

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO SUDOESTE DO PARANÁ

SAMANTHA REBEKA BRANDELERO BIELAK¹, ALMIR ANTONIO GNOATTO², THAWANY DE LIMA TRENTO³ e DANIEL RISSARDI POLASSO⁴

¹Graduanda em Agronomia, UTFPR, Dois Vizinhos-PR, samantharebeka@alunos.utfpr.edu.br;

²Prof. Dr., UTFPR, Dois Vizinhos-PR, almirgnoatto@utfpr.edu.br;

³Graduanda em Agronomia, UTFPR, Dois Vizinhos-PR, thawanytrento@alunos.utfpr.edu.br;

⁴Graduando em Agronomia, UTFPR, Dois Vizinhos-PR, danielpolasso@alunos.utfpr.edu.br .

Apresentado no
Congresso Técnico Científico da Engenharia e da Agronomia – CONTECC
6 a 9 de outubro de 2025

RESUMO: A agricultura familiar desempenha um papel essencial na segurança alimentar e no desenvolvimento econômico regional. No sudoeste do Paraná, esse setor enfrenta desafios estruturais e mercadológicos que impactam sua competitividade. Este artigo apresenta uma análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) sobre a comercialização de produtos da agricultura familiar, destacando potenciais estratégias para melhoria da sustentabilidade econômica dessas propriedades. Com base em estudos recentes e em dados coletados na região, buscamos compreender como políticas públicas, inovações tecnológicas e estratégias de mercado podem favorecer o fortalecimento desse setor. Os resultados indicam que a adoção de novas tecnologias, a digitalização da comercialização e o fortalecimento das cooperativas podem contribuir significativamente para a competitividade da agricultura familiar.

PALAVRAS-CHAVE: Fortalecimento rural. Programas de incentivo. Produção agroecológica. Sustentabilidade. Inclusão socioeconômica. Desenvolvimento rural.

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR THE MARKETING OF FAMILY FARMING PRODUCTS IN SOUTHWEST PARANÁ

ABSTRACT: Family farming plays an essential role in food security and regional economic development. In southwestern Paraná, this sector faces structural and market challenges that impact its competitiveness. This article presents a SWOT analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) on the commercialization of family farming products, highlighting potential strategies for improving the economic sustainability of these farms. Based on recent studies and data collected in the region, we aim to understand how public policies, technological innovations, and market strategies can support the strengthening of this sector. The results indicate that the adoption of new technologies, the digitalization of commercialization, and the strengthening of cooperatives can significantly contribute to the competitiveness of family farming.

KEYWORDS: Rural strengthening. Incentive programs. Agroecological production. Sustainability. Socioeconomic inclusion. Rural development.

INTRODUÇÃO

A agricultura familiar no Brasil é responsável por uma parcela significativa da produção de alimentos consumidos internamente, contribuindo para a geração de emprego e renda no meio rural (Schneider et al., 2016). No entanto, pequenos produtores enfrentam dificuldades relacionadas à comercialização de seus produtos, incluindo limitações na infraestrutura, dependência de canais de distribuição e oscilações de mercado (Silva et al., 2020). Segundo Abramovay (2018), a inclusão digital e o acesso a tecnologias inovadoras podem ser fatores fundamentais para impulsionar a competitividade dos pequenos

produtores. A agricultura familiar representa cerca de 70% dos alimentos consumidos no Brasil e 84% das propriedades rurais, utilizando apenas 24% das terras agrícolas (IBGE, 2022). Essa alta representatividade no abastecimento nacional reforça a necessidade de estudos que analisem as melhores estratégias para a sua comercialização. Além disso, a crescente valorização dos produtos orgânicos e sustentáveis tem ampliado as oportunidades para os pequenos agricultores, tanto no mercado interno quanto no comércio internacional (ABO, 2021).

Este estudo analisa propriedades rurais do sudoeste do Paraná, identificando aspectos internos e externos que influenciam suas estratégias comerciais. A metodologia baseia-se na análise FOFA, permitindo um diagnóstico claro sobre as potencialidades e desafios da comercialização dos produtos.

MATERIAL E MÉTODOS

Os dados utilizados para a realização da análise FOFA foram extraídos de um banco de dados contendo informações provenientes de questionários aplicados aos agricultores em propriedades rurais acompanhadas durante o segundo semestre de 2024. Essa atividade faz parte do processo de curricularização da extensão, desenvolvida no âmbito das disciplinas de Planejamento de Propriedades Rurais dos cursos de Agronomia e Zootecnia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Dois Vizinhos. A coleta dos dados permitiu identificar aspectos internos e externos relacionados à comercialização de produtos da agricultura familiar, servindo como base para a estruturação da análise estratégica. Foram coletados dados sobre estrutura produtiva, envolvimento com cooperativas, acesso a crédito, estratégias de comercialização e sustentabilidade ambiental. Os dados foram analisados qualitativamente e agrupados em categorias de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Além disso, foram conduzidas entrevistas com produtores locais e representantes de cooperativas, permitindo um aprofundamento na compreensão dos desafios enfrentados e das soluções potenciais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da análise FOFA, foram identificadas diversas características que impactam a comercialização dos produtos da agricultura familiar na região.

Forças:

As principais forças incluem boa estrutura produtiva em algumas propriedades, conhecimento técnico em diversas culturas (horticultura, apicultura, produção leiteira) e a participação em cooperativas, o que facilita o escoamento da produção. Além disso, práticas sustentáveis estão em crescimento, agregando valor aos produtos. Segundo Guanzioli et al. (2013), a adoção de práticas sustentáveis e certificação orgânica aumentam a competitividade da produção familiar. No entanto, mesmo dentro das cooperativas, a eficiência logística e o poder de negociação ainda são desafios a serem aprimorados.

A valorização dos produtos locais e a rastreabilidade também têm se tornado uma vantagem competitiva. Consumidores e mercados institucionais estão cada vez mais interessados em produtos cuja origem e forma de produção possam ser verificadas, reforçando a importância da certificação e de boas práticas agrícolas (SEBRAE, 2023).

Oportunidades:

O aumento da demanda por produtos orgânicos e sustentáveis representa uma grande oportunidade para os produtores locais. A disponibilidade de linhas de crédito para investimentos e a possibilidade de expansão para novos mercados, como feiras e programas institucionais, também são fatores positivos. Segundo Wilkinson et al. (2014), programas governamentais como o PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar) favorecem a inserção de pequenos produtores no mercado institucional. Além disso, a digitalização dos processos de venda, como o e-commerce e o marketing digital, pode permitir um alcance maior dos produtos agrícolas, reduzindo a dependência de intermediários e aumentando a margem de lucro. Plataformas como "Feira Virtual" e aplicativos como "AgroConnect" já têm sido utilizados para facilitar a comercialização de produtos da agricultura familiar (ABO, 2021).

O mercado de exportação também se mostra promissor para a agricultura familiar. A crescente demanda internacional por produtos sustentáveis pode abrir novas oportunidades para os pequenos produtores,

especialmente se houver incentivos para certificação e adequação às normas de exportação (MAPA, 2021).

Fraquezas:

A falta de mão de obra é um dos principais desafios enfrentados, dificultando a ampliação da produção. Além disso, muitas propriedades possuem baixa diversificação produtiva, tornando-se vulneráveis às oscilações de mercado. A carência de investimentos em infraestrutura e tecnologia limita a competitividade do setor, como apontado por Delgado et al. (2012), que enfatizam a necessidade de políticas voltadas para a modernização da agricultura familiar. Outro fator relevante é a dificuldade de certificação dos produtos orgânicos e agroecológicos, devido à burocracia e aos custos elevados, o que reduz o potencial de agregação de valor.

Ameaças:

Fatores externos, como oscilações de preço, mudanças climáticas e concorrência com grandes produtores, representam ameaças significativas. A instabilidade de políticas públicas também impacta os incentivos e subsídios disponíveis para pequenos produtores. De acordo com Wanderley (2014), a dependência de políticas públicas instáveis pode comprometer o crescimento sustentado da agricultura familiar. Além disso, a crescente mecanização da agricultura e a expansão do agronegócio convencional podem pressionar ainda mais os pequenos produtores, tornando o ambiente de mercado mais competitivo e desigual.

Discussão Ampliada:

A análise dos resultados demonstra que a comercialização de produtos da agricultura familiar no sudoeste do Paraná depende de fatores estruturais, econômicos e tecnológicos. A adoção de estratégias coletivas, como a formação de redes solidárias e parcerias com supermercados e redes de restaurantes, pode fortalecer a presença dos produtos no mercado. Estudos de Mattei et al. (2021) indicam que iniciativas de comercialização direta, como as cestas agroecológicas e os clubes de consumo, têm sido uma alternativa viável para pequenos produtores agregarem valor aos seus produtos.

Outro ponto relevante é o papel da assistência técnica e extensão rural na qualificação dos produtores. A capacitação contínua em gestão, planejamento financeiro e uso de tecnologias digitais pode aumentar a competitividade da agricultura familiar e reduzir a dependência de intermediários (Fernandes et al., 2019). Dessa forma, políticas públicas que incentivem a educação rural e a inovação tecnológica podem desempenhar um papel essencial na transformação do setor.

CONCLUSÃO

A análise demonstrou que, apesar dos desafios enfrentados, há um grande potencial para o crescimento da agricultura familiar no sudoeste do Paraná, especialmente através da diversificação produtiva, da adoção de novas tecnologias e do fortalecimento de cooperativas. Políticas públicas mais estáveis e incentivos à comercialização podem ser fatores determinantes para a sustentação e crescimento desse setor. Além disso, estratégias como a digitalização da comercialização, a capacitação de produtores e a criação de redes de comercialização podem ser fundamentais para garantir a competitividade da agricultura familiar no longo prazo. Por fim, recomenda-se maior incentivo à adoção de plataformas digitais e modelos de venda direta ao consumidor, promovendo a autonomia dos produtores rurais.

AGRADECIMENTOS

À UTFPR pelo apoio e a Itaipu Parquetec pela aprovação de bolsas para equipe executar o projeto “Planejamento de Propriedades Rurais da Agricultura Familiar no Sudoeste do Paraná”.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Muito além da economia verde. São Paulo: Editora Planeta, 2018.
DELGADO, G. C.; BERGAMASCO, S. M.; NAVARRO, Z. Agricultura familiar e desenvolvimento rural. Brasília: IPEA, 2012.
FERNANDES, B. M.; OLIVEIRA, D. S.; SILVA, M. S. Capacitação e inovação na agricultura familiar. Revista de Extensão Rural, 2019.

GUANZIROLI, C. E.; WESZ JUNIOR, V. J.; BUAINAIN, A. M. Agricultura familiar e o desafio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

MATTEI, L.; OLIVEIRA, R. F.; FERREIRA, J. R. Comercialização direta e redes solidárias na agricultura familiar. Revista Brasileira de Desenvolvimento Sustentável, 2021.

SILVA, R. A.; COSTA, J. M.; MENEZES, C. R. Comercialização da produção da agricultura familiar: desafios e perspectivas. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 2020.

WANDERLEY, M. de N. Agricultura familiar e mercado: desafios contemporâneos. Revista Estudos Sociedade e Agricultura, 2014.

WILKINSON, J.; ROCHA, R.; OLIVEIRA, M. B. Mercados de alimentos e agricultura familiar. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2014.