

Canais de comercialização do pescado de água doce: um estudo em municípios da mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul

Commercialization channels of fresh water fish: a study in municipalities in the Northwest mesoregion of Rio Grande do Sul

Canales de comercialización de pescado de agua dulce: un estudio en municipios de la mesoregión Noroeste de Rio Grande do Sul

Recebido: 29/03/2021 | Revisado: 09/04/2021 | Aceito: 30/04/2021 | Publicado: 14/05/2021

Fernando Henrique da Rosa Schreiber

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6507-7402>
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, Brasil
E-mail: fernando.schreiber@iffarroupilha.edu.br

Luis Carlos Zucatto

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0731-9180>
Universidade Federal de Santa Maria, Brazil
E-mail: luiszucatto@gmail.com

Rafael Lazzari

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3016-6215>
Universidade Federal de Santa Maria, Brazil
E-mail: rlazzari@ufsm.br

Resumo

O Brasil apresenta aspectos ambientais favoráveis para a produção de peixe, com isso, tem apresentado constante crescimento. O Rio Grande do Sul é um estado que apresenta grande potencial de crescimento da atividade, principalmente, na comercialização de pescados. No entanto, existem alguns entraves que dificultam a venda de pescado no estado. O presente estudo teve como objetivos identificar e caracterizar os canais de comercialização utilizados pelos piscicultores da mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul, para escoar sua produção. A pesquisa foi realizada em cinco municípios da mesorregião Noroeste, os quais apresentaram o maior volume de pescados comercializados em 2017, sendo eles: Ajuricaba, Barra Funda, Chapada, Nova Ramada e Tenente Portela. A coleta de dados foi realizada entre janeiro e março de 2020, foram realizadas 64 entrevistas, com a utilização de roteiro de pesquisa semiestruturado. Os resultados evidenciam que os principais canais utilizados pelos piscicultores da Mesorregião Noroeste foram os intermediários e os frigoríficos. Enquanto os canais curtos, devido às características da região e sistemas produtivos, são pouco utilizados. O estudo ainda aponta que uma das principais dificuldades encontradas na comercialização está relacionada a pouca valorização do produto e as dificuldades no momento de receber pelo produto comercializado.

Palavras-chave: Mercado; Frigoríficos; Intermediários; Rio Grande do Sul.

Abstract

Brazil has favorable environmental aspects for the production of fish, with this, it has shown constant growth. Rio Grande do Sul is a state that has great potential for growth in activity, mainly in the commercialization of fish. However, there are some obstacles that hinder the sale of fish in the state. The present study aimed to identify and characterize the marketing channels used by fish farmers in the northwestern mesoregion of Rio Grande do Sul, to drain their production. The survey was conducted in five municipalities in the northwestern mesoregion, which presented the largest volume of fish traded in 2017, namely: Ajuricaba, Barra Funda, Chapada, Nova Ramada and Tenente Portela. Data collection was carried out between January and March 2020, 64 interviews were conducted, using a semi-structured research script. The results show that the main channels used by fish farmers in the Northwest Mesoregion were the intermediaries and the slaughterhouses. While the short channels, due to the characteristics of the region and production systems, are little used. The study also points out that one of the main difficulties encountered in commercialization is related to the low valuation of the product and the difficulties when receiving for the commercialized product.

Keywords: Market; Slaughterhouses; Intermediaries; Rio Grande do Sul.

Resumen

Brasil tiene aspectos ambientales favorables para la producción de pescado, con esto, ha mostrado un crecimiento constante. Rio Grande do Sul es un estado que tiene un gran potencial de crecimiento en actividad, principalmente en

la comercialización de pescado. Sin embargo, existen algunos obstáculos que dificultan la venta de pescado en el estado. El presente estudio tuvo como objetivo identificar y caracterizar los canales de comercialización que utilizan los piscicultores de la mesorregión noroccidental de Rio Grande do Sul, para drenar su producción. La encuesta se realizó en cinco municipios de la mesorregión noroeste, que presentaron el mayor volumen de pescado comercializado en 2017, a saber: Ajuricaba, Barra Funda, Chapada, Nova Ramada y Tenente Portela. La recolección de datos se realizó entre enero y marzo de 2020, se realizaron 64 entrevistas, utilizando un guión de investigación semiestructurado. Los resultados muestran que los principales canales utilizados por los piscicultores en la Mesorregión Noroeste fueron los intermediarios y los mataderos. Mientras que los canales cortos, por las características de la región y los sistemas de producción, son poco utilizados. El estudio también señala que una de las principales dificultades encontradas en la comercialización está relacionada con la baja valoración del producto y las dificultades a la hora de recibir por el producto comercializado.

Palabras clave: Mercado; Refrigeradores; Intermediarios; Rio Grande do Sul.

1. Introdução

De acordo com a Organização das Nações Unidas para Alimentos e a Agricultura (FAO, 2019), a produção de peixes da pesca e aquicultura, em 2016, atingiu mais de 171 milhões de toneladas, das quais 88% foram utilizadas para consumo humano direto, e 12% foram utilizados como farinha de peixe e óleo de peixe. Este aumento ocorreu devido, principalmente, ao crescimento constante da aquicultura e a redução do desperdício de pescado.

Desde 1961 até 2015, o crescimento médio anual do consumo mundial de pescado foi de 3,2%, superior ao crescimento populacional, que no período foi de 1,6%, resultando em um consumo per capita recorde, em 2016, chegando a 20,3 kg (FAO, 2019). Entretanto, no Brasil são consumidos 10 kg/hab/ano, metade da média mundial, segundo a Associação Brasileira da Piscicultura (Peixe BR, 2019). Além disso, observa-se um gradativo aumento do consumo de pescado e produtos derivados, que são excelentes fontes de proteína, de alta qualidade e proporcionam benefícios à saúde. Esses valores são demonstrados por meio dos relatórios da FAO, que apontaram um crescimento do consumo de pescados evoluindo de aproximadamente 15 kg/hab/ano, em 1995, para mais de 20 kg/hab/ano, em 2016 (FAO, 2019).

A espécie de peixe mais produzida na piscicultura mundial é a carpa capim, representando 11% da produção total, em 2016 (FAO, 2019). No Brasil, a espécie mais produzida é a tilápia, sendo que o país foi o quarto maior produtor mundial desta espécie. Em 2018, a mesma representou 55,4% da produção total de peixes de cultivo no país. Já, a criação de carpas é menos expressiva a nível nacional, porém está presente em 119.916 propriedades do país, das quais 93% estão na região Sul e 47% do total estão no Rio Grande do Sul (PEIXE BR, 2019), demonstrando a importância desta espécie para a piscicultura gaúcha.

A região Sul se destaca na produção de carpas em sistema de policultivo, contudo, parte da produção do estado é realizada pela agricultura familiar e, por vezes, desenvolvida como complementação de renda e não como atividade principal, não recebendo atenção e investimentos necessários para aumento significativo na produção (Baldisserotto, 2009; Peixe BR, 2019).

Quanto à comercialização de pescados, segundo a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER, 2018), os volumes comercializados no Rio Grande do Sul são considerados baixos, principalmente na agricultura familiar, com a produção destinada principalmente ao consumo familiar e a comercialização apenas do excedente de pescado, sendo que durante a Semana Santa tem sido o período de maior volume de comercialização de pescados, no estado. Complementa Lazzari et al, (2017) passando esse período, a demanda diminui significativamente, e para reverter esse quadro, torna-se necessário incentivar uma mudança de hábito na população, estimulando o consumo regular de peixe durante o ano todo.

Ao estudar a piscicultura na Mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul, Rangel e Vidor (2004) concluíram que é em sua maioria desenvolvida nas pequenas propriedades, com o objetivo de comercialização, e os resultados da pesquisa apontaram que o maior volume de comercialização se concentra na Semana Santa (43%), seguido pela venda a pesque e pague (42,9%) e em feira livre (24,8%).

No país, a cadeia produtiva de pescado apresenta alguns entraves no sistema de comercialização, o qual é de

fundamental importância para o sucesso dos empreendimentos. A falta de informações sobre a venda, e a precariedade de dados referentes à comercialização de pescados são exemplos. Adicionalmente a falta de regularização da atividade fez com que significativo número de produtores não comunicasse os valores comercializados de peixes por ocasião do Censo Agropecuário 2017 (Peixe BR, 2019).

Os canais de comercialização, ou de distribuição, têm por finalidade disponibilizar o produto para o consumo ou uso do consumidor, sendo este um fator fundamental para o sucesso da atividade produtiva, que muitas vezes é pouco valorizada pelos produtores. (Alam et al., 2010). Os canais de distribuição podem ser vistos como um conjunto de organizações organizadas para disponibilizar produtos e serviços para o cliente, desempenhando todas as funções necessárias para ligar produtores aos consumidores. (Consoli; D'andrea, 2010),

Porém, segundo Barroso et al., (2016) a cadeia da piscicultura apresenta um reduzido número de estabelecimentos industriais de processamento, como um grande gargalo e o resultado disso é que a maior parte do peixe cultivado não passa pelo serviço de inspeção, gerando assim, insegurança sanitária, baixa agregação de valor e diferenciação de produto, e dificuldade de comercialização.

Cabe ressaltar que a comercialização é uma das atividades mais complexas, dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, pois é neste momento em que a produção assume a condição de mercadoria. Esse processo tem a função de transportar os bens até o consumidor final de forma satisfatória (Carvalho; Costa, 2011).

Para Freitas; Vinatea; Netto (2009) o sucesso de um empreendimento, oriundo de atividade pesqueira ou aquícola depende prioritariamente de um adequado funcionamento dos elos que formam sua cadeia produtiva, que juntos devem ser sólidos em todos os seus elementos, para que se alcance de forma adequada o objetivo final, que é a satisfação do consumidor.

Para auxiliar na tomada de decisão por qual forma de comercialização escolher é importante que o piscicultor conheça o perfil do consumidor e os pontos fortes e pontos fracos de cada forma de comercialização, seja ela realizada direta ao consumidor, para agroindústrias, frigoríficos ou intermediários. Desta forma o piscicultor pode escolher o canal de comercialização mais adequado a sua produção e seus objetivos.

Normalmente os canais de distribuição que possuam menos intermediários tendem a proporcionar maior rentabilidade ao piscicultor, mas os intermediários podem proporcionar benefícios ao processo de comercialização, como a absorção de volumes maiores de produção e o acesso a mercados maiores e a uma distância geográfica que o piscicultor teria dificuldade de acessar, sem a participação dos intermediários.

Portanto, é importante compreender os processos e dinâmicas envolvidos na comercialização dos pescados, identificando e caracterizando os diferentes canais de comercialização disponíveis, a fim de contribuir para o crescimento desta cadeia alimentar, que está em constante crescimento. Desta forma, tem sido importante estudar a estrutura da comercialização de pescados de água doce, identificar as dinâmicas envolvidas nesta atividade, bem como identificar os entraves deste processo e compreender os fatores que influenciam nas tomadas de decisões dos piscicultores, no momento da comercialização, e buscar, a partir do resultado da pesquisa, propor melhorias para contribuir com o processo de comercialização pode contribuir para o desenvolvimento da cadeia produtiva da piscicultura.

2. Metodologia

O estudo, de natureza qualitativa, foi realizado na Mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul, a qual é composta por 216 municípios, com uma área total de 64.338,76 km² e área média dos municípios de 299,25 km². Já, a população dessa região, no ano de 2018, era estimada em 2.007.05 habitantes, com uma média de 9.335,13 habitantes por município. Apresenta ainda uma densidade média populacional no ano de 2010 de 38,83 habitantes por km² e uma renda per capita, no ano de 2016, de R\$ 34.841,73 (IBGE, Cidades, 2019).

Conforme a Fundação de Economia e Estatística-FEE (2019), a Mesorregião Noroeste Rio-Grandense possui 13 microrregiões sendo elas Carazinho, Cerro Largo, Cruz Alta, Erechim, Frederico Westphalen, Ijuí, Não-Me-Toque, Passo Fundo, Sananduva, Santa Rosa, Santo Ângelo, Soledade e Três Passos.

Ainda, segundo o Censo Agropecuário de 2017, essa região apresentou o maior volume de pescados comercializados no ano de 2016, (IBGE, 2018). Para se apresentar algumas características pertinentes ao número de piscicultores e respectivo volume (em toneladas), nos municípios em que se realizou o estudo, a Tabela 1 são estratificados os dados pertinentes, além do número de entrevistas realizadas em cada município.

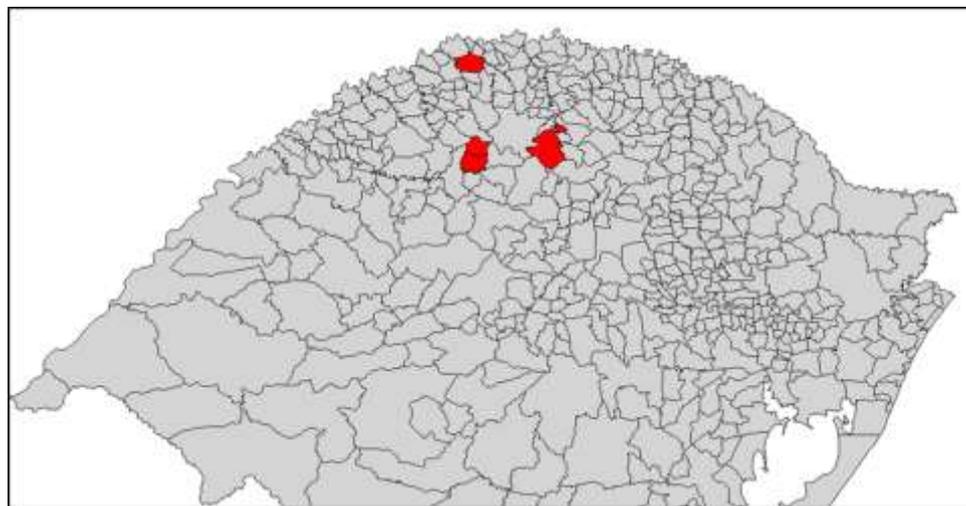
Tabela 1. Municípios que fizeram parte da pesquisa, número de piscicultores e suas produções de peixes em 2016.

Municípios	Quantidade vendida (Em Toneladas)	Número de piscicultores	Piscicultores entrevistados	Frequência relativa (%)
Ajuricaba	379	71	26	36,62
Tenente Portela	249	23	12	52,17
Chapada	216	29	07	24,14
Barra Funda	122	09	05	55,56
Nova Ramada	116	22	14	63,64
Total	1.082	154	64	41,56

Fonte: Adaptada de (IBGE, 2018).

Na Figura 1 está representada a localização dos cinco municípios em que a pesquisa foi realizada.

Figura 1. Localização dos municípios com maior produção de peixes na Mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul.



Fonte: Autores (2020). (TabWin415).

A coleta dos dados foi realizada entre janeiro e março de 2020, período em que foram realizadas visitas nas propriedades e com a utilização de um questionário semi com os piscicultores. Participaram da pesquisa piscicultores com mais de cinco anos de atividade e com produção destinada à comercialização. Foram realizadas 64 entrevistas, sendo: 26 em Ajuricaba, 14 em Nova Ramada, 12 em Tenente Portela, 7 em Chapada e 5 em Barra Funda.

Os dados quantitativos foram sistematizados em planilhas eletrônicas do Microsoft Excel® 2016, para posterior tabulação e elaboração de gráficos e tabelas de frequências para a identificação de características do público pesquisado, e a apresentação dos resultados de forma clara e objetiva.

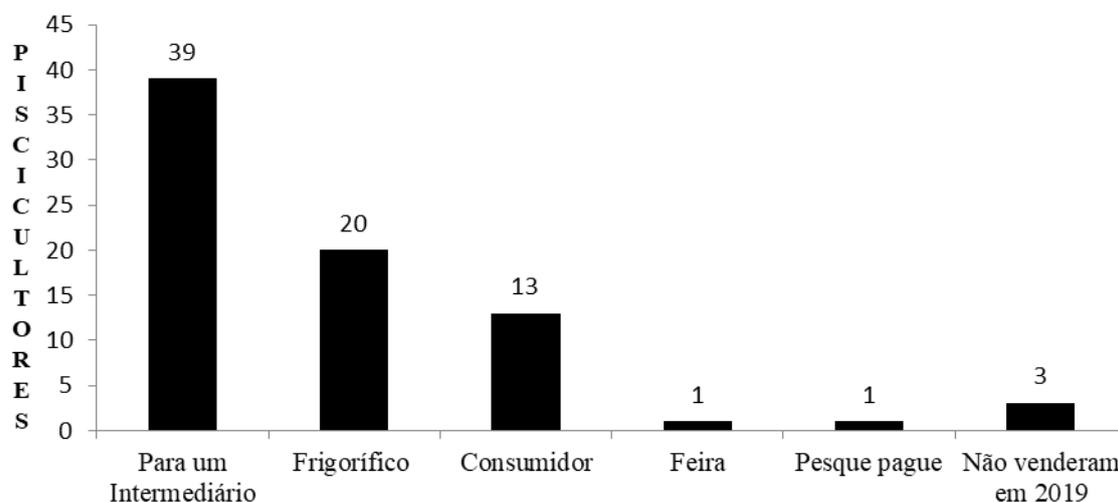
Os dados do sistema de produção utilizado, canal de comercialização utilizado, assistência técnica, satisfação com o canal de comercialização, dificuldade na comercialização, tempo em atividade na piscicultura e intenção em ampliar a atividade, foram submetidos à análise de correlação de Kendall ($P < 0,05$) para observação das correlações significativas. Foi realizada análise de variância (ANOVA), utilizando como variável de classe o sistema de cultivo (monocultivo de tilápias ou policultivo de carpas) para as variáveis. Quando significativo, as médias foram comparadas pelo teste “t” de Student ($P < 0,05$).

3. Resultados e Discussão

Canais de comercialização, ou canais de distribuição, têm por finalidade disponibilizar o produto para o consumo ou uso do consumidor final, sendo um fator fundamental para o sucesso da atividade produtiva, que muitas vezes é pouco valorizada pelos produtores (Alam et al., 2010).

Como se identifica na Figura 2, o canal de comercialização mais utilizado por é “Para um Intermediário” e, segundo os entrevistados, a produção é destinada principalmente para pesque e pague da região Sudeste do Brasil. A principal justificativa para a utilização deste canal é que a facilidade para a comercialização, os compradores possuem equipe que realiza a despesca e absorve toda a produção em um único dia.

Figura 2. Canais de comercialização utilizados pelos piscicultores, em 2019.



Fonte: Autores (2020).

O intermediário pode trazer benefícios ao processo, como na transformação do produto de sua forma bruta em produto processado e em condições para consumo, no armazenamento e conservação, além de ampliar o espaço de comercialização, uma vez que pode ocorrer a necessidade de comercialização fora da região de produção. Sendo necessária a presença do intermediário para que a produção chegue até os locais de comercialização (Marques; Aguiar, 1993). Desta forma, mesmo com a possibilidade de ocorrer uma menor remuneração ao piscicultor, a presença do intermediário pode facilitar a comercialização, principalmente em locais que possuem poucos canais de comercialização disponíveis.

Na sequência, como segundo canal mais utilizado se destacam os frigoríficos, utilizados por 20 produtores, sendo este, utilizado basicamente pelos produtores de Tilápias. Neste sentido, considera-se importante destacar que os produtores de

carpas afirmaram serem poucos os frigoríficos na região que abatem carpas.

Quanto mais bem estruturada a cadeia produtiva, principalmente em nível regional, com mais canais de comercialização, mais facilidade terá o produtor para escoar a sua produção. Porém, segundo Barroso et al., (2016), a cadeia da piscicultura apresenta reduzido número de estabelecimentos industriais de processamento, o que se constitui em gargalo, o qual compromete o desempenho em nível de cadeia. Assim, o resultado disso é que a maior parte do peixe cultivado não passa pelo serviço de inspeção, gerando assim, insegurança sanitária, baixa agregação de valor e diferenciação de produto, e dificuldade de comercialização.

Atualmente, o Rio Grande do Sul possui 40 abatedouros de pescado, localizados em 35 municípios, sendo que a maioria de pequeno porte (67%) com sistema de certificação sanitária municipal (SIM) e com capacidade de produção que permite o processamento de 8.559 toneladas anuais, porém são produzidas apenas 3.848 toneladas, o que representa apenas 45% de sua capacidade, sendo que destes, 21 estão localizados na mesorregião Noroeste (BERTOLINI. et al, 2020).

Ainda segundo Bertolini et al. (2020) em entrevista realizada com os proprietários de abatedouros do Rio Grande do Sul, identificou que a maioria prefere realizar o transporte dos peixes, sendo pouca a presença de atravessadores, pois segundo eles encarecem o produto em 10 a 15 %, assim os atravessadores são responsáveis pelo transporte de apenas 10% dos peixes destinados a estes abatedouros.

Ainda como evidências da pesquisa, pode-se observar a pouca utilização de canais curtos de comercialização utilizados pelos piscicultores da região estudada. Segundo Tibério, Cristóvão; Baptista, (2013) os circuitos curtos de comercialização são aqueles em que o consumidor compra o produto diretamente do produtor, ou que não tenha mais que um intermediário entre o produtor e consumidor. Assim estas formas de comercialização são representadas pela venda direta ao consumidor, realizadas na propriedade ou por entrega do produto pelo piscicultor, e pelas feiras de peixe.

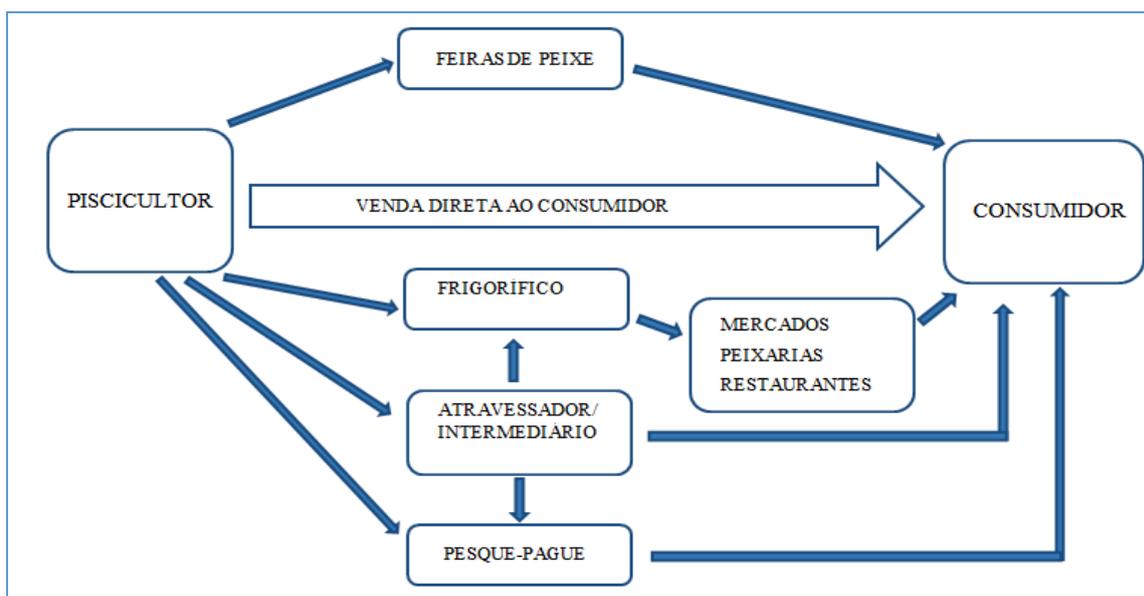
Cabe salientar que dos entrevistados, sete afirmaram que já comercializaram a produção em feiras, e somente um permanece comercializando desta forma, entre os demais a justificativa para não utilizar mais este canal foi a falta de estrutura nos municípios com um local adequado para realizar a feira, além da dificuldade de atender as normas sanitárias e dificuldades no transporte dos peixes.

Em um estudo com piscicultores que comercializam peixes vivos na feira, no município de Palmeira das Missões, Perussatto et al. (2012) identificaram que os piscicultores não possuem uma apropriação dos custos com mão de obra e comercialização. Entretanto, consideram elevado tais custos, em virtude da necessidade de infraestrutura de transporte e rapidez no processo para a venda do peixe vivo. Por outro lado, o estudo identificou que essa forma de comercialização é mais vantajosa para o produtor, pois ele vende seu produto diretamente ao consumidor, evitando, assim, custos com atravessadores e, conseqüentemente, obtendo um lucro maior na comercialização.

Nesta mesma perspectiva, segundo a FAO (2018), a comercialização e transporte de peixe vivo pode ser um desafio, uma vez que são frequentemente sujeitos a regulamentos rigorosos de saúde, padrões de qualidade e requisitos bem-estar animal.

Uma vez identificados os canais de comercialização, utilizados pelos participantes da pesquisa, elaborou-se a Figura 3 com o objetivo de ilustrar sinteticamente a estrutura regional de comercialização da produção piscícola.

Figura 3. Estrutura da comercialização de pescado na Mesorregião Noroeste do Rio Grande do Sul.



Fonte: Autores (2020).

Como evidenciado na Figura 3, o estudo aponta para diferentes canais utilizados pelos piscicultores para a comercialização da produção na região estudada. E, como defendem Waquil; Miele; Schultz (2010), os canais de comercialização ou de distribuição, são sequências de etapas pelas quais um produto é transferido até chegar ao consumidor final, configurando a organização dos intermediários, onde cada qual desempenhando uma ou mais funções de comercialização

Segundo Barroso et al., (2016) a falta de regularização é o maior entrave do setor e “Como resultado, a maior parte do peixe cultivado não passa pelo serviço de inspeção, gerando insegurança sanitária para o consumidor, baixa agregação de valor e diferenciação de produto e dificuldade de comercialização pelo piscicultor” o autor complementa que isto estimula a participação de atravessadores e uma consequente divisão de lucros

Além da identificação do canal utilizado, para melhor entender o processo de comercialização tem sido importante identificar os fatores que determinam o acesso aos canais de comercialização atualmente utilizados, conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2. Motivação para a escolha do canal de comercialização.

Motivações	Frequência absoluta	Frequência relativa
Única alternativa (Único comprador)	21	32,81
Maior facilidade na comercialização	17	26,56
Comodidade	16	25,00
Valor recebido por kg	8	12,50
Mão de obra	5	7,81
Escoar toda produção de uma vez	5	7,81
Outros motivos	11	17,19

Fonte: Autores (2020).

Quando questionados acerca do motivo para vender a produção através do canal de comercialização atualmente utilizado, a principal resposta foi que tinha sido a única alternativa ou únicos compradores (Tabela 2). Este grupo de piscicultores realizava a comercialização para frigoríficos ou intermediários e o principal fator estava relacionado à quantidade

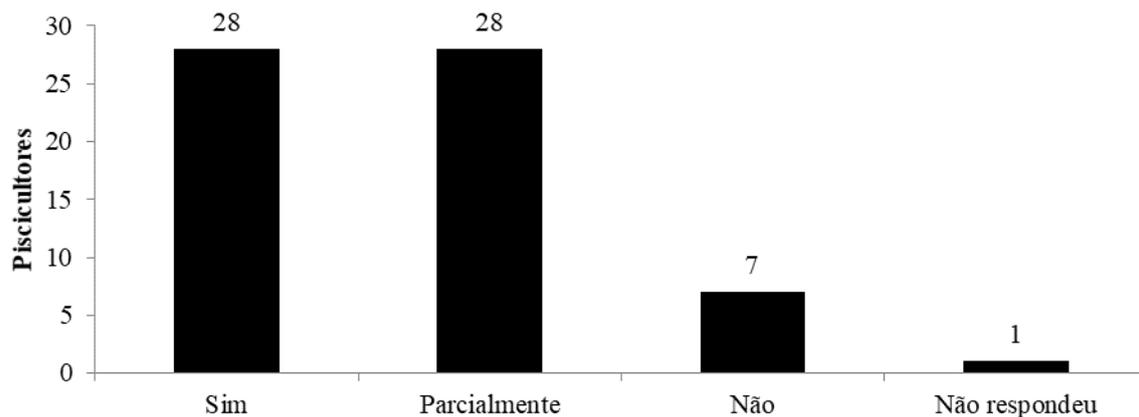
produzida, pois com estas formas de comercialização têm capacidade para absorver maiores volumes de produção.

O segundo motivo mais citado tinha sido a maior facilidade para comercialização, estes piscicultores alegam que os atuais compradores já eram conhecidos e normalmente entram em contato para realizar a compra, sendo assim mais fácil do que ter que procurar outro comprador.

A comodidade está relacionada principalmente ao momento da despesca, pois, os compradores possuíam equipe para esta atividade e o piscicultor apenas acompanha a despesca e a pesagem dos peixes. A falta de mão de obra para esta atividade e a necessidade de ser realizada em uma única vez, também foram justificativas utilizadas para a utilização do atual canal de comercialização.

Neste sentido foi observado durante as entrevistas que os piscicultores tinham insegurança de realizar a comercialização para um comprador que eles não conheciam, mesmo que o valor oferecido fosse maior, isto ocorre, segundo relatos em função de históricos de comercialização em que os compradores não pagavam pelo produto. Para Deimling et al. (2015) o sistema de comercialização dos agricultores familiares pode ser prejudicado, devido à pouca disponibilidade de canais de comercialização. Isto pode ser determinante para as dificuldades elencadas pelos entrevistados, pois fatores como produção em baixos volumes pode prejudicar a negociação com compradores.

Figura 4. Satisfação com o canal de comercialização utilizado.



Fonte: Autores (2020).

Mesmo alegando a ocorrência de poucos canais disponíveis para e diversos entraves na comercialização, o índice de satisfação pode ser considerado bom, pois apenas sete piscicultores alegaram estar insatisfeitos com o canal atualmente utilizado.

Para Deimling et al. (2015) a comercialização dos agricultores familiares pode ser prejudicada, pois não existe uma grande variedade de opções ou canais de comercialização e mais opções pode significar maior poder de negociação e a busca por canais que remunere melhor a produção. O que poderia significar em uma melhora na satisfação no momento da comercialização.

Os problemas encontrados no momento da comercialização podem ser determinantes na escolha do canal a ser utilizado. Com o objetivo de estratificar as emergências do estudo acerca de problemas encontrados pelos entrevistados para comercializarem sua produção de peixes, elaborou-se a Tabela 3.

Tabela 3. Principais problemas encontrados na comercialização.

Principais problemas	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Pagamento	30	46,88
Preço	19	29,69
Poucos compradores	5	7,81
Falta de mão de obra	4	6,25
Deslocamento	3	4,69
Outros motivos	5	7,81

Fonte: Autores (2020).

Quando questionados em relação aos problemas encontrados no momento da comercialização, predominou como resposta os problemas relacionados ao pagamento, como o recebimento de cheque a prazo, compras para pagamento em 30 dias e a falta de confiança em determinados compradores. Na sequência, o segundo ponto abordado como problema foi o valor recebido pelo produto, que segundo os piscicultores era baixo, e está estabilizado há alguns anos, enquanto o custo de produção aumentou.

Outros problemas citados foram a existência de poucos compradores, a falta de mão de obra para a despesa e a dificuldade para transporte e deslocamento, principalmente para aqueles que comercializavam em feiras.

Tabela 4. Questões relacionadas à dificuldade de comercialização da produção.

	Frequência absoluta	Frequência relativa
Já teve dificuldade para escoar a produção?		
Nunca teve dificuldades	39	60,94
Duas ou mais vezes	20	31,25
Apenas uma vez	4	6,25
Não respondeu	1	1,56
Teria mercado para um possível aumento da produção?		
Sim	60	93,75
Não sabe	4	6,25

Fonte: Autores (2020).

O principal relato dos que responderam nunca ter dificuldade para a venda, é que sempre tem interessados em comprar a produção, principalmente atravessadores, o principal problema está relacionado ao pagamento, que em muitas ocasiões é realizado com cheques, sendo comum ocorrerem atrasos para conseguir compensar estes valores. Além disso, houve relato de piscicultores que estão com valores para receber a alguns anos, inclusive entre os entrevistados, alguns relataram não ter mais perspectiva em receber estes valores.

Observa-se que dentre os piscicultores entrevistados a comercialização tem sido um processo que eles consideram ser fáceis, conforme afirmou o piscicultor N° 52 “vender é fácil, o difícil é receber depois”. Afirmações semelhantes a esta relatada foi comum dentre os demais entrevistados, principalmente em propriedades cuja produção era de carpas e a comercialização realizada para intermediários. Esta afirmação referente à facilidade de comercializar pode ser percebida na tabela 04, onde (93,75%) afirmaram que conseguiriam comercializar caso a produção apresentar um aumento.

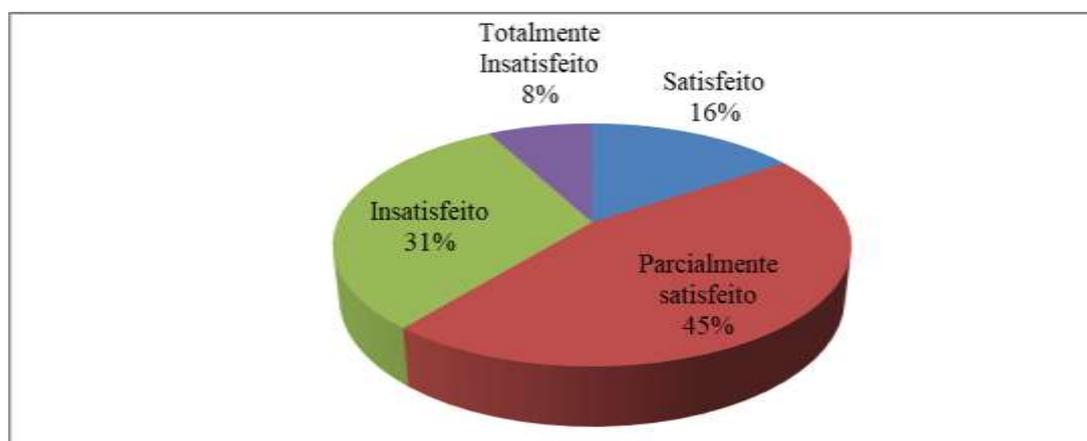
Quanto ao destino da produção comercializada para os atravessadores, segundo os piscicultores, são os pesque pague de estados da região Sudeste do Brasil, e em muitos casos ocorreram dificuldades para receber, pois poucos piscicultores

afirmaram que o pagamento era realizado em espécie, sendo a forma mais comum à utilização de cheques, normalmente para 30 dias.

Dentre os piscicultores que realizam a comercialização direto para os frigoríficos todos afirmaram não haver contrato para garantia de compra e de preços. A única exceção foi o piscicultor N° 58 que possui contrato, porém não era um contrato de garantia de compra, pois atualmente o piscicultor possui um sistema de integração com o frigorífico localizado em seu município, onde o produtor contribui com os açudes e manejo (mão de obra), e o frigorífico fica responsável por fornecer todos os insumos necessários. Cabe salientar que dentre os entrevistados, este foi o único relato de produção em sistema integrado.

Com relação à valorização do produto, mesmo com um elevado número de piscicultores alegando estarem parcialmente satisfeitos (Figura 5), este não foi um fator determinante no momento da comercialização, principalmente pela pouca variedade de canais disponíveis e a falta de confiabilidade de muitos integrantes destes canais, principalmente entre os intermediários.

Figura 5. Nível de satisfação com o preço recebido pelo produto.



Fonte: Autores (2020).

Desta forma o que se pode perceber durante a pesquisa é que os piscicultores preferem realizar a comercialização para compradores conhecidos a um valor mais baixo do que arriscar comercializar para quem oferece mais e não é conhecido na região. Fato este devido a fatos comuns ocorridos na piscicultura com a falta de pagamento do produto, gerando assim uma insegurança dos piscicultores.

Com o objetivo de analisar a influência das características das propriedades na escolha do canal utilizado para a comercialização sistema de produção utilizado, canal de comercialização utilizado, assistência técnica, satisfação com o canal utilizado, dificuldade de comercialização, tempo em atividade na piscicultura e intenção em ampliar a atividade, conforme apresentado na tabela 5.

Constatou-se, portanto, que as características das propriedades e dos sistemas produtivos utilizados não possuem influência na determinação do canal de comercialização a ser utilizado pelos produtores (Tabela 5). Reafirmando que os fatores de tomada de decisão não estão relacionados às características dos canais, os quais na região são restritos. Assim, os canais de comercialização utilizados por piscicultores da região, conforme apresentado na tabela 2, são escolhidos por ser a única alternativa, além disso, por apresentar maior facilidade na comercialização e mais comodidade na comercialização de pescados.

Tabela 1. Coeficientes de Correlação de Kendall entre variáveis obtidas de produtores.

Sistema	Canais	Assistência	Satisfação	Dificuldade	Tempo	Ampliar
---------	--------	-------------	------------	-------------	-------	---------

Sistema	1,00	-0,21 0,06	-0,43 0,0007	0,09 0,42	0,09 0,05	0,39 0,0003	0,02 0,83
Canais	-	-	0,17 0,13	-0,06 0,52	0,14 0,17	-0,29 0,021	-0,12 0,27
Assistência	-	-	-	-0,12 0,31	0,03 0,82	-0,26 0,01	-0,15 0,23
Satisfação	-	-	-	-	-0,17 0,12	0,13 0,18	-0,06 0,59
Dificuldade	-	-	-	-	-	-0,02 0,77	0,02 0,84
Tempo	-	-	-	-	-	-	0,33 0,0019

Valores superiores indicam o coeficiente de correlação, valores em negrito correspondem à significância, n°: 64 produtores. Fonte: Autores (2020).

4. Conclusão

A região Noroeste do Rio Grande do Sul apresenta poucas opções de canais de comercialização para a piscicultura, principalmente para o policultivo de carpas. Embora, tenha apresentado aumento no número de frigoríficos nos últimos anos este canal ficou concentrado para os produtores de tilápias, enquanto as carpas o principal canal disponível atualmente tem sido para pesque pague na região Sudeste do país, onde os piscicultores comercializam para atravessadores, que realizam o transporte.

A utilização de canais curtos como a comercialização direta ao consumidor e em feiras de peixe tem sido pouco utilizada na região, principalmente pela falta de estrutura e incentivo nos municípios. Este canal apesar de apresentar uma melhor valorização do produto, apresenta entraves como a utilização de mais mão de obra, estrutura de transporte e comercialização em volumes menores, muitas vezes desestimulando os piscicultores.

Segundo os piscicultores entrevistados, poucas alternativas de comercialização, maior facilidade na comercialização, comodidade e o valor recebido por kg, são os principais fatores que influenciam na escolha do canal utilizado na comercialização. Mas a falta de mão de obra para a realização da despesca é determinante para a escolha da comercialização para atravessadores e frigorífico. Pois além de ser realizada toda a despesca em uma única vez, estes, geralmente possuem equipe para realizar a atividade, cabendo ao piscicultor apenas acompanhar e conferir a pesagem dos peixes.

Dessa forma, concluiu-se que ocorrem pouco incentivo para o aumento da comercialização local, os municípios e as cooperativas não são atuantes no setor, não possuindo um local para adequado e estrutura para realização de feiras de peixe. Diminuindo assim as alternativas de comercialização disponíveis aos piscicultores.

Em trabalhos futuros, recomendamos estudos que aprofundem as características e o perfil dos produtores de peixes e dos sistemas produtivos, além de contemplar um maior número e também outras regiões do estado, visto que existem características ambientais e socioeconômicas diferenciadas.

Agradecimentos

Este estudo foi parcialmente financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código Financeiro 001, pelo Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (PPGAGR) – Campus Palmeira das Missões – RS.

Referências

Alam, J. M. et al. (2010). A Study on Fish Marketing System in Swarighat, Dhaka, Bangladesh. *Nature and Science*. 8(12): 96-103.

- Baldisserotto, B. (2009) Piscicultura continental no Rio Grande do Sul: situação atual, problemas e perspectivas para o futuro. *Ciência Rural*, 39(1), 291-299.
- Barroso, R. M. et al. (2016). Discussão sobre a regularização da piscicultura brasileira: da produção à comercialização. Palmas, TO. <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1058730/discussao-sobre-a-regularizacao-da-piscicultura-brasileira-da-producao-a-comercializacao>
- Bertolini, R. M. B. et al. (2020). Relatório- Levantamento dos elos de apoio à piscicultura do Rio Grande do Sul 2020. Divisão de Aquicultura e Pesca da Superintendência Federal da Agricultura no Rio Grande do Sul.
- Carvalho, D. M. & Costa, J. E. (2011). Comercialização Agrícola No Brasil. OKARA: *Geografia em debate*, 5(1-2), 93-106.
- Consoli, M. A.; & D'andrea, R. (2010). *Trade Marketing: Estratégias de Distribuição e Execução de Vendas*. Atlas.
- Deimling, M. F. et al. (2015). Agricultura Familiar e as Relações na Comercialização da Produção. *Interciência*, 40(7), 440-447.
- Emater/RS. Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural. (2018). RS estima comercializar quase 4 mil toneladas de peixes na Semana Santa. <http://www.emater.tche.br/site/multimedia/noticias/detalhe-noticia.php?id=27955#.XKTHC6R7nIU>
- Fao - Food and Agriculture Organization of the United Nation. (2018). The state of world fisheries and aquaculture. <http://www.fao.org/documents/card/en/c/I9540EN/>
- Fee - Fundação de Economia e Estatística. (2020). Unidades Geográficas: Composição da Mesorregião Noroeste Rio-Grandense. <http://feedados.fee.tche.br/feedados/#!/home/unidadesgeograficas/mesorregioes/8>
- Freitas, R. R., Vinatea, L. & Netto, S. A. (2009). Analysis of the marine shrimp culture production chain in Southern Brazil. *Anais de Academia Brasileira de Ciências*, 81:287-295.
- Ibge - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2018). Censo agropecuário 2017: resultados preliminares. 7, 1-108, IBGE. https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3093/agro_2017_resultados_preliminares.pdf
- Lazzari, R. et al. (2017) Cadeia produtiva do peixe. In.: Lazzari, R. et al. Estudo sobre a cadeia agroindustrial de proteína animal no estado do Rio Grande do Sul. <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2017/09/05151119-estudo-proteina-animal-final.pdf>
- Peixe BR. Associação Brasileira da Piscicultura. (2019). Anuário 2019. <https://www.peixebr.com.br/anuario-peixe-br-da-piscicultura-2019/>
- Marques, P. V. & Aguiar, D. R. D. (1993) *Comercialização de produtos agrícolas*. Editora da Universidade de São Paulo.
- Perussatto, A, et al. (2012) Cadeia produtiva dos peixes comercializados na feira municipal do peixe vivo de Palmeira das Missões/RS: Uma estratégia de desenvolvimento. *Diálogo*. 21, 207 – 224.
- Rangel, M. F. S., & Vidor, A. C. M. (2014) Caracterização da piscicultura na região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. *Pesquisa agropecuária gaúcha*, 10(1-2), 137-144.
- Tibério, L., Baptista, A. & Cristóvão (2013) A. Sistemas Agroalimentares Locais e Comercialização em Circuitos Curtos de Proximidade. *Revista Rede Rural Nacional*. http://www.rederural.gov.pt/images/FolhasInformativas/SistemasAgroalimentaresLocais_ComercializacaoCCA_1.pdf
- Waquil, P. D., Miele, M. & Schultz, G. (2010) *Mercados e comercialização de produtos agrícolas*. Editora da UFRGS.