o local, teórico ou não, do encontro regular entre compradores e vendedores de uma determinada economia. Concretamente, ele é formado pelo conjunto de instituições em que são realizadas transações comerciais (feiras, lojas, Bolsas de Valores ou de Mercadorias, etc.). Ele se expressa, entretanto, sobretudo na maneira como se organizam as trocas realizadas em determinado universo por indivíduos, empresas e governos [...].

Para Waquil, Miele e Schultz (2010), em uma conceituação mais ampla definem que, “mercado pode ser entendido como uma construção social, como um espaço de interação e troca, regido por normas e regras (formais ou informais), onde são emitidos sinais (por exemplo, os preços) que influenciam as decisões dos atores envolvidos”. Entre essas diferentes definições, cabe destacar que os mercados são complexos e distintos, com influencia do produto comercializado.

Para analisar os mercados deve-se considerar a forma como os produtos são diferenciados. Segundo Waquil, Miele e Schultz (2010), o gado comercializado vivo é considerado uma mercadoria em estado bruto e com baixo grau de diferenciação. Ainda segundo o autor, no mercado os produtores e suas famílias são considerados tanto como compradores quanto vendedores, além de produtos agropecuários eles vendem também fatores de produção (mão de obra, arrendamento de terras e capital por via da poupança) e serviços (assistência, turismo, serviços ambientais, etc.).

A abrangência geográfica do mercado depende, conforme Waquil, Miele e Schultz (2010), de diferentes fatores, quais sejam:

- das características do produto (perecibilidade, valor agregado, relação preço/volume/peso, etc.);

- da existência de condições naturais específicas (clima e solo), que concentram a produção em regiões bem delimitadas;
- da tecnologia de distribuição disponível (logística, certificação, controle, etc.);
- das imposições legais e sanitárias e de acordos comerciais entre países e blocos econômicos;
- das características organizacionais e das estratégias dos compradores e vendedores.

Os agricultores acessam os mercados com intuito de vender sua produção e obterem lucro. Acabam enfrentando a concorrência de outros produtores de sua região ou de outras regiões produtoras, e enfrentam também o poder de negociação de seus compradores e fornecedores (CONTERATO et al., 2011). Geralmente quando há poucos compradores e pouca diferenciação dos produtos ofertados pelos agricultores isto causa um baixo poder de negociação e com isso diminui a rentabilidade.

Segundo Sandroni (2006, p. 160), demanda (ou procura) é a “quantidade de um bem ou serviço que um consumidor deseja e está disposto a adquirir por determinado preço e em determinado momento” e oferta é a “quantidade de bens ou serviços que se produz e se oferece no mercado, por determinado preço e em determinado período de tempo”. Com vendedores querendo maior preço e compradores buscando menor preço, a demanda e a oferta ajudam a definir o preço no mercado, para que se encontre um ponto de equilíbrio que atenda os dois lados.

Conforme Ploeg (2011), há uma diferença básica entre as formas de mercado, onde os grandes mercados de produtos agrícolas e alimentares são, cada vez mais, governados por impérios alimentares, e, por outro lado, os mercados emergentes estão inseridos em novas redes sociotécnicas que visam proteger espaços específicos contra o regime imperial. Elzen e Spoelstra (2012), realizaram um estudo na Holanda, tendo como foco a emergência da produção pecuária sustentável proposta pelo governo, mas que tem tido melhores respostas a partir do ajustamento local dos produtores. Segundo os autores, a emergência de ações locais faz parte de respostas a pressão e a sérios problemas existentes no formato do sistema que rege o mercado da pecuária, o qual tem entre suas prioridades aumentar a eficiência da produção com enfoque para as exportações. Assim, os autores avaliam iniciativas que eles denominam de *bottom-up*, ou seja, estratégias construídas de baixo para cima, do local e que podem tornar-se parte do um contexto maior na medida em que for reproduzido e evidenciado seu potencial (ELZEN; SPOELSTRA, 2012).

Para enfrentar as constantes tentativas de homogeneização da produção e consumo, e assegurar a integração dos pequenos produtores aos mercados, é necessária a elaboração de alternativas personalizadas, propondo uma nova visão, direcionando o olhar e atenção para as

relações sociais, econômicas e ecológicas autênticas entre todos os intervenientes no sistema alimentar (WILKINSON, 2008). Assim, estudar os mecanismos de comercialização é extremamente relevante para saber quais são os tipos de mercado que podem promover a geração de mais autonomia aos pecuaristas familiares, na medida em que abrangem seus espaços de manobra, indo ao encontro do que é afirmado por Ploeg (2008) onde os modos familiares de produção tendem a se distanciar de situações que causem sua dependência, principalmente com o mercado de insumos. Os mercados mais dependentes, por um outro lado, como apontado por Abramovay (2004), são mercados mais impessoais, em que a tendência indica que os pecuaristas familiares possam não conseguir fazer valer sua força de trabalho e seus recursos. O que se constata, diante disso, é que os atuais processos de desenvolvimento rural são caracterizados como um conjunto de respostas às falhas de mercado, respostas essas que requerem e envolvem a construção ativa de novos mercados (PLOEG, 2011).

Há uma compreensão por parte de alguns autores e, até mesmo na verificação da aplicação de algumas políticas públicas, de que o pequeno produtor deve ser inserido nas formas clássicas de mercado, visto como o meio pelo qual será viabilizado seu desenvolvimento e inclusão. A diferença básica, contudo, é que os grandes mercados de produtos agrícolas e alimentares são, cada vez mais, governados por impérios alimentares (PLOEG, 2008), os quais impõem restrições que acabam por excluir os pequenos produtores, não pela ausência de características qualitativas, mas por não ofertar, em muitos casos, a quantidade necessária demandada. Ploeg (2008), ao distinguir modo camponês de modo empresarial, destaca características antagônicas de ambos, em que o primeiro é caracterizado pelo distanciamento em relação ao mercado de insumos, diferenciação em relação ao mercado de produtos, fundado sobre e internalizando a natureza.

Os sistemas produtivos da pecuária familiar estão em transformação, influenciados por um conjunto de fatores externos e internos ao estabelecimento, tais como o avanço das lavouras de soja e dos cultivos de silvicultura sobre as áreas de campo naturais, o consequente aumento no preço da terra, as dificuldades de arrendamento, os problemas sucessórios, o abigeato, entre tantos outros elementos que impactam não somente sobre essa categoria, mas principalmente nos mercados da carne (MATTE, 2013). Diante desse cenário, os mercados podem estar em transformação, aspecto que conduziu ao interesse em entender como isso tem ocorrido entre pecuaristas familiares de Santa Vitória do Palmar.

A esse respeito, estudo recente desenvolvido por Matte (2017), sobre os mercados da pecuária familiar, a autor constata que os pecuaristas familiares procuram evitar a

fidelidade, a qual implica na condição de comercializar ao mesmo destino consecutivamente, trata-se de um meio de manter certa autonomia, na medida em que a venda não ocorre por imposição. Os resultados da autora ainda apontam que o pecuarista familiar tem pouca autonomia, uma vez que seu domínio permanece na produção, com pouca ou nenhuma participação nas demais trajetórias em que seguem os animais. Segundo Matte (2017), na comercialização de terneiros/novilhos, os principais canais de comercialização são corretor (43,6%), terminador (41%) e remate (33,3%), enquanto a vaca de descarte são terminador (53,8%), corretor (25,6%) e frigorífico (23,1%). Conforme quadro a seguir:

Quadro 1 – Principais canais de comercialização encontrados por Matte (2017)

Terneiros/novilhos	Vaca de descarte
corretor (43,6%)	terminador (53,8%)
terminador (41%)	corretor (25,6%)
remate (33,3%)	frigorífico (23,1%)

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Matte (2017)

Nos mercados de reprodutores bovinos, 82,1% dos pecuaristas familiares adquirem reprodutor de outro pecuarista familiar, em que pode ser até mesmo um vizinho (MATTE, 2017). Conforme contatado pela autora, essa prática da troca de animais é uma maneira de evitar a necessidade de adquirir por meio da mobilização de recurso financeiro, o que pode demandar a venda de animais para posterior compra do animal. Assim, com o propósito de encontrar informações mais precisas para a realidade do município de Santa Vitória do Palmar, acerca dos mercados da bovinocultura de corte entre pecuaristas familiares, que conduziu a realização desse estudo.

3 METODOLOGIA

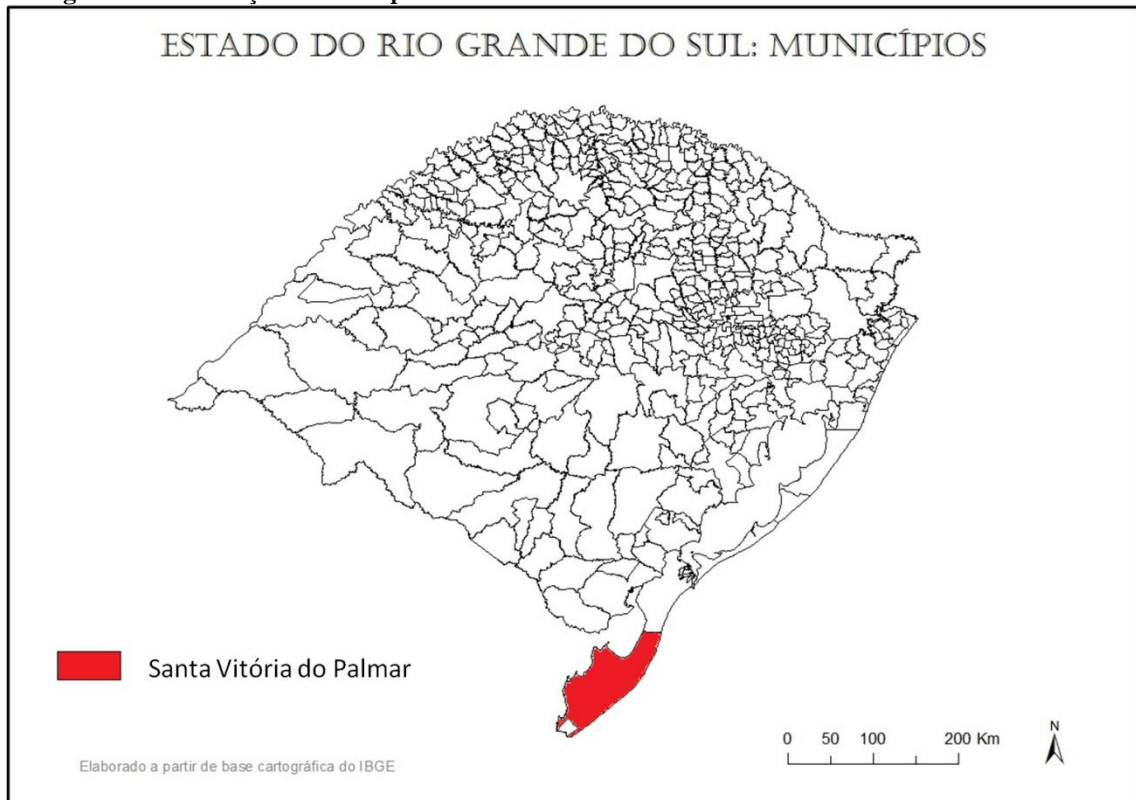
Neste capítulo serão apresentados os instrumentos de pesquisa e análise dos resultados, justificando as escolhas que conduziram a realização desse estudo.

3.1 TIPO DE ESTUDO, UNIDADE DE ANÁLISE E INSTRUMENTO DE PESQUISA

Tipo de estudo descritivo, de abordagem qualitativa para melhor compreensão da realidade encontrada. A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987). A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. A abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria (GOLDENBERG, 1997, p. 34).

Para realização desse estudo, a unidade de análise foram pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar. O município está localizado no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul e tem como limites ao norte o município de Rio Grande, ao sul o município do Chuí e o Uruguai, ao leste o Oceano Atlântico e a oeste a Lagoa Mirim. Segundo o Plano Ambiental Municipal (PAM, 2011), o município apresenta condições climáticas com estações bem definidas, com bastante ocorrência chuvas no decorrer do ano, enorme presença de recursos hídricos (Lagoas Mirim e Mangueira, além de outras com menor expressão), solo fértil e pastagens naturais, o que auxilia o manejo do rebanho e o cultivo de pastagens (Figura 1). Ainda segundo o plano, além dessa particularidade possui condições favoráveis para criação de gado já que não há incidência do ectoparasita carrapato no gado bovino, garantindo a qualidade do couro e da saúde do rebanho. A paisagem predominante são os campos nativos, mas também apresenta matas ciliares, capões de mato, formações arbustivas, butiazais, banhados, etc.

Figura 1 – Localização do município de Santa Vitória do Palmar no sul do estado do Rio Grande do Sul



Fonte: Elaborado pelo autor com base em mapa base IBGE.

A escolha dos pecuaristas familiares levou em consideração as características apresentadas na introdução deste trabalho, sobretudo ao que foi destacado por Waquil et al. (2016), de que se trata de um modo de vida distinto. Segundo Gerhard e Silveira (2009, p. 72) entrevista “é uma técnica de interação social, uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca obter dados, e a outra se apresenta como fonte de informação.” Ainda segundo os autores, a utilização de entrevista como instrumento de pesquisa tem em seu favor a possibilidade do entrevistado não precisar saber ler nem escrever, as questões podem ser melhor esclarecidas e explicadas, o entrevistador pode adaptar-se as características, a circunstâncias em que ocorre a pesquisa e permite a obtenção de dados com elevado nível de profundidade e possibilita que a análise dos dados seja feita de forma quantitativa e qualitativa.

Assim, o principal instrumento de pesquisa foi a realização de entrevista semi estruturada, que conforme Gerhard e Silveira (2009, p.72) é onde o pesquisador organiza um conjunto de questões (roteiro) sobre o tema que está sendo estudado, mas permite, e às vezes até incentiva, que o entrevistado fale livremente sobre assuntos que vão surgindo como desdobramentos do tema principal, na qual foi possível obter informações que davam conta de responder aos objetivos do trabalho (APÊNDICE A).

O critério de escolha buscou contemplar uma diversidade de formas de produção e criação pecuária, de modo a contemplar diferentes maneiras de comercialização. A entrevista foi testada com dois produtores, para ter certeza de que as questões formuladas responderiam aos objetivos da pesquisa e após a reformulação de algumas questões, entrei em contato com os mesmos para refazer algumas questões, logo após segui com as entrevistas. Foram entrevistados sete pecuaristas familiares do município, escolhidos pelo pesquisador pela facilidade de acesso a estes e outros indicados pelos primeiros, procurando diversidade de formas de comercialização. O estudo foi realizado durante os meses de setembro e outubro de 2017.

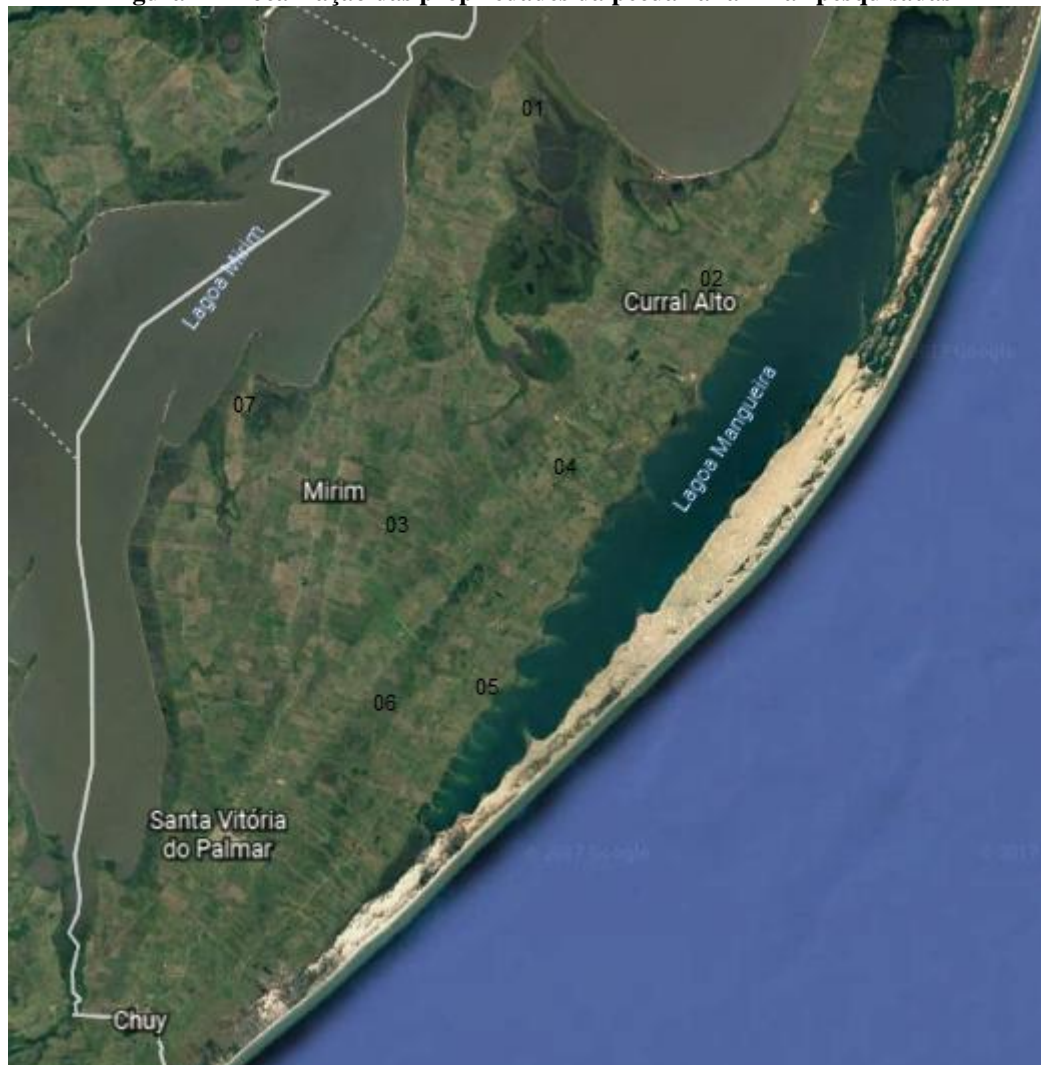
3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Assim, os dados obtidos por meio de entrevistas foram transcritos em uma planilha Excel, em que os dados quantitativos foram analisados a partir de estatística descritiva, verificando máximo, mínimo e média. No caso das informações qualitativas, foi utilizada técnica de análise de conteúdo na modalidade análise temática. A análise de conteúdo segundo Bardin (1979, p. 42), representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens. Segundo Minayo (2007, p. 316), “a análise temática consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação cuja presença ou frequência signifique alguma coisa para o objetivo analítico visado”. Todos os dados coletados foram analisados e filtrados, a partir desse resultado as informações mais valiosas foram integradas a proposta inicial do estudo buscando contemplar o objetivo deste. A esse respeito, Minayo (2007) destaca que caso haja algum fator surpresa no decorrer do estudo cabe ao pesquisador buscar novos caminhos focando sempre no tema/ conteúdo proposto e categorização temática para que a pesquisa não seja comprometida, o que não é muito comum por se tratar de uma pesquisa de modo qualitativo já que está oferece um leque de escolhas mais amplo.

Para a coleta de dados com entrevistas, utilizou-se um Termo de Consentimento Informado para os informantes da pesquisa que o solicitaram, em que foram descritas informações sobre a pesquisa. As informações obtidas nesta pesquisa foram utilizadas somente para fins acadêmicos com total sigilo e confidencialidade para com os informantes. Assim, para preservar a identidade dos entrevistados, esses serão nomeados como Pecuarista

Familiar de um a sete. A seguir ilustração que mostra a localização das propriedades familiares pesquisadas.

Figura 2 – Localização das propriedades da pecuária familiar pesquisadas



Fonte: Elaborado pelo autor com base no Google earth.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados aqui apresentados partem de dados obtidos por meio de entrevistas com pecuaristas familiares do município de Santa Vitória do Palmar. Assim, o capítulo está subdividido em duas partes: a primeira em que são apresentadas características socioprodutivas dos pecuaristas familiares e a segunda, subdividida em três subitens, em que são analisadas as estratégias de comercialização para as três categorias bovinas comercializadas: o terneiro, a vaca de descarte e o touro.

4.1 CARACTERIZAÇÃO SOCIOPRODUTIVA DOS PECUARISTAS FAMILIARES

Os pecuaristas entrevistados trabalham com pecuária em média há 33,5 anos, em que o pecuarista que trabalha há menos tempo o faz há quatro anos e o que tem mais tempo esta envolvido com pecuária há aproximadamente 60 anos. O pecuarista que atua há pouco tempo na atividade sempre trabalhou como empregado em estâncias atuando diretamente com pecuária, porém tornou-se proprietário de terra quando deixou de ser empregado, afirmando que se considera pecuarista a partir do momento que fez seu primeiro talão de produtor, o que ocorreu há quatro anos. Os demais entrevistados possuem longos anos de experiência na atividade, seja como proprietários ou atuando junto com a família. As propriedades estão localizadas distantes do centro urbano em média 51 km, a mais próxima está a 15 km e a mais distante está a 100 km da sede do município. Isso evidencia a distribuição espacial da pecuária familiar e possíveis implicações sobre os mercados, uma vez que a distância implicará em custos de transporte.

Nessas propriedades residem em média três pessoas, sendo em sua maioria do sexo masculino. Familiares envolvidos direto no trabalho da propriedade são na média 2,57 pessoas por propriedade, em que a propriedade que tem menor número de pessoas registra uma pessoa atuando e a que tem mais contabiliza quatro pessoas trabalhando na atividade. A utilização de mão de obra contratada foi encontrada somente em uma propriedade, visto que a mesma ocorre em torno de 20 a 30 dias por ano, conforme a necessidade, para o manejo do rebanho bovino. Em outras propriedades ocorre à troca de favores entre vizinhos ou ajuda de algum parente quando necessário (Figura 3). Esses resultados se assemelham aos encontrados por Matte (2013) e por Ribeiro (2009), que registram a troca de serviços entre pecuaristas como um meio de suprir a carência de mão de obra em períodos em que a atividade pecuária

demanda maior intensidade de envolvimento. A ilustração a seguir mostra pecuaristas familiares em dia de manejo com o gado:

Figura 3 – Troca de favores na pecuária familiar por meio da vacinação em parceria



Fonte: registro do autor (2017).

A divisão do trabalho ocorre de forma muito semelhante nas propriedades, sendo que as mulheres são responsáveis pela casa e atividades como cultivo de hortas, apicultura, fabricação de queijos, em essência atuam na produção de alimentos para o consumo familiar. Os homens em sua maioria estão envolvidos, principalmente, no serviço relacionado à pecuária, bem como criações de pequenos animais. No caso de alguns homens idosos se envolvem somente em serviços leves.

Todos os pecuaristas utilizam 100% das áreas disponíveis exclusivamente para pecuária, em média os pecuaristas familiares utilizam uma área de 178 hectares, sendo que possuem de áreas próprias em média 66,5 hectares, onde quem tem a menor área não possui terras próprias, visto que trabalha em outra propriedade e realiza arrendamento da área onde produz os animais. A maior propriedade entre os entrevistados possui 260 hectares. Os pecuaristas entrevistados possuem em média 112 hectares de terras arrendadas, onde a menor área é de 2,5 hectares e a maior de 200 hectares. Pode-se constatar que os pecuaristas familiares entrevistados utilizam uma área maior proveniente de arrendamento junto a terceiros, em relação às áreas próprias.

Além da bovinocultura de corte, que é a principal atividade das propriedades, foi encontrada a ovinocultura em quatro propriedades, com rebanhos pequenos, destinados ao consumo da família basicamente. Segundo os produtores o abigeato foi considerado o fator

que impede o aumento dessa criação. Outras atividades produtivas realizadas são as “criações de pátio” (aves, ovos, porcos, etc.) e produção de queijos, estes com alguma comercialização do excedente. Também foi encontrada uma propriedade com apiário, o qual já foi mais forte no município e atualmente produz em menor escala, além disso, em uma das propriedades é realizado o trabalho artesanal com couro (guasqueiro).

A bovinocultura de corte representa em média 85% da renda anual gerada pelas famílias dentro e fora das propriedades, em que a propriedade com menor renda proveniente da pecuária foi de 70% e a maior 95%.

A raça predominante nos rebanhos é a raça Angus, raça de corte de origem européia, principalmente o Aberdeen Angus (preto) e em menor proporção o Red Angus (vermelho) que é uma variação da raça onde só se diferencia pela cor do pelo, em que desse segundo é vermelha. Segundo os pecuaristas familiares entrevistados, existem alguns fatores que justificam o motivo pela preferência de utilizarem a raça Angus em seus rebanhos, o fato de ser um “gado mais rústico que se adapta bem no município” (pecuarista familiar 7), “boa aceitação do mercado” (pecuarista familiar 5), “gado que exige menos campo (pasto) para se manter em bom estado corporal” (pecuarista familiar 1), e “facilidade em adquirir genética de qualidade no município” (pecuarista familiar 3) e alguns preferem o Angus porque o Hereford apresenta problema nos olhos (conjuntivite) (pecuarista familiar 3).

Ao encontro desses resultados, Matte (2017) também identifica a raça Angus como predominante no rebanho da pecuária familiar presente em 76,9% das propriedades, tanto em sua linhagem Aberdeen Angus (56,4%) como Red Angus (20,5%). Segundo Matte (2017), mais do que a característica da carne desses animais, o que se apresenta é um contexto em que ocorre um processo de indução para mudança no padrão racial dos terneiros produzidos pela pecuária familiar. A autora afirma que a presença dessas raças e a redução de animais de raças zebuínas na pecuária familiar têm por base dois grupos de argumentos que dão forma a dois fatores principais, quais sejam: demanda do mercado e características produtivas das raças. Em essência, ambos os fatores permitem constatar que não se trata de regras constituídas localmente pelos pecuaristas familiares, mas, sim, induzidas pelo mercado a partir de um processo de retroalimentação da atual conjuntura (MATTE, 2017).

A raça Hereford, de origem européia e de corte, também é encontrada entre os entrevistados, visto que se adapta bem ao local e tem boa procura no mercado, além de facilidade para adquirir touros de qualidade, conforme relata o pecuarista familiar 6:

O Hereford e o Angus são raças européias de corte que se adaptam bem na região, além de serem o que o mercado procura. Meu rebanho era a cruza dessas agora com predomínio do pampa pela facilidade que temos no município para adquirir touros hereford. Existem duas cabanhas renomadas, inclusive a nível nacional (Estância Tamanca e Estância Rincão) que já vem a alguns anos com um sistema troca troca, onde você adquire um touro (em outubro ou novembro) e tem a facilidade de pagar em maio do próximo ano, entregando terneiro(a), vaquilhona e touro de descarte como forma de pagamento e com valores pré-estabelecidos acima do mercado. Além de garantir a compra dos terneiros no ano seguinte, isto se a gente quiser.

A seguir ilustração de touros utilizados pelos pecuaristas familiares, na foto superior um touro da raça Aberdeen Angus, raça esta que é utilizada pela maior parte dos pecuaristas familiares entrevistados. Na foto inferior um touro da raça Hereford, raça esta que também é utilizada:

Figura 4 – Touro Aberdeen Angus (superior) e touro Hereford (inferior), ambos de pecuaristas familiares



Fonte: Registros do autor (2017).

Os sistemas de criação da bovinocultura de corte encontrados foram os seguintes: 29% trabalham com cria e recria, 29% somente com cria, 14% com ciclo completo e 14% com recria e terminação. Portanto, foi possível captar uma diversidade de pecuaristas familiares e sistemas de criação, sendo que o sistema de criação predominante é a cria e recria. Esses resultados vão ao encontro do encontrado por Ribeiro (2016), Andreatta (2016) e Porto e Bezerra (2016).

A pastagem natural é a principal fonte de alimento utilizada na alimentação dos animais, visto que o município está localizado na área de abrangência do bioma Pampa, que é reconhecido pela abundância dos campos nativos com pastagens naturais, conforme salientado na obra de Pillar et al. (2009). As pastagens cultivadas de inverno vêm ganhando espaço na pecuária familiar, alguns produtores estão utilizando trevo, azevém e cornichão, esses pastos são utilizados geralmente de maio a novembro, dependendo se segue chovendo após novembro elas aguentam até o verão. Os pecuaristas que têm pastagem conseguem salvar algum animal debilitado no inverno devido a escassez de pastos nessa estação, aumentar a capacidade de lotação de suas propriedades ou fazer a terminação de determinada categoria animal que desejar. Conforme ilustração:

Figura 5 – Pastagem de inverno trevo, azevém e cornichão da pecuária familiar



Fonte: Registro do autor (2017).

Ao direcionar a análise especificamente sobre os mercados, constata-se que a principal categoria comercializada pelos pecuaristas familiares é o terneiro. Segundo o ponto de vista dos produtores, há três principais motivos que explicam essa afirmação. O primeiro é que o

terneiro é mais fácil de vender, uma vez que sempre tem procura no mercado. O segundo diz respeito a falta de espaço na propriedade para fazer a recria ou o ciclo completo. O terceiro está pautado no aspecto de que se trata da categoria que gera maior retorno na pecuária, utilizando menos investimento e correndo-se menores riscos, como explica o pecuarista familiar 3:

É um negócio mais seguro para nós. Se vende o terneiro e se fica com o casco (vaca) que é a garantia de que você vai produzir no próximo ano, se alguma coisa der errado você tem o terneiro de novo no próximo ano. Se você não trabalha com cria e vende as vacas para o frigorífico e ele não te paga você tá quebrado, pois não tem como fazer a reposição. (pecuarista familiar3)

A comercialização das vacas de descarte – que consiste da vaca velha, descartada pela falta de dentes, ou na vaca falhada, que não segurou cria por algum motivo desconhecido –, vem em segundo plano, o que não significa menor importância para os produtores. Quatro desses pecuaristas realizam “exame de toque” (palpação retal) nas vacas, para identificar se as mesmas estão prenhas e assim descartar aquelas que não estão. Outros esperam a parição para descartar as que não parirem, conforme relata o pecuarista familiar 3 “ninguém fazia toque, quando os frigoríficos não puderam mais abater vacas prenhas é que se começou a fazer toque nas vacas gordas que se pretendia vender, como agora pode matar vaca prenhe eu não faço mais. Tem gente que seguiu fazendo em todo gado, mas eu não.”

Os terneiros são comercializados de maio a junho de cada ano, que é a época em que os terneiros devem estar completando de sete a 12 meses, em quando é realizada a desmama. Além disso, é um “ritual de preparação para o inverno”, visto que diminuem a lotação dos campos para que esses assegurem melhores pastagem no período de escassez. Nesses meses os invernadores, compradores de gado que realizam a terminação, começam a comprar animais para colocar os terneiros nas pastagens de inverno e o preço geralmente é o melhor do ano. As vacas de descarte, segundo os pecuaristas familiares, começam a ser vendidas a partir de maio, isso porque quem não tem pastagem cultivada aproveita a engorda obtida no verão e quem tem este tipo de pastagem vende conforme for engordando. Os relatos a seguir ilustram essas afirmações:

[...] época em que o terneiro do cedo vai junto com o do tarde fazendo a média e pelo desmame das vacas para entrarem o inverno solteiras. Vacas de descarte porque é a época que vai se conseguir tirar vaca gorda sem pastagem” (pecuarista familiar 3)

[...] terneiros por ser a época do desmame e saírem direto da teta da vaca para o caminhão. Depois de desmamar os terneiros se olha os dentes das vacas e faz toque

(exame de prenhes) e vai se vendendo conforme vai engordando” (pecuarista familiar 6)

‘[...] “terneiro porque é a época que os invernadores começam a comprarem e tem que desmamar pela entrada do inverno. Vacas gordas conforme vai engordando” (pecuarista familiar 2)

A ilustração a seguir mostra um lote de terneiros da pecuária familiar, resultado de cruzamento de Angus e hereford:

Figura 6 – Terneiros cruza de raças europeias da pecuária familiar



Fonte: Registro do autor (2017).

Assim, de modo a ilustrar as distinções nas categorias de bovinos comercializados, os resultados a seguir serão apresentados e discutidos separadamente para terneiros, vaca de descarte e touro.

4.2 CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO PARA A BOVINOCULTURA DE CORTE NA PECUÁRIA FAMILIAR

4.2.1 Canais de comercialização para o carneiro

Os principais canais de comercialização acessados pelos pecuaristas para a venda de terneiros foram o invernador e a exportação de gado em pé. O invernador pode ser um

vizinho, pela facilidade, proximidade e confiança, ou granjeiro (que também trabalha com pecuária) que dispõe de pastagem de inverno sobre as áreas de lavoura e cabanhas que vendem reprodutores de raça e compram terneiros para invernar de seus clientes de touros junto a eles. Segundo o pecuarista familiar 2 “[...] sendo castrados os terneiros tem um invernador que chega a pagar R\$ 0,50 a mais no quilo do terneiro e costume vender todos anos com prazo e receber direitinho”.

A negociação com o invernador pode ser direta, livre de comissão, em casa sem custo de frete para o vendedor, ou por meio de um atravessador (corretor) com pagamento de comissão. “São os principais mercados que temos, se os terneiros estiverem inteiros posso vender para qualquer um dos dois, mas se forem castrados o navio não leva” (pecuarista familiar 3). O pecuarista familiar 7 descreve como faz a comercialização “terneiro para o navio (exportação) e metade dos terneiros fico para fazer boi e vender para o frigorífico” O pagamento na maioria das vezes é à vista, em algum caso até adiantado, mas pode ser também a prazo dependendo do nível de confiança existente entre os envolvidos na negociação. “O navio na maioria das vezes tem melhor preço, pagam a vista antes de carregar e estão sempre comprando” (pecuarista familiar 7). A venda para exportação é sempre feita por meio de corretores com pagamento de comissão, aproximadamente 2%.

De maneira geral, os pecuaristas familiares não firmam compromisso de venda, eles esperam abrir o mercado para compararem os preços e tomarem a decisão. Levam em conta também se o pagamento é a vista, se for com prazo depende se o comprador é de confiança.

Todos os pecuaristas já acessam esses canais de comercialização entre três a dez anos aproximadamente, anterior a isto alguns vendiam em feiras. Devido principalmente a facilidade que surgiu para os pecuaristas comercializarem seus animais sem sair da propriedade, às vezes com pagamento de comissão, mas bem menor em relação as executadas nas feiras, e tratada a negociação a partir do preço estabelecido por ele. Isso significa afastar a necessidade de levar os animais a um local de feira na incerteza de conseguir ou não comercializar, bem como de conseguir ou não o valor desejado e ter que arcar com a despesa de retorno e da perda de peso causada pela movimentação dos animais. Também pela visão que os pecuaristas familiares estão tendo, e adequando seus modos de produção para conseguir melhor valorização dos seus produtos, investindo em pastagem cultivada ou adequando a lotação para venderem direto para o frigorífico com melhor remuneração.

4.2.2 Canais de comercialização para a vaca de descarte

Para comercializarem as vacas de descarte os pecuaristas familiares utilizam como canal de comercialização principal o frigorífico. Os pecuaristas que possuem pastagem de inverno conseguem vender todas suas vacas de descarte para o frigorífico alcançando uma melhor valorização, visto que essas adquirem peso com alimentação específica para esse fim. Os pecuaristas que dependem somente da pastagem natural, dependendo se as chuvas forem normais no verão, conseguem vender uma parte para o frigorífico, e o restante é vendido para os invernadores. Também há aqueles que acabam vendendo somente para invernadores por não conseguirem fazer a engorda. Abaixo são apresentados trechos de entrevistas com pecuaristas familiares que evidenciam essas afirmações.

“[...] vendo para um frigorífico local (CAMBARÁ) que já trabalho a algum tempo o rendimento é melhor que os outros, porque paga peso de carcaça quente e ta pagando direito, o único problema é que ta sempre cheio de gado gordo”. (pecuarista familiar 6)

“[...] quando se consegue completar carga grande se vende pra fora”. (pecuarista familiar 7)

“Ofereço primeiro para os vizinhos, senão, procuro algum comprador (corretor). As vezes quando tem alguma gorda consigo encostar com um vizinho e vendo para o frigorífico”. (pecuarista familiar 4)

“Não tem frigorífico específico, o que tem melhor preço e que se ouça falar que esteja cumprindo com os compromissos e que seja com o menor prazo possível, pois quem ta comprando com muito prazo, as vezes já pode estar meio mal das pernas”. (pecuarista familiar 3)

Esses canais de comercialização já são acessados há longo tempo pelos pecuaristas, uma vez que há produtores que vendem vacas para frigorífico há 30 anos. Os pecuaristas, quando ocorrem chuvas regulares no verão, conseguem engordar o gado e vender para o frigorífico conseguindo melhor valorização, quem não consegue engordar os animais de descarte tem que vender para quem tenha condições de fazer o engorde (invernador), e acaba recebendo uma menor remuneração em comparação aos demais. A seguir ilustração de um lote pequeno de vacas de descarte, falhadas, que foram vendidas por um pecuarista familiar para o invernador:

Figura 7 – Vacas de descarte falhadas da pecuária familiar



Fonte: Registro do autor (2017).

4.2.3 Canais de comercialização para o touro

Os produtores utilizam os mais variados canais de comercialização na hora de descartar os touros. A maior parte vende para frigoríficos, quando conseguem colocar junto com uma carga de vacas obtém melhores preços. Segundo os pecuaristas familiares 4 e 3, respectivamente, “Tem um frigorífico de Pelotas que está sempre comprando touro e gado flagelado e paga na hora” e “geralmente se vende pra frigorífico de picareta, se tem dificuldade de carregar e de preço, mas o pagamento é feito no carregador”. O pecuarista familiar 6 entrega o touro de descarte como parte do pagamento de um touro novo, para uma cabanha.

Alguns pecuaristas familiares buscam trocar com um vizinho, com o qual cultiva laços de amizade e confiança e que já costuma fazer esse tipo de troca, evitando assim mais despesas de custo de produção e para evitar a consanguinidade do rebanho. Por isso a cada dois ou três anos é recomendado que troquem de touro para evitar que ocorra o cruzamento das novilhas com o pai, evitando a consanguinidade. A troca de touro também é identificada nos resultados de Matte (2017), a qual aponta que 82,1% dos pecuaristas familiares comercializam esse animal por meio da troca com vizinho. Para Matte (2017), a única aquisição fundamental necessária para a continuidade das atividades na pecuária familiar é o touro, lógica explicada pela regra que orienta a busca por uma relação de independência em relação ao mercado de compra, assim como pela orientação de evitar o risco referente às oscilações que os preços podem sofrer.

Entre os entrevistados, há pecuaristas que utilizavam touros não no gado, mas que não utilizam mais, como explica os motivos a seguir: “compro vaca com cria e de invernar e

vendo tudo conforme vai engordando e se tem negócio bom vai macho, fêmea e tudo mais. Já usei touro, mas é meio complicado, os poteiros pequenos e eles não param no campo ficam incomodando os vizinhos e rebentando arame, além de não conseguir apartar do gado na época que tem que tirar do gado” (pecuarista familiar 2).

Há dois principais aspectos que influenciam o pecuarista familiar sobre o momento de realizar a comercialização. Um deles é o preço, em que busca atingir uma melhor remuneração no momento da comercialização. O outro é a relação de confiança que o pecuarista adquire junto ao comprador ou corretor, que também é fator relevante para que o produtor sinta-se mais seguro em relação ao recebimento do pagamento pela sua produção. Como relata o pecuarista familiar 7 quando questionado como decide para quem vai vender “pelo preço e de preferência a vista, mas dependendo do comprador da para dar um prazinho”.

Os pecuaristas admitem, em sua maioria, que enfrentam ou já enfrentaram alguma dificuldade no momento da comercialização de seus animais. No momento de vender os terneiros os pecuaristas acreditam que depende muito da lei da oferta e da procura. Isso porque nos meses de maio e junho quando a procura por terneiros é maior se torna mais fácil comercializar, o que não ocorre em outros períodos em que a procura é menor. Já a oferta quando é maior que a procura pode interferir com a queda dos preços.

Outro problema é em relação aos pequenos lotes para vender, que não completam uma carga e acabam recebendo oferta abaixo do preço de mercado. Quando decidem vender vaca gorda para o frigorífico, a dificuldade também é completar a quantidade de animais que atinja uma carga de caminhão, ou conseguir entrada nos frigoríficos. Os frigoríficos locais compram lotes pequenos, mas estão sempre cheios de oferta de gado gordo e como abatem poucas cabeças de animais por semana acaba sendo difícil conseguir comercializar. Já os frigoríficos grandes, de fora do município, têm maior facilidade de entrada, exigindo carga fechada, se for um pouco animais de cada pecuarista eles não separam na hora do abate e preferem sempre que saia só em nome de um pecuarista, o que acaba dificultando a venda coletiva entre os pecuaristas familiares. Mas ocorre também de produtores que acreditam não encontrar dificuldades na hora da comercialização, é o caso dos pecuaristas familiares 1 e 7 respectivamente: “comprador sempre tem, se não tu dá uma baixada no preço e vende igual” e “fala com 2 ou 3 corretores e em seguida se vende”.

A maior parte dos pecuaristas acredita que o valor recebido pelos animais condiz com o preço de mercado, pela qualidade do gado que criam (raças de corte e cruzas) atenderem ao que o mercado esta procurando no momento, e pelo fácil acesso as informações para saber quais preços o mercado está praticando. O pecuarista familiar 5 reclama que “o preço do

mercado está abaixo do custo de produção devido aos altos preços dos arrendamentos para pecuária, que em momentos até se equivalem aos valores praticados em arrendamentos de lavoura, e pelas despesas com insumos que também tem aumentado.”

Os pecuaristas familiares acreditam que os meios que utilizam para comercializarem seus animais são os melhores possíveis dos que estão disponíveis no momento, com algum detalhe a melhorar. Segue trechos das respostas dos pecuaristas quando perguntados se pudessem escolher a melhor forma de comercializarem seus animais, o que eles escolheriam: “A melhor forma é essa que temos, o que poderia melhorar seria ser sempre pagamento a vista” (pecuarista familiar 2), “Pagamento a vista sempre e sem intermediários” (pecuarista familiar 4), “Acho que assim está bom, mas gostaria que o mercado remunerasse um pouco mais o produtor” (pecuarista familiar 6) e “A forma que temos está bom, mas seria melhor se tivesse uma forma jurídica que amparasse o produtor, garantindo que vai receber sempre que vende” (pecuarista familiar 7).

A Feira de Gado Geral em Santa Vitória do Palmar já foi o principal canal de comercialização utilizado pelos pecuaristas, mas atualmente os produtores não a utilizam para comercializar seus animais. Antigamente existiam vários locais para realização de feiras espalhados pelo interior do município por várias localidades, os quais foram fechando aos poucos. O último que resistia, localizado a 70 km da sede do município, fechou ano passado (2016). O único local de feira existente atualmente é o Parque do Sindicato Rural do município, na zona urbana, e por ser o município muito extenso, visto que entre os entrevistados há aqueles que residem até 100 km de distância, acaba não sendo vantajoso.

Os preços altos dos fretes e a comissão cobrada tanto de compradores como de vendedores, ausenta os produtores das feiras, além de que o número de corretores aumentou muito, “qualquer um sai comprando e vendendo gado” (pecuarista familiar 5). O acesso a tecnologia de informação também facilitou muito o mercado do gado, uma vez que com a internet é possível ver uma filmagem dos animais a qualquer hora e lugar via telefone celular, por exemplo. Até a frequência que as feiras ocorriam diminuiu, existem dois escritórios de remates no município que faziam uma feira mensal cada um, atualmente sai uma a cada três meses e os animais que são levados para vender são de produtores do entorno da cidade, geralmente gado leiteiro e em pouca quantidade.

Dos produtores entrevistados nenhum leva animais em feiras, porém três admitiram terem levado alguma vez. Quando questionados sobre o que pensam sobre as feiras atualmente, destacam:

“Acho que vai acabar, vai ficar só a feira de elite (gado selecionado, financiamento bancário, touros e matrizes com genética avançada), o gado geral vai ser vendido na propriedade com comissão baixa ou isento (pecuarista familiar 3)”.

“Ta fraco, porque os compradores pechinham muito e tentam comprar pelo menor preço possível. Feira só em ultimo caso, sempre tem um comprador que vem em casa já sabendo o preço que eu quero e a comissão é mais baixa e sem custo de frete (pecuarista familiar 4)”.

“A feira só é boa para se ter uma base dos preços, ver a temperatura do mercado (pecuarista familiar 5)”.

“Vão acabar com as feiras, muito cara a comissão e a questão do frete. Pra comprar na feira até que da, as vezes aparece um gado bom, mas já se faz oferta abaixo para descontar frete e comissão (pecuarista familiar 2)”.

A facilidade de comercializar o gado sem sair de casa, direto com o comprador ou intermediário, em conjunto com a facilidade de acesso a informações sobre os preços que está sendo praticado no mercado, tem ausentado os pecuaristas das feiras. Os produtores também questionam as altas taxas de comissão que são cobradas de quem comercializa em feiras. A distância do local de feira também é um limitante, pois acaba elevando o valor pago para transportar os animais.

Em Santa Vitória do Palmar os pecuaristas familiares pesquisados não estão mais acessando as feiras para comercializarem sua produção, resultado semelhante do que foi encontrado por Matte (2017) em pesquisa realizada nos municípios de Bagé, Dom Pedrito e Pinheiro Machado com pecuaristas familiares. A autora constatou que o remate é apenas o terceiro canal de comercialização mais acessado para a venda de terneiros/novilhos e o quinto canal de comercialização para as vacas de descarte entre as outras formas de comercialização, demonstrando que os pecuaristas estão diminuindo a utilização desse canal.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos tem se intensificado as pesquisas em torno das particularidades que envolvem a pecuária familiar, que era uma categoria até então pouco reconhecida, mas que tem grande importância no sistema produtivo, econômico e social das famílias envolvidas. Os pecuaristas familiares têm longa experiência com a atividade pecuária, a qual tem sido tradicionalmente passada de geração para geração.

Os pecuaristas familiares utilizam a pastagem natural como principal alimento na pecuária de corte, uma vez que o aspecto tradicional da cultura gaúcha e a fartura de pastos nativos disponíveis pelo bioma Pampa, que abrange o município de Santa Vitória do Palmar, favorecem a atividade nesses moldes. Também já é possível encontrar alguma forma de melhoramento na alimentação, com a implantação de pastagens cultivadas de inverno.

Os pecuaristas familiares apresentam pouca diversificação de atividades dentro da propriedade sendo a pecuária de corte responsável pela maior ocupação de área e fonte de renda. As raças bovinas de corte europeias são as mais procuradas pelo mercado da pecuária, estão introduzidas nos rebanhos tornando os pecuaristas familiares mais competitivos no mercado, por produzir o que o mercado procura.

O carneiro é a principal categoria produzida para comercialização, sendo comercializada por todos os pecuaristas familiares entrevistados e considerada por eles a que melhor remunera a pecuária com menos risco. São comercializados principalmente durante os meses de maio e junho, com idade aproximada de sete a 12 meses, por ser a época de desmame e com o propósito de diminuir a lotação para a entrada do inverno.

Os principais canais de comercialização acessados pelos pecuaristas familiares são o invernador e a exportação. O invernador pode ser acessado diretamente ou por meio de corretor, já para exportação a venda ocorre sempre por meio de um corretor com pagamento de comissão. A segunda categoria mais comercializada pelos pecuaristas familiares é a vaca de descarte que tem como principal canal de comercialização o frigorífico e em menor proporção o invernador. Os produtores buscam vender as vacas gordas primeiramente para conseguir um melhor valor, somente acabam vendendo para o invernador o que não conseguem engordar, que é uma parte menor. O preço é um dos fatores determinantes no momento da decisão de para quem vender, bem como o grau de confiança que o pecuarista tem com o comprador.

Os pecuaristas encontram algumas dificuldades na hora de comercializar os animais. Os carneiros devem ser comercializados entre os meses de maio e junho, que é a época que

tem procura e melhor valorização, depois o preço geralmente diminui bem como a procura. Outra dificuldade encontrada se refere a conseguir completar uma quantidade de animais que complete uma carga de caminhão, porque os compradores procuram comprar em quantidade que complete um caminhão para baratear no frete. Mesmo enfrentando algumas dificuldades os pecuaristas acreditam que estão inseridos nos mercados disponíveis de serem acessados pela pecuária em geral.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Entre deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, SP, USP, v. 16, n. 02, 2004, pp. 35-64.
- ANDREATTA, Tanice; WAQUIL, Paulo Dabdab; MIGUEL, Lovois de Andrade. A organização dos estabelecimentos de pecuária de corte de base familiar no Rio Grande do Sul. In: WAQUIL, Paulo Dabdab et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 65-86. (Série Estudos Rurais)
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 1979.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente (MMA). **Pampa**. 2016?. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/biomas/pampa>>. Acesso em 22 set. 2017.
- CONTERATO, M. A. et al. Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. In: SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Marcio. (Org.). **Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011, p. 67-89. (Série Estudos Rurais)
- ELZEN, Boelie; SPOELSTRA, Sierk. Developing Sustainable Livestock Production Systems. Outline of a Learning and Experimentation Strategy (LES). In: BARBIER, Marc; ELZEN, Boelie (Org.). **System Innovations Knowledge Regimes and Design Practices towards Transitions for Sustainable Agriculture**. INRA [on line]: France, 2012. p. 208-225.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. E. **Métodos de pesquisa**. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- HALL, Robert Ernest; LIEBERMAN, Max. Microeconomia: princípios e aplicações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário –1995**. 1995. Tabela 323 – Efetivo dos rebanhos por grupos de área total e espécie de efetivo/rebanho. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/323>> . Acesso em: 30 ago. 2017.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário – 2006**. 2006. Tabela 854 - Número de estabelecimentos agropecuários e Área dos estabelecimentos por utilização das terras, condição do produtor em relação às terras, tempo em que o produtor dirige o estabelecimento, grupos de área total e associação à cooperativa e/ou à entidade de classe. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=t&c=854+>>. Acesso em: 18 ago. 2017.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Pesquisa Pecuária Municipal. 2015. Tabela 3939 - Efetivo dos rebanhos, por tipo de rebanho. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/3939>>. Acesso em: 25 out. 2017.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo da População, 2010**. Brasília, 2000b. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/200>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

- MACAGNAM, R.; MUENCHEN, J. V. **Diagnostico Sócio econômico do município de Santa Vitória do Palmar**. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). Julho de 1997.
- MATTE, A. **Convenções e mercados da pecuária familiar no sul do Rio Grande do Sul, Brasil**. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2017.
- MATTE, A. **Vulnerabilidade, capacitações e meios de vida dos pecuaristas de corte da Campanha Meridional e Serra do Sudeste**. 2013. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- MIGUEL, Lovois de Andrade et al. Caracterização socioeconômica e produtiva da bovinocultura de corte no estado do Rio Grande do Sul. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 14, n. 2, p. 95-123, fev. 2007.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: HUCITEC, 2007.
- PESAVENTO, S.J. **História do Rio Grande do Sul**. 4. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985. 142 p. (Série Revisão, 1).
- PILLAR, V. P. et al. (Org.). **Campos Sulinos** - conservação e uso sustentável da biodiversidade. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2009.
- PLANO AMBIENTAL MUNICIPAL – PAM. **Prefeitura Municipal de Santa Vitória do Palmar/RS**, 2011. 39 p.
- PLOEG, Jan Douwe Van der. **Camponeses e impérios alimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- PLOEG, Jan Douwe van der. Trajetórias do desenvolvimento rural: pesquisa comparativa internacional. **Sociologias**, Porto Alegre, v.7, n. 27, p. 114-140, mai./ago. 2011.
- PORTO, Rafael Gastal; BEZERRA, Antônio J. Amaral. Perfil socioprodutivo dos pecuaristas familiares em Bagé, Rio Grande do Sul. In: WAQUIL, Paulo et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul**: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 109-130. (Série Estudos Rurais)
- RIBEIRO, C. M. **Estudo do modo de vida dos pecuaristas familiares da região da campanha do Rio Grande do Sul**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- RIBEIRO, Claudio Marques. O modo de vida dos pecuaristas familiares no pampa brasileiro. In: WAQUIL, Paulo Dabdab et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul**: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 87-108. (Série Estudos Rurais)
- RIO GRANDE DO SUL. **Decreto nº 48.316, de 31 de agosto de 2011**. Regulamenta o Programa Estadual de Desenvolvimento da Pecuária de Corte Familiar - PECFAM, instituído pela Lei nº 13. 515, de 13 de setembro de 2010. Disponível em <<http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/DEC%2048.316.pdf>> Acesso em 08 de março, 2017.
- RIO GRANDE DO SUL. **Lei Nº 13.515, de 13 de setembro de 2010**. Publicada no DOE nº 175, de 14 de setembro de 2010. Disponível em:

<<http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/DEC%2048.316.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2017.

SANDRONI, Paulo (Org.). *Dicionário de Economia do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEBRAE/FARSUL/SENAR. **Diagnóstico de sistemas de produção da bovinocultura de corte do Estado do Rio Grande do Sul**. Relatório de Pesquisa, IEPE/UFRGS. Porto Alegre, 2005. 265 p.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

WAQUIL, P. et al. *Pecuária familiar no Rio Grande do Sul: a ressignificação de uma categoria social*. In: WAQUIL, P. D. et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 11-14.

WILKINSON, John. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, Série Estudos Rurais, 2008.

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO A PECUARISTAS
FAMILIARES**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
BACHARELADO EM DESENVOLVIMENTO RURAL – PLAGEDER
ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA AGRICULTORES FAMILIARES**
Acadêmico Fagner Antunes Teixeira

Nome: _____

Há quanto tempo trabalha com pecuária (anos): _____

Qual a distância da propriedade até o centro urbano: _____

PARTE 1 – CARACTERIZAÇÃO DA FAMÍLIA

1. Quantas pessoas residem na propriedade? _____

Quantas mulheres _____ Quantos homens _____

2. Quantas pessoas trabalham direto na propriedade?

(____) Da família (____) Terceiros

Como é a divisão do trabalho entre mulheres e homens? _____

3. Qual o tamanho da propriedade?

(____) Área própria (____) Arrendada

Quanto é utilizado para criação pecuária? _____

4. Que atividades produtivas realizam? _____

5. A bovinocultura representa quanto por cento da renda anual gerada na propriedade e de fora da propriedade (receita total)? _____%

PARTE 2 – CRIAÇÃO PECUÁRIA

6. O seu rebanho tem predomínio de qual raça? _____

Por quê? _____

7. Qual o tipo de sistema de produção adotado em sua propriedade?

() Extensivo () Semi-intensivo () Intensivo (confinamento)

8. Qual o tipo de sistema de criação de bovinocultura de corte:

() Cria () Recria () Cria/Recria () Ciclo completo

() Terminação () Recria/Terminação

9. Qual principal alimento dos animais? _____

10. Utiliza área com pastagem cultivada? Todo o ano? _____

PARTE 3 – COMERCIALIZAÇÃO

11. Que categoria animais comercializa? Por quê? _____

12. Em quais meses procura comercializar os animais? _____
Por que (motivos)?

13. Quais os canais de comercialização acessados para a venda de animais?
Terneiros:
Vacas de descarte:
Touro:

Por quê?
Terneiros:
Vacas de descarte:
Touro:

14. A quanto tempo vende para esses canais de comercialização? _____

15. Como você decide para quem ou para onde vai vender?

16. Quando precisa vender animais, consegue fazê-lo com facilidade? () Sim () Não
Por quê? _____

17. Você considera que consegue receber pelos animais um valor que é:
() Condiz com o preço de mercado
() Está abaixo com o preço de mercado
() Está acima com o preço de mercado
Por quê?

18. Se fosse escolher a melhor forma de comercializar os animais, como seria?

19. Leva animais em feiras? () Sim () Não
Levou alguma vez? () Sim () Não
O que você acha das feiras atualmente