

**ESTUDO SOBRE EMPRESAS AGROINDUSTRIAIS DO MUNICÍPIO DE
SOMBRIO- SC**
ESTUDY ON AGRIBUSINESS COMPANY OF THE MUNICIPI OF SOMBRIO –SC

Cyntia Nalila Silva Souza
MSc. em Extensão Rural – IFC - Campus Sombrio
cynthia@ifc-sombrio.edu.br

Luiz Antônio Biulchi
MSc. Extensão Rural
Professor IFC- Campus Sombrio
biulchi@ifc-sombrio.edu.br

Miguelangelo Ziegler Arboitte
DSc. Zootecnia
Prof. IFC- Campus Sombrio
miguelangelo@ifc-sombrio.edu.br

Rudi Adalberto Wick
Técnico Agrícola - IFC-Campus Sombrio
rudy@ifc-sombrio.edu.br

Resumo

O estudo foi realizado com o objetivo de dinamizar o setor agroindustrial do município de Sombrio. Foi realizada pesquisa exploratória com coleta de dados e interpretação quantitativa e qualitativa através da amostragem de quinze agroindústrias, organizadas nos seguintes grupos: artesanato; silvicultura; laticínios/farináceos; processamento de vegetais e de carnes. Os produtores associados representaram 6%, dos quais 27% estão inseridos à COOPERSOMBRIO. A representatividade de produtores não associados foi de 67%, dos quais 27% estão receptivos ao associativismo. A mão de obra familiar é utilizada em 93% das agroindústrias, e a contratação de mão de obra terceirizada ocorre em 50% das agroindústrias. A falta de capacitação foi afirmada como empecilho para expansão em 86,6% das agroindústrias. A satisfação foi unânime no desenvolvimento da atividade, 60% afirmam a comercialização; 35% a realização profissional e 5% o manejo da produção. Para melhorar a unidade produtiva, foi apontada a divulgação/marketing (23,07%); o financiamento (23,07%); a infraestrutura (19,23%); a qualificação (19,23%); a assistência técnica (11,53%) e a fiscalização/tributação (7,69%). Na visão das agroindústrias, para melhoria da atividade, os órgãos públicos deveriam contemplar: a divulgação/marketing (28,57%); a infraestrutura (23,8%); o financiamento (19,04%); a qualificação (14,28%); a comercialização (9,52%); a pesquisa (4,76%). A COOPERSOMBRIO mostrou dificuldades no espaço físico, no acesso



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

dos clientes, na pouca visibilidade dos produtos, na falta de marketing e na falta de recursos financeiros. As ações demonstram o caminho para o associativismo através da inserção das agroindústrias na COOPERSOMBRIO, inserindo projetos de qualificação em gestão, treinamento e assistência técnica empregadas pela EPAGRI e Secretaria da Agricultura.

Palavras-chave: Associativismo. Cooperativismo. Qualificação.

1 INTRODUÇÃO

O município de Sombrio, no ano de 2007, encontrava-se na 75ª posição na participação do PIB no estado de Santa Catarina, com valor estimado de R\$ 215.131,54. Desse valor, a agropecuária e a indústria participam com 8,46% e 26,12% respectivamente (CEPA, 2007). Buscando modificar essa realidade através da dinamização, o setor agroindustrial do município, a Prefeitura Municipal de Sombrio e as demais entidades ligadas ao setor agropecuário estabeleceram parceria para a implantação do programa de desenvolvimento agroindustrial, denominado “*Pacto sombrio avante*”, o qual tem a proposta de se constituir em um conjunto de ações planejadas, baseadas nas potencialidades e demandas locais, capazes de impulsionar esse setor produtivo.

A partir de reuniões entre as entidades parceiras e dos pareceres técnicos de profissionais da área agropecuária, observou-se que, para a elaboração deste programa, far-se-ia necessária a obtenção do mapeamento dos estabelecimentos agroindustriais do município e a identificação de suas realidades, tanto no que se refere às demandas e dificuldades quanto no que diz respeito a suas potencialidades.

Através da obtenção dos dados de amostragem, surgiu a necessidade de compreender melhor a realidade atual da Cooperativa COOPERSOMBRIO a fim de estabelecer as possibilidades de incremento do setor através do sistema cooperativista.

Foi feita uma pesquisa como forma exploratória, realizada junto às empresas agroindustriais do município de Sombrio e outras instituições ligadas à produção e comercialização oriunda do meio rural, com a intenção de subsidiar o poder público municipal e demais entidades

relacionadas ao setor primário para o planejamento de ações e a tomada de decisão a respeito das atividades de agregação de valor ao produto agropecuário.

2 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi realizado em conjunto pela Secretaria Municipal de Agricultura, EPAGRI – Sombrio e o Instituto Federal Catarinense – Campus Sombrio, com o objetivo de dinamizar o setor agroindustrial do município de Sombrio. Para este estudo, realizou-se uma pesquisa de campo do tipo exploratória (FURASTÉ, 2006), com interpretação de dados quantitativa e qualitativa. O campo de estudo compreendeu uma amostra representativa de 15 empresas agroindustriais do município e a Cooperativa COOPERSOMBRIO.

Para obtenção do mapeamento das empresas agroindustriais, elaborou-se um instrumento de pesquisa a partir da visão que as instituições parceiras mais diretamente ligadas aos produtores (Secretaria Municipal de Agricultura e EPAGRI – Sombrio) possuíam do cenário atual relativo ao setor agroindustrial do município. Criou-se um questionário com perguntas abertas e fechadas, que objetivaram identificar: qual o tipo de propriedade (empresa ou familiar); como ela é (produto, mão de obra, fornecimento de matéria prima); qual o sistema de inspeção sanitário (se é submetido ou não) e ao qual se submete (municipal, estadual ou federal); como comercializa seus produtos; quanto comercializa; o que é necessário para a melhoria do processo.

Nesse instrumento de coleta de dados, as perguntas fechadas foram analisadas de forma quantitativa e, para as perguntas abertas, utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo (BARROS; LEHFELD, 1990), gerando matrizes analíticas.

Em uma segunda fase da pesquisa, buscou-se compreender a realidade atual da cooperativa COOPERSOMBRIO, especialmente no que se refere a suas dificuldades, potencialidades, relação com os sócios e perspectivas futuras. Para isso, realizou-se reunião com membros da diretoria da cooperativa, entrevistando-os a respeito dos aspectos mencionados acima.

A partir destes dois procedimentos metodológicos (aplicação do questionário e realização da reunião com a COOPERSOMBRIO), procedeu-se a análise dos resultados, para obtenção do

mapeamento dos estabelecimentos agroindustriais do município e da COOPERSOMBRIO, identificando as demandas, dificuldades e potencialidades.

3 RESULTADOS E ANÁLISE

A primeira etapa da pesquisa ocorreu junto às quinze empresas agroindustriais ou de agregação de valor ao produto primário do município de Sombrio. Os estabelecimentos foram organizados em cinco grupos assim constituídos: (i) artesanato, com três representantes (um com fibra de bananeira, um em tapeçaria e outro na produção de vassouras); (ii) silvicultura, com quatro representantes (um na produção de mudas de eucalipto, palmeira real, ornamentais; um na produção de rosas, copo-de-leite e palmas; um na produção de flores ornamentais; outro na produção de mudas de espécies vegetais exóticas, nativas, ornamentais e frutíferas); (iii) laticínios e/ou farináceos, com três representantes (um na produção de queijo colonial, mussarela e frescal; um na produção de doces e salgados para festas e outro na produção de farinha de mandioca); (iv) processamento de vegetais, com quatro representantes (um na produção de hortaliças e legumes; um na produção de chás, um na produção de vinho e outro na produção de derivados da cana-de-açúcar como cachaça, melado e açúcar mascavo); e (v) o grupo de processamento de carnes com um representante, produtor de frango caipira.

As 15 empresas pesquisadas apresentaram-se com atividades de produção bastante diversificadas, demonstrando que não existe, entre elas, um produto consolidado, que configure uma cadeia produtiva definida como característica local. Por outro lado, fica evidenciado que, entre as empresas, o fator concorrência é praticamente inexistente, favorecendo a cooperação entre estas para o desenvolvimento de ações que proporcione a comercialização conjunta dos produtos.

Quanto à condição de associativismo dos produtores pesquisados (Gráfico 1), 6% já se encontram inseridos em alguma associação, 27% se encontram associados à COOPERSOMBRIO e 67% não estão inseridos no sistema associativista. Dentre estes, destaca-se um grupo de seis, entre dez produtores, que não expressaram a intenção de participar do sistema, condição que revela a existência de uma lacuna que deve ser trabalhada

visando à conscientização e motivação para o fortalecimento do sistema associativista. O que não foi revelado pela pesquisa é se a não intenção de participação foi em relação à falta de esclarecimento ou por algum histórico de frustração com cooperativismo.

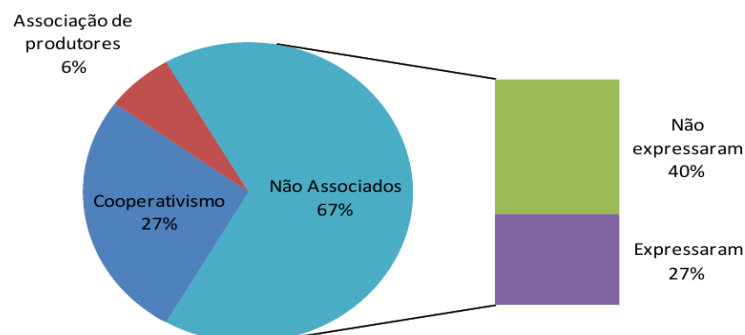


Gráfico 1- Condição dos produtores quanto à condição do associativismo
Fonte: Autores

Quanto ao tipo de produtos, à quantidade mensal produzida (estimada pelos produtores) e ao registro da marca (Quadro 1), observa-se que ocorre uma grande diversificação na produção, acarretando baixo grau de concorrência entre os produtos.

Grupo	Produtos	Quantidade mensal	Marca registrada
1 - Artesanato	Artesanato em fibra de bananeira	97 peças	Não possui
	Tapeçaria em algodão	210 peças	Não possui
	Vassouras	700 unidades	Não possui
2- Silvicultura	Mudas (eucalipto, palmeira real, ornamentais)	22.100 unidades	Não informou
	Flores (rosas, copo-de-leite, palmas)	15.180 unidades	Não possui
	Flores ornamentais	1.000 caixas	Não informou
	Mudas diversas (exóticas, nativas, ornamentais, frutíferas)	28.000 mudas	Não possui
3- Laticínios e Farináceos	Queijo (colonial, mussarela, frescal)	4.100 kg	Não possui
	Doces e Salgados para festas	6.000 unidades	Não possui
	Hortalças e legumes	600 kg	Não possui
4- Processamento de Vegetais	Chás	Não expresso	Não possui
	Vinho	10.000 litros/safra	Não possui
	Cachaça	8.000 litros	Não possui
	Farinha de Mandioca	2.000 kg/safra	Não possui
5- Processamento de Carnes	Frango Caipira	2.400 unidades	Du Campo

Quadro 1 – Grupo de produção, tipos de produtos, quantidade mensal e existência de registro de marca dos participantes do estudo.

Fonte: Autores

No grupo de artesanato, é observado que dois participantes utilizam produtos naturais: a fibra de bananeira e o sorgo (produção de vassouras). A fibra da bananeira pode ser encontrada em abundância na região e o consumo atual dessa fibra pelos artesãos é de 40 kg/ano, sendo de produção própria, já o fio utilizado pelos artesãos (100 metro/ano) é adquirido de fornecedores externos a região. A região é produtora de banana, a qual se constitui em uma das principais culturas frutíferas do estado de Santa Catarina, abrangendo em torno de 25.000 produtores (EPAGRI, 2010). Na produção de vassouras, a palha, oriunda da cultura do sorgo, é de produção própria, com um consumo de 450 kg/ano. Já a madeira e o arame consomem anualmente 700 unidades e 18 kg, respectivamente, que são adquiridos no comércio da cidade de Sombrio.

O terceiro produto do grupo 1, o artesanato em tapete, tem total dependência de materiais vindos de outras regiões do estado, principalmente de Brusque, sendo sua produção vinculada à oferta de tiras oriundas das malharias.

No grupo 2, o da silvicultura, destaca-se a produção de mudas de árvores nativas, exóticas, ornamentais e frutíferas, com menor dependência da sazonalidade. Este grupo possui grande importância na diversificação e florestamento das propriedades rurais e também na conservação de matas. Os insumos utilizados nessas culturas são as sementes, substratos e adubos, os quais não tiveram definidas as quantidades utilizadas pelos produtores e nem as suas origens.

A produção de flores revela uma sazonalidade para 02 produtos (copo-de-leite e palma) e limita-se a alguns meses do ano. Os insumos para esta produção são originados da cidade de Morrinhos do Sul, situada fora do município. Diante disso, é necessário que haja espaço para diversificação da produção ou para a inserção de novas técnicas que superem o fator sazonal, diminuindo a dependência desses produtos.

O grupo 3, composto por produtores de laticínios e farináceos, apresenta dois produtos bem diferenciados. A produção de queijo consome 38.000 litros de leite por ano, dois quais 40%

são oriundos de produtores do município de Sombrio e os 60% restantes são fornecidos por produtores da região. Essa produção pode ser mais bem explorada com introdução do controle de fiscalização sanitária, o que deve melhorar a aceitabilidade do produto. Já a produção de doces e salgados tem um consumo de 1800 litros/ano de leite adquirido de produtores da região. Os outros insumos utilizados na produção de doces e salgados são adquiridos em comércio atacadista da região.

Para o grupo 4, representado pelo processamento vegetal, as hortaliças são evidenciadas pela sua perecibilidade, necessitando de um estudo de mercado sobre a capacidade de demanda na região, e pela dependência do clima, fator que interfere na qualidade e no preço. Não ficou evidenciada, no diagnóstico, qual a procedência dos insumos utilizados na produção de hortaliças e chás. Outro aspecto de importância que não foi constatado no diagnóstico é quanto a qualidade do chá, a fim de verificar se existe algum controle sobre as condições higiênicas sanitárias durante a secagem dessas plantas medicinais.

O fator sazonalidade incide sobre a produção de vinho, cachaça e farinha de mandioca e, nesses casos, os produtores citam o cultivo de maracujá, banana e fumo, respectivamente como atividades coadjuvantes. Na produção de vinho, a totalidade do insumo, em torno de 6.500 kg de uva, vem de outro município (Flores da Cunha/RS); a cachaça e a farinha de mandioca não tiveram detectada a origem dos insumos para a produção.

O frango caipira, pertencente ao grupo 5, apresenta marca registrada e fiscalização sanitária e é vendido em toda a região. A produção dos frangos não é própria, origina-se da cidade de São Ludgero, enquanto o abate e o beneficiamento das aves são realizados na empresa entrevistada.

A análise dos dados coletados deixou lacunas referentes à origem da matéria-prima. Para efeitos de análise, sugere-se a retomada do levantamento, identificando melhor a origem dos insumos e se é realizada sob orientação técnica.

Quanto à condição de mão de obra, a amostragem identificou que essa é quase exclusivamente familiar; 93% dos produtores pesquisados afirmam utilizar a família na produção, enquanto apenas 01 respondeu que não possuía familiares entre seus empregados.

Ainda, analisando o quantitativo de respostas dos produtores que utilizam mão de obra familiar, observou-se que existe uma relação de 2,73 pessoas, em média, nas unidades de produção familiar, com uma moda de 2 pessoas.

Outra característica verificada nas unidades que utilizam mão de obra familiar foi um grande número de pessoas contratadas para auxiliar na produção; 14 produtores, 50% responderam que contratavam terceiros, representando 23 empregos nessas unidades. Os dados não evidenciam se essa mão de obra contratada é de forma sazonal ou efetiva, necessitando novas investigações para elucidar este aspecto.

Das 15 empresas pesquisadas, 86,6% declararam que necessitam de algum tipo de capacitação. Somente 02 empresas consideram não haver necessidade de cursos e treinamentos. As capacitações que foram solicitadas foram as seguintes: plantio de flores e combate às pragas; curso de arranjo de flores; galinha caipira: manipulação do produto; cuidados com a horta; fabricação de conservas; derivados da cana-de-açúcar; plantio, poda e colheita da uva; plantas medicinais; paisagismo; produção de flores ornamentais; produção de mudas de plantas nativas; tapeçaria; produção de artesanato em fibra de bananeira; produção de palha (sorgo); doces e salgados; produção de queijo; e a administração da pequena empresa.

Das empresas pesquisadas, sete possuem produtos que devem atender às normas da vigilância sanitária. Quando questionadas sobre a condição de inspeção da empresa, a pesquisa revelou que, das sete empresas, três fazem algum sistema de inspeção (S.I.M. e S.I.E.), enquanto as outras quatro precisam melhorar a condição de inspeção sanitária.

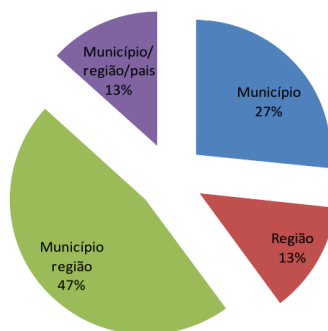


Gráfico 2 - Locais de comercialização dos produtos
Fonte: Autores

No Gráfico 2, observa-se que a grande maioria dos produtos (87%) são comercializados no município, embora exista mercado consumidor atendido na região e até mesmo no país (em menor proporção). Uma das características mercadológicas da região é o turismo durante o verão, que é pouco explorado, devendo ser dada atenção a esse período, principalmente pelos produtores do grupo 1, 3, 4 e 5.

Quanto à dificuldade de comercialização, as empresas foram divididas em dois grupos, descritos no Quadro 2.

Situação	n	Empresa
Empresas com dificuldades de comercialização	8	Doces e Salgados
		Vassouras
		Artesanato em fibra de bananeira
		Chá
		Cachaça
		Vinho
		Flores (rosas, copo-de-leite, palmas)
		Queijos
Empresas sem dificuldades de comercialização	7	Frango caipira
		Mudas nativas
		Tapeçaria de algodão
		Mudas diversas (nativas, ornamentais, flores)

Quadro 2 – Situação das empresas quanto à comercialização dos produtos.

Fonte: Autores

Para compreender os aspectos que devem ser considerados visando à melhoria do processo de agregação de valor ao produto primário sombriense, a pesquisa abordou os produtores, com perguntas abertas, a respeito de três pontos: satisfação pessoal na atividade; fatores importantes para a melhoria da sua unidade de produção; e contribuição dos órgãos públicos para a sua atividade. As respostas foram organizadas em matrizes analíticas, agrupadas por unidades de significado e foco, para fins de análise (Apêndice A e B).

No aspecto *satisfação dos produtores com a atividade que desenvolvem* (Apêndice A) esses foram unânimes (100%) ao afirmar que sim, consideram suas atividades satisfatórias. Com relação aos motivos desta satisfação, apontam predominantemente para a facilidade de vendas, o que contradiz o Quadro 2, no qual oito produtores relataram que possuem dificuldades na venda de seus produtos. Ainda quanto aos motivos da satisfação com a atividade, o gosto pelo que fazem veio em um segundo momento, seguido da facilidade de produção.

No aspecto referente à satisfação com a atividade desenvolvida, das vinte respostas obtidas neste quesito, doze (60% das respostas) têm na comercialização o foco de satisfação. A satisfação profissional é o segundo foco predominante, com sete (35%) respostas. Por último, surge como foco o manejo da produção, com uma resposta (5%).

O quesito *o que precisa para melhorar a Unidade* (APÊNDICE B) deu origem a 26 respostas que correspondem às ações necessárias para o incremento da propriedade ou da produção. Os itens apontados, em ordem de predominância, foram: divulgação/marketing, com 6 respostas (23,07%); financiamento, com 06 respostas (23,07%); infraestrutura, com 05 respostas (19,23%); qualificação, com 04 respostas (19,23%); assistência técnica, com 03 respostas (11,53%) e a fiscalização/tributação, com 02 respostas (7,69%).

Quando os produtores foram indagados sobre a *contribuição dos órgãos públicos para a atividade* (APÊNDICE C), obtiveram-se 21 respostas, cujos focos foram, em ordem de predominância: divulgação e marketing, com 06 respostas (28,57%); infraestrutura, com 05 respostas (23,8%); financiamento, com 04 respostas (19,04%); qualificação, com 03 respostas (14,28%); comercialização, com 02 respostas (9,52%); pesquisa, com 01 resposta (4,76%).

A segunda etapa da pesquisa ocorreu junto à Cooperativa Mista de Agricultores Familiares – COOPERSOMBRIO. As informações sobre esta entidade foram obtidas em reunião realizada com membros da diretoria, representando a presidência e a vice-presidência. De acordo com os informantes, a Cooperativa possui CNPJ, estatuto, diretoria e conta, atualmente, com 33 associados. A sede da Cooperativa não favorece as vendas. O espaço físico é pequeno e a construção fica nos fundos do terreno cedido pelo Sindicato dos Trabalhadores Rurais, o que dificulta o acesso dos clientes e diminui a visibilidade dos produtos. Atualmente, os principais compradores são os vizinhos do ponto de vendas e o poder público municipal, que adquire produtos para a merenda escolar, este último é o melhor mercado e o mais regular. Quanto aos supermercados, embora absorvam os produtos em pequena escala, isso não acontece via Cooperativa. Em decorrência da localização do ponto de venda, o montante comercializado é considerado pouco, ocorrendo excedentes de produção. Os produtos mais comercializados são as verduras, seguidos da comercialização de ovos; as verduras apresentam uma demanda diária, sendo a remessa de segundas-feiras destinada à merenda escolar.

Quanto às das dificuldades relatadas, destacam-se: (i) a falta de uma marca de identidade da cooperativa nos produtos, o que dificulta a identificação e o marketing dos produtos comercializados e acarreta a diminuição das possibilidades de vendas; embora já exista um rótulo, este não é, atualmente, satisfatório, em termos de marketing dos produtos; (ii) a falta de canais de comercialização; a Cooperativa não tem nenhuma ação de comercialização, a não ser o fornecimento de produtos para a merenda escolar; (iii) a falta de apoio para colocar ideias em projetos e promover um planejamento adequado dentro dos princípios do cooperativismo; (iv) a falta de assistência técnica para os produtores associados; (v) a falta de recursos financeiros para infraestrutura de produção (por exemplo, construção de estufas); (vi) a falta de veículo para transporte de produtos; segundo os informantes, a aquisição de um veículo poderia promover o acesso a CEASA, a partir de um aumento de produção; e (vii) a falta de uma pessoa responsável pelos processos administrativos da comercialização.

Como atitudes a serem tomadas visando à melhoria das condições, as recomendações são: a inserção da Coopersombrio em projeto de incubadora de empresas; adesão de unidades produtivas ao sistema cooperativo/associativo; construção de projetos de planejamento e gestão das propriedades, quando necessários; fortalecimento das ações de assistência técnica e infraestrutura; desenvolvimento de estudos de mercado; desenvolvimento e fortalecimento de uma marca dos produtos; a oferta de qualificações profissionais de acordo com as atividades e solicitações dos produtores; oferta de novas tecnologias de produção; e promoção de uma maior integração das políticas públicas, unindo saberes e fazeres da pesquisa e da extensão rural.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados sugerem que há espaço, nesse universo, para o incremento do associativismo, já que a Cooperativa pode representar um ponto de apoio à produção ao fortalecimento de vendas. Outro aspecto evidenciado é a necessidade de maior acompanhamento dos produtores, especialmente no campo da assistência técnica, da infraestrutura e das linhas de financiamento.

Nesse sentido, o papel dos órgãos públicos que interagem com esta clientela se desenha no sentido de promover uma integração de suas políticas e garantir o acompanhamento dos processos produtivos, estabelecendo uma permanente coleta de dados para a definição de ações de gestão.

REFERÊNCIAS

CENTRO DE SOCIOECONOMIA E PLANEJAMENTO AGRÍCOLA – CEPA . Disponível em:< <http://cepa.epagri.sc.gov.br/>>. Acesso em: 27 mar. 2010.

BARROS, Aildil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 1990.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas Técnicas para Trabalho Científico**. 13. ed. Explicação das normas da ABNT. Porto Alegre, 2006.

Abstract

The study was conducted in order to boost the agribusiness sector of the city of Sombrio. Exploratory research was conducted with data collection and interpretation quantitatively and qualitatively, through the sampling of fifteen agricultural industries organized into groups of crafts; forestry, dairy/starches; processing of vegetables and meats. The producer members represented 6%, where 27% of these are inserted to COOPERSOMBRIO. The representative producer not associated was 67%, where 27% are open to association. The family labor is used in 93% of agro-industries, hiring outsourced labor also occurs in 50% of agro-industries. The training was affirmed as an impediment to growth in 86.6% of agribusinesses. The meeting was unanimous in the development of activity, where 60% say the co-commercialization, 35% and 5% achievement professional management of production. To improve the production unit was pointed out the outreach/marketing (23.07%), finance (23.07%), infrastructure (19.23%); qualification (19.23%), technical assistance (11.53%) and control/taxation (7.69%). In view of agribusinesses public agencies should consider to improve the dissemination activity/marketing (28.57%), infrastructure (23.8%), Finance (19.04%); qualification (14.28 %), marketing (9.52%), research (4.76%). The COOPERSOMBRIO showed difficulties in physical space, access for client, in little visibility of products, in lack of marketing and in lack of the financial resources. The actions demonstrate the path to the association by the insertion of agribusiness in COOPERSOMBRIO inserting projects qualification in management, training and technical assistance employed by EPAGRI and Secretary of Agriculture.

Keywords: Associativity. Cooperatives. Qualification.

Originais recebidos em: 05/05/2010

Aceite para publicação em: 25/12/2010

APÊNDICE A
MATRIZ ANALÍTICA: ESTÃO SATISFEITOS COM A ATIVIDADE? POR QUÊ?
 (20 respostas)

RESPOSTAS	n	SIGNIFICADO	FOCO
<ul style="list-style-type: none"> – Sim, a marca é conhecida e falta produto para colocar no mercado. – Está satisfeito, porque sobrevive melhor que com outra cultura, porque o produto vende. – É mais uma renda extra na propriedade, é um trabalho familiar de boa remuneração. – Sim, porque a aceitação está sendo boa do produto, tem pessoas de outros municípios que vêm adquirir o produto. – Sim, há uma boa aceitação do produto por ser um vinho colonial. Em todos os concursos que participaram ficaram entre os primeiros. – Sim, renda melhor que o fumo... A renda é semanal. – Sim, porque existe procura. – Sim, porque dá lucro. – Sim, não tem dificuldade de vender seus produtos. – Tem dinheiro praticamente todos os dias – Entra uma renda boa. 	12	Facilidade nas vendas	Comercialização (60%)
<ul style="list-style-type: none"> – Sim, gosto da profissão. – Sim, eu gosto de fazer e acho fácil de produzir. – Sim, faz o que gosta – Gosta de fazer. – Gostam do que fazem. – Sim, gostam do que fazem. – Sim, gosto muito. 	7	Gosto pelo que faz	Satisfação profissional (35%)
<ul style="list-style-type: none"> – Manuseio é menor (que o fumo). 	1	Facilidade de produção	Manejo (5%)

APÊNDICE B
MATRIZ ANALÍTICA: O QUE PRECISA PARA MELHORAR A UNIDADE?
 (26 respostas)

RESPOSTA	N	SIGNIFICADO	FOCO
<ul style="list-style-type: none"> – Precisa de análise de terra. – Assistência técnica distante (Urussanga). – Quer utilizar os subprodutos na alimentação de suínos. 	3	Apoio técnico	Assistência técnica (11,53%)
<ul style="list-style-type: none"> – Quebra vento, drenagem, galpão para colocar o resfriador de rosas. – Estrutura (espaço). – 30 caçambas de aterro para melhorar o acesso à agroindústria, na chegada da matéria prima. – Retro para arrancar tocos (04 horas). – Troca de telhado; necessita de construção de uma área própria para confecção e depósito de matéria prima e produção. 	5	Benfeitorias na propriedade	Infraestrutura (19,23%)
<ul style="list-style-type: none"> – Ter mais propaganda e divulgação – Divulgação – Marca, marketing, mercado – Marca, marketing – Divulgação – Divulgação da marca 	6	Tornar o produto conhecido	Divulgação / marketing (23,07%)
<ul style="list-style-type: none"> – Qualificação da mão de obra – Mão de obra, qualificação – Qualificação, cursos – Mão de obra 	4	Acesso à qualificação	Qualificação (15,38%)
<ul style="list-style-type: none"> – Aquisição do próprio estabelecimento. – Financiamento para estrutura física (50.000,00). – Falta cilindro, fritadeira. – Precisa de maquinário novo. – Aumentar o capital de giro. – Precisa de investimento para aquisição de máquinas e equipamentos para ampliar a produção (mais ou menos R\$30.000,00), câmara fria, escaldadura, insensibilizador elétrico. 	6	Investimento de capital	Financiamento (23,07%)
<ul style="list-style-type: none"> – Preocupação com nota que alguns estabelecimentos não querem. – Passar o registro para o SIE. 	2	Parte legal	Fiscalização / tributação (7,69%)

APÊNDICE C
MATRIZ ANALÍTICA: O QUE OS ÓRGÃOS PÚBLICOS PODEM FAZER PARA
AJUDÁ-LOS (21 respostas)

RESPOSTAS	n	SIGNIFICADO	FOCO
<ul style="list-style-type: none"> – Drenar as terras e fazer um aterro na parte baixa. – Poço para captação de água (irrigação). – Acesso à propriedade. – Prefeitura, manter o que tinha antes, porque tamparam o valo que existia e com isso está alagando a propriedade. – 15 caçambas de aterro para terraplanagem. 	5	Benfeitorias na propriedade	Infraestrutura (23,8%)
<ul style="list-style-type: none"> – Ajudar na aquisição de área (terreno). – Caçamba para buscar substrato, cinza, terra, turfa (na região). – Facilitar a aquisição de equipamentos. – Ajudar a viabilizar o recurso financeiro. 	4	Ajuda financeira	Financiamento (19,04%)
<ul style="list-style-type: none"> – Fazer a divulgação – divulgação – Elaborar selos e o nome da marca – Fazer a divulgação – Ajudar na divulgação – Divulgação 	6	Divulgar o produto	Divulgação / <i>marketing</i> (28,57%)
<ul style="list-style-type: none"> – Proporcionar cursos – Proporcionar cursos – Curso de produção de palha Matéria prima 	3	Capacitar a mão de obra	Qualificação (14,28%)
<ul style="list-style-type: none"> – Pesquisas para produção e para o manejo de pragas e doenças. 	1	Solução técnica para problemas	Pesquisa (4,76%)
<ul style="list-style-type: none"> – Fiscalizar a entrada de cachaça e vinho de outros municípios e ajudar na venda. – Ajudar na comercialização. 	2	Interferir nos canais de comercialização	Comercialização (9,04%)