UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS/ESCOLA DE AGRONOMIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIO
SETOR DE DESENVOLVIMENTO RURAL

ANÁLISE DE GOVERNANÇA DAS TRANSAÇÕES E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA DO TOMATE DE MESA: O CASO DOS PRODUTORES DE GOIANÁPOLIS - GO

JOSÉ WELLINGTON ABREU PEREIRA

GOIÂNIA
GOIÁS – BRASIL
Março – 2019

sistema de bibliotecas ufg

PRPG
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO

UFG

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: **[X] Dissertação** **[ ] Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

Nome completo do autor: José Wellington Abreu Pereira.

Título do trabalho: Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: o caso dos produtores de Goianápolis – GO.

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [ ] NÃO[1]

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.

José Wellington Abreu Pereira

Assinatura do(a) autor(a)[2]

Ciente e de acordo:

Assinatura do(a) orientador(a)[2]

Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha
Professor Adjunto SIAPE 1562707
FACE/UFG

Data: 16 / 04 / 2019

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:
- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

[2] A assinatura deve ser escaneada.

JOSÉ WELLINGTON ABREU PEREIRA

ANÁLISE DE GOVERNANÇA DAS TRANSAÇÕES E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA DO TOMATE DE MESA: O CASO DOS PRODUTORES DE GOIANÁPOLIS - GO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio – Nível Mestrado - da Escola de Agronomia da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agronegócio.

Área de Concentração: Sustentabilidade e Competitividade dos Sistemas Agroindustriais.

Linha de pesquisa: Competitividade e Gestão do Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha.

GOIÂNIA
GOIÁS - BRASIL
Março – 2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Pereira, José Wellington Abreu
Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: [manuscrito] : o caso dos produtores de Goianápolis - GO / José Wellington Abreu Pereira. - 2019.
LXXXIV, 84 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos (EAEA), Programa de Pós Graduação em Agronegócio, Goiânia, 2019.
Bibliografia. Anexos. Apêndice.
Inclui siglas, mapas, fotografias, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. comercialização. 2. contratos. 3. coordenação. 4. níveis de canais. 5. Solanum lycopersicum L. I. Cunha, Dr. Cleyzer Adrian da , orient. II. Título.

CDU 316

UFG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
ESCOLA DE AGRONOMIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIO - PPAGRO

ATA DA REUNIÃO DA BANCA EXAMINADORA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE JOSÉ WELLINGTON ABREU PEREIRA – Aos doze dias do mês de março de dois mil e dezenove (12/03/2019), às 09h00min, reuniram-se os componentes da Banca Examinadora: Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha (orientador /Presidente/ PPAGRO/EA/UFG), Prof. Dr. Marcelo Ferreira Tete (membro externo/FACE/UFG) e Prof. Dr. Alcido Elenor Wander (membro interno/PPAGRO/UFG) para, sob a presidência do primeiro, e em sessão pública realizada na Sala 09/EA/PPAGRO, procederem à avaliação da defesa de dissertação intitulada:**"ANÁLISE DE GOVERNANÇA DAS TRANSAÇÕES E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA DO TOMATE DE MESA: O CASO DOS PRODUTORES DE GOIANÁPOLIS - GO"**, em nível de **Mestrado**, área de concentração em **Sustentabilidade e Competitividade dos Sistemas Agroindustriais,** de autoria de **José Wellington Abreu Pereira**, discente do Programa de Pós-Graduação em Agronegócio da Universidade Federal de Goiás. A sessão foi aberta pelo presidente da Banca Examinadora, Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha, que fez a apresentação formal dos membros da Banca. A palavra a seguir, foi concedida ao autor da dissertação que, em 30 minutos procedeu à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro da Banca arguiu o examinando, tendo-se adotado o sistema de diálogo sequencial. Terminada a fase de arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista o que consta na Resolução n.º 1403/2016 do Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura (CEPEC), que regulamenta o Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e procedidas as correções recomendadas, a dissertação foi **APROVADA** por unanimidade, sendo cumpridos os requisitos para fins de obtenção do título de **MESTRE EM AGRONEGÓCIO**, na área de concentração em **Sustentabilidade e Competitividade dos Sistemas Agroindustriais** pela Universidade Federal de Goiás. A conclusão do curso dar-se-á quando da entrega, na secretaria do programa, da versão definitiva da dissertação, com as devidas correções, no prazo de até 30 dias. A Banca Examinadora recomenda a publicação de artigo científico, oriundo dessa dissertação em periódicos de circulação nacional e/ou internacional depois de atendidas às modificações sugeridas. Cumpridas as formalidades de pauta, às 11h00min, o presidente da mesa encerrou esta sessão de defesa de dissertação e, para constar, eu, Lindinalva de Oliveira Teixeira, secretária do Programa de Pós-Graduação em Agronegócio, lavrei a presente Ata que depois de lida e aprovada será assinada pelos membros da Banca Examinadora em duas vias de igual teor.

Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha
Orientador -Presidente /PPAGRO/EA/UFG

Prof. Dr. Marcelo Ferreira Tete
Membro externo/FACE/UFG

Prof. Dr. Alcido Elenor Wander
Membro interno/PPAGRO/UFG

DEDICATÓRIA

Dedico esta conquista à toda minha família!!!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente, à Deus por ter me dado a capacidade e as condições necessárias que me permitiram concluir mais esta etapa.

Agradeço à minha amada esposa, Keize Martins, pelo irrestrito apoio, incentivo, encorajamento, mesmo quando a situação se apresentava adversa, sobretudo, pela compreensão durante toda minha trajetória.

Agradeço aos meus pais, pelo exemplo, caráter e pelo esforço incondicional para que eu continuasse meus estudos, e pelo apoio recebido durante minha trajetória, enfim, a toda minha família, registro aqui meu reconhecimento e gratidão.

Agradeço à todos os meus irmãos e irmãs, cunhados e cunhadas, sobrinhos e sobrinhas, pelo irrestrito apoio, incentivo e carinho demonstrados a mim.

Agradeço aos meus sogros, Ramiro e Lúcia por todo apoio e incentivo para que eu concluísse mais esta etapa.

Registro meu cordial agradecimento ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio (PPAGRO) da Escola de Agronomia (EA) da Universidade Federal de Goiás (UFG) por todo apoio recebido. Em nome do coordenador do Programa, professor Dr. Gabriel Medina estendo meus agradecimentos aos demais professores que contribuíram direta e indiretamente para a conclusão dessa pesquisa em toda suas etapas. Estendo também meus agradecimentos à secretária do PPAGRO, Lindinalva sempre solícita e prestativa na resolução de “problemas”.

Agradeço ao meu orientador, professor Dr. Cleyzer Adrian da Cunha pela atenção dedicada, pelas orientações, pelos conselhos durante o estágio docente, pelo compartilhamento de experiências no caminho da pesquisa, por todo aprendizado, fica aqui os meus sinceros agradecimentos.

Agradeço também ao professor Dr. Alcido Elenor Wander pelos valiosos ensinamentos durante as aulas e pelas contribuições na banca de qualificação. Tenho-o como inspiração e exemplo de pessoa comprometida e dedicada, acadêmica e profissionalmente.

Agradeço também ao professor Dr. Marcelo Ferreira Tete, por ter aceitado o convite de integrar a banca de defesa de minha qualificação e defesa final, pois suas valiosas contribuições agregaram, sobremaneira, para a conclusão deste trabalho. Registro aqui o meu muito obrigado!

Agradeço ao colega Rodrigo Boaventura, vendedor na empresa “A Sementeira Produtos Agropecuários Ltda” pela mediação e contatos de diversos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO.

Agradeço aos meus colegas de jornada, pelo compartilhamento de saberes durante os estudos em grupo: Túlio, Valquíria, Camila, Osmar e a você Uelson agradeço também, por sempre me acolher (hospedar) em sua residência quando precisei vir à Goiânia. À Waleska, versátil expert em Art's, sempre nos salvando nos eventos. Jamais poderia deixar de agradecer os sábios conselhos e palavras de incentivo que recebi de minha amiga especial, Blenda. Enfim, agradeço à todos os colegas e companheiros pelas experiências partilhadas.

Por fim, agradeço aos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO, ressaltando que a participação voluntária de cada um, foi fundamental para a concretização desta pesquisa.

Combatendo sempre o bom combate, seguindo a carreira, sem perder a fé.

2 Timóteo 4-7 (adaptado)

RESUMO

A produção de tomate no Brasil, se destaca pela importante contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) da agricultura no país. Essa cultura se distingue em dois grupos ou segmentos, (tomate industrial e tomate de mesa) que dão origem a cadeias produtivas com diferentes processos e caminhos até seu ponto de consumo final. O tomate de mesa se destaca pela importância nutricional e por fazer parte da dieta de muitos brasileiros, caracteriza-se também por ser um produto altamente perecível, por isso os produtores recorrem às Centrais de Abastecimento S/A (CEASA) para comercializar sua produção. As transações realizadas nesse mercado, tem como característica, um grande número de intermediários, quem detêm maior nível de informação sobre mercado em relação ao produtor, possibilitando atitudes de comportamento oportunista. Mediante a pertinência da temática, a pesquisa tem como objetivo geral, analisar a governança das transações e os canais de distribuição utilizados pelos produtores do tomate de mesa de Goianápolis – GO. Quanto a abordagem ele se caracteriza como pesquisa quali-quantitativa. Foi realizada pesquisa de campo com finalidade descritiva. Quantos aos objetivos da pesquisa, ela foi exploratória, quanto aos meios, escolheu-se como metodologia, o estudo de caso. O conjunto de dados foi constituído por dados secundários e primários, estes, foram coletados por meio de questionário visando reuni-los em 04 grupos de variáveis, sendo: perfil do produtor e do empreendimento produtivo; características da produção e da comercialização; custos de transação, e; canais de distribuição. Foram entrevistados 33 produtores de tomate no período de setembro a novembro de 2018. Os resultados demostraram que a média de tempo do produtor na atuação da atividade está entre 10 e 20 anos. Em relação a terra, 63,6% utilizavam terras arrendadas, essas terras, em sua maioria (39,4%), tinham área entre 1,1 e 5 hectares. Sobre os produtores que haviam recorridos a empréstimos bancários foi 6,1%, entretanto, outros 93,9% não contraíram empréstimos bancários, no entanto, compravam insumos em crediário nas lojas agropecuárias. Os mercados de destino dessa produção é a CEASA - GO (69,7%) e intermediários (30,3%). O ponto que foi considerado mais positivo nesses mercados, foi a facilidade de acesso ao comprador, e o mais negativo foi o risco de calote. As transações são caracterizadas pelo mercado *SPOT*. Não há nenhuma espécie de contrato na transação de venda. O atributo frequência é considerado, relativamente, de média a baixa, a especificidade do ativo foi percebida no produto analisado. O grande desafio da comercialização, foi as oscilações de preço. Os canais de distribuição existentes no segmento pesquisado, ocorre em até quatro níveis (considerando o produtor como primeiro nível), já o canal mais utilizado foi o de três níveis e o principal motivo pela escolha, foi a facilidade de acesso. Os dados mostraram ainda que, 66,7% quem paga pelo custo do transporte, é o produtor, denotando maior poder de barganha por parte do intermediário.

Palavras-chave: comercialização, contratos, coordenação, níveis de canais, *Solanum lycopersicum* L.

ABSTRACT

Tomato production in Brazil, stands out for its important contribution to the gross domestic product (GDP) of agriculture in the country. This crop is distinguished into two groups or segments (industrial tomato and table tomato) that give rise to productive chains with different processes and paths to your final consumption point. Table tomato stands out for its nutritional importance and to be a part of the diet of many Brazilians, It is characterized by being a highly perishable product, so the producers use central supply S/A (CEASA) to market their production. The transactions carried out in this market, have as characteristic, a large number of intermediaries, who have a higher level of market information in relation to the producer, allowing opportunistic behavior attitudes. Through the relevance of the theme, the research has as general objective, to analyze the governance of the transactions and the distribution channels used by the producers of the table tomato of Goianápolis – GO. As for the approach, it is characterized as a quali-quantitative research. Field research was conducted with a descriptive purpose. As for the research objectives, it was exploratory, as to the means, the case study was chosen as a methodology. The data set consisted of secondary and primary data; these were collected through a questionnaire to collect them in 04 groups of variables, being: profile of the producer and the productive undertaking; characteristics of production and commercialization; transaction costs, and; distribution channels. 33 tomato producers were interviewed in the period from September to November 2018. The results showed that the average producer's time in activity is between 10 and 20 years. In relation to land, 63.6% used leased land, these lands, mostly (39.4%), had an area between 1.1 and 5 hectares. About the producers who had resorted to bank loans was 6.1%, however, other 93.9% no contracted bank loans, however bought inputs on credit in the agricultural stores. The target markets of this production is the CEASA - GO (69.7%) and intermediate (30.3%). The point that was considered more positive in those markets was the ease of access to the buyer, and the more negative it is the risk of default. Transactions are characterized by the SPOT market. There is no kind of contract on sale transaction. The frequency attribute is considered relatively low average, asset specificity was perceived in the product analyzed. The great challenge of commercialization, was the price swings. The existing distribution channels in the segment searched occurs in up to four levels (considering the producer as the first level), already the most used channel was the three levels and the main reason for the choice was the ease of access. The data showed that 66.7% who pays for the cost of transportation, is the producer, denoting greater bargaining power by the intermediary.

Keywords: commercialization, contracts, coordination, levels of channels, Solanum lycopersicum L.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS
LISTA DE TABELAS
LISTA DE FIGURAS
LISTA DE SIGLAS

1 INTRODUÇÃO 15
1.1 PANORAMA GERAL DA CULTURA DO TOMATE 15
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA 18
1.3 OBJETIVOS 19
1.3.1 Geral 19
1.3.2 Específicos 19
1.4 JUSTIFICATIVA 20
2 REFERENCIAL TEÓRICO 22
2.1 CADEIA PRODUTIVA 22
2.2 NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL (NEI) 23
2.3 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO (ECT) 24
2.3.1 Atributos da transação e pressupostos comportamentais 25
2.3.2 Estrutura de governança 27
2.4 CONTRATOS 28
2.5 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO (CD) 30
3 METODOLOGIA 36
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 39
4.1 PERFIL DO PRODUTOR 39
4.2 PERFIL DA PROPRIEDADE 41
4.3 CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 45
4.4 ANÁLISE DA TRANSAÇÃO E GOVERNANÇA 50
4.5 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO 56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 61
REFERÊNCIAS 63
APÊNDICE 70
APÊNDICE I - Questionário ao produtor de tomate de mesa 70
ANEXOS 77
ANEXO I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) 77

ANEXO II - Parecer consubstanciado do CEP 81

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Painel demonstrativo da área plantada, produção, produtividade e custo.....46

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Produção mundial de tomate em 2017. 15
Tabela 02 - Dados do tomate no Brasil, Região Centro-Oeste e Goiás, no ano de 2017. 16
Tabela 03 - Dados do tomate em Goiás (área, produção e rendimento médio) em 2017 e 2018. 17
Tabela 04 - Grau de escolaridade dos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO. .40
Tabela 05 - Renda bruta mensal do produtor. 40
Tabela 06 - Panorama da família do produtor em relação aos filhos e respectivas características do contexto escolar. 41
Tabela 07 - Situação da propriedade (fator terra). 42
Tabela 08 - Tamanho da propriedade e/ou lavoura. 43
Tabela 09 - Percentual relativo da área como principal atividade desenvolvida na propriedade. 44
Tabela 10 - Recebe(eu) algum tipo de assistência técnica ou curso direcionado ao cultivo do tomate de mesa. 49
Tabela 11 - Características positiva da transação. 50
Tabela 12 - Características negativa da transação. 51
Tabela 13 - Mercado de destino X Fator positivo - Tabulação cruzada. 52
Tabela 14 - Mercado de destino X Fator negativo - Tabulação cruzada. 53
Tabela 15 - Maior desafio para a comercialização do tomate de mesa, segundo os produtores 55
Tabela 16 - Quem assume os custos pela entrega do produto? 57
Tabela 17 - Composição do preço recebido pela venda da produção, considera-se: 57
Tabela 18 - Para acertar o preço recebido pela venda X Quem assume os custos pela entrega do produto - Tabulação cruzada. 58

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Mapa da Microrregião (MR) 010.....18
Figura 02 – Especificidade de ativos e estruturas de governança.....28
Figura 03 – Canais de comercialização em agronegócios.....32
Figura 04 – Pulverizador turbo carreta Arbus 1000 e Moto pulverizadora.....44
Figura 05 – Estufas e plantio de tomates.....47
Figura 06 – Tomates tipo cereja, momotaro (em caixas e bandejas para comercialização)....48
Figura 07 – Irrigação por sulco (convencional) e irrigação por gotejamento em campo aberto.....48
Figura 08 – Número de níveis e fluxo dos canais de distribuição.....59

LISTA DE SIGLAS

CD - Canais de Distribuição

CEASA-GO - Centrais de Abastecimento de Goiás S/A

CEASA-PR - Centrais de Abastecimento do Paraná S.A.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento

CPR - Cédula de Produto Rural

CNS - Conselho Nacional de Saúde

ECT - Economia dos Custos de Transação

FAO - *Food and Agriculture Organization of the United Nations*

GO - Goiás

HF - Hortifruti

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFAG – Instituto para Fortalecimento da Agropecuária de Goiás

IMB - Instituto Mauro Borges

MR - Microrregião

NEI - Nova Economia Institucional

PAM - Produção Agrícola Municipal

PIB - Produto Interno Bruto

SI - Sistema Internacional de Unidades

SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*

TC - Teoria dos Contratos

1 INTRODUÇÃO

O tomate (*Solanum lycopersicum* L.) é uma espécie cultivada e distribuída pela maioria dos países em praticamente todos os continentes (CEASA, PR, 2017). Por ser uma cultura de ciclo relativamente curto, de altos rendimentos e com boas perspectivas econômicas a área cultivada vem aumentando, tornando-se uma olerícola de grande importância econômica, tanto no comércio nacional como internacional (SOUSA *et al.*, 2011). Além dessas características, também se destaca pelo seu valor nutricional, pois é rico em licopeno, composto antioxidante eficiente no combate aos radicais livres no organismo (EMBRAPA, 2018).

1.1 PANORAMA GERAL DA CULTURA DO TOMATE

Segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (*Food and Agriculture Organization of the United Nations* - FAO), em 2017, de acordo com o *ranking* da produção mundial de tomate (Tabela 01), o Brasil ocupa a décima posição, se destacando como um dos maiores produtores mundiais e o maior da América Latina.

Tabela 01 - Produção mundial de tomate em 2017.

Posição	País	Produção (t)*	Área (ha)**
1º	China	59.514.773	1.028.454
2º	Índia	20.708.000	797.000
3º	Turquia	12.750.000	187.070
10º	Brasil	4.230.150	61.534

Fonte: Elaborada pelo autor com base em dados da FAO (FAOSTAT, 2019).
* Tonelada
** Hectare

No Brasil, a tomaticultura tem contribuído de forma significativa para o Produto Interno Bruto (PIB) da agricultura no país. Sua produção total no ano de 2017 foi de 4.230.150 toneladas (t), em uma área de 61.640 hectares, sua produtividade na safra 2017 foi de 68.745 kg/hectare (IBGE, 2019).

O cultivo de tomate está presente em diversas Regiões, sendo cultivado em maior ou menor escala, destacando-se como principais produtores, os estados de Goiás, São Paulo e Minas Gerais, respectivamente, nessa ordem (IBGE, 2019). No entanto, na Região Centro-Oeste brasileira, a produção total em 2017 foi de 1.332.506 (t) em uma área plantada de 16.929

hectares (IBGE, 2019). Em termos de produtividade, essa Região ocupou o primeiro lugar entre as demais, com um total de 78.716 kg/hectare em 2017.

O estado de Goiás é o maior produtor de tomate do Brasil, ele se destaca em termos de produção, área plantada e rendimento médio. A sua produção total em 2017 foi de 1.298.088 (t) com área plantada totalizando 16.307 hectares (IBGE, 2019) e com produtividade de 79.603 kg/hectare, ou seja, superior à média nacional.

A Tabela 02 faz uma descrição resumida da cultura do tomate no Brasil, Região Centro-Oeste e Goiás, no ano de 2017.

Tabela 02 - Dados do tomate no Brasil, Região Centro-Oeste e Goiás, no ano de 2017.

	Ano - 2017		
	Produção (t)*	Área plantada (ha)	Produtividade (Kg/ha)
Brasil	4.230.150	61.640	68.745
Centro-Oeste	1.332.506	16.929	78.716
Goiás	1.298.088	16.307	79.603

Fonte: Elaborada pelo autor com base em dados do IBGE (IBGE, 2019).
* Tonelada
** Hectare

Nesse cenário, os dados demonstram que a cultura do tomate se destaca como um importante setor dentro do agronegócio e, consequentemente, na agricultura brasileira, especialmente, em Goiás. A cultura do tomate é classificada em dois segmentos distintos, quais sejam: tomate industrial[1] (utilizado como matéria-prima para agroindústria processadora), e; tomate de mesa[2] ou *in natura*, (prontos para o consumo, pós-colheita). O tomate de mesa se caracteriza pela existência de uma variedade diversa de frutos e essa variedade, pode ser dividida em quatro grandes grupos: cereja; italiano; salada e santa cruz (EMBRAPA HORTALIÇAS, 2019).

Os dados demonstrados na Tabela 02, não fazem distinção entre o tomate industrial e o tomate de mesa, ou seja, são apresentados de forma agregada. No entanto, o Instituto Mauro Borges (IMB), em sua publicação quadrimestral de estatística básica divulgada em novembro de 2018, apresentou os dados de 2017 e 2018 para o estado de Goiás de forma desagregada (tomate industrial e tomate de mesa). O fato de o estado de Goiás figurar como maior produtor de tomate no Brasil, nota-se (Tabela 03) que isto se deve à maior produção de tomate para o

[1] Conhecido também como tomate rasteiro, pela característica da planta.
[2] Conhecido também como tomate tutorado ou envarado.

segmento da indústria processadora tanto em área plantada, área colhida, produção e rendimento médio (produtividade) nos anos de referência.

Tabela 03 - Dados do tomate em Goiás (área, produção e rendimento médio) em 2017 e 2018.

Produto	2017			2018		
	Área plantada e colhida (ha)**	Produção (t)*	Rend. Médio (kg/ha)	Área plantada e colhida (ha)**	Produção (t)*	Rend. Médio (kg/ha)
Tomate de mesa	672	50.000	74.405	622	52.069	83.712
Tomate industrial	15.635	1.248.088	79.827	14.538	1.316.498	90.556

Fonte: IMB (2019).[3]
* Tonelada
** Hectare

Ademais, o tomate de mesa também desempenha um importante papel no mercado para consumo *in natura*, não somente em Goiás, mas, para outros estados também, pois tomando como base dados ora divulgados pelas Centrais de Abastecimento de Goiás S/A (CEASA-GO) por meio de sua análise conjuntural de 2017, ela destaca que os três principais produtos comercializados no ano de referência foram: o tomate, a batata e a cebola, destes, o tomate ocupou o primeiro lugar no ranking com uma quantidade vendida de 106.894,95 toneladas (t), representando 11,40% da somatória de todos os produtos. A participação do estado na oferta desse produto foi de 80%, destacando-se os municípios goianos de Goianápolis, Leopoldo de Bulhões, Anápolis, Corumbá de Goiás, Pirenópolis, Ouro Verde de Goiás e Bonfinópolis. Em termos de oferta de tomate, Goianápolis ficou em primeiro lugar, correspondendo a 10,58% da oferta do Estado (CEASA-GO, 2019).

O município de Goianápolis está localizado dentro da Zona Fisiográfica, pertencente a Região Geoeconômica de Brasília e Região Metropolitana de Goiânia (GOIANÁPOLIS, 2019), localiza-se à 33 km de distância da capital do estado (IMB, 2019). Sua população, segundo o censo demográfico de 2010 foi de 10.695 habitantes com estimativa para 2018 de 11.239 habitantes (IBGE, 2019), o município integra a Microrregião 010 (Figura 01).

[3] Dados extraídos da planilha com os principais produtos agrícolas divulgados na publicação do Instituto Mauro Borges / SEGPLAN-GO / Gerência de Sistematização e Disseminação de Informações Socioeconômicas – 2018.

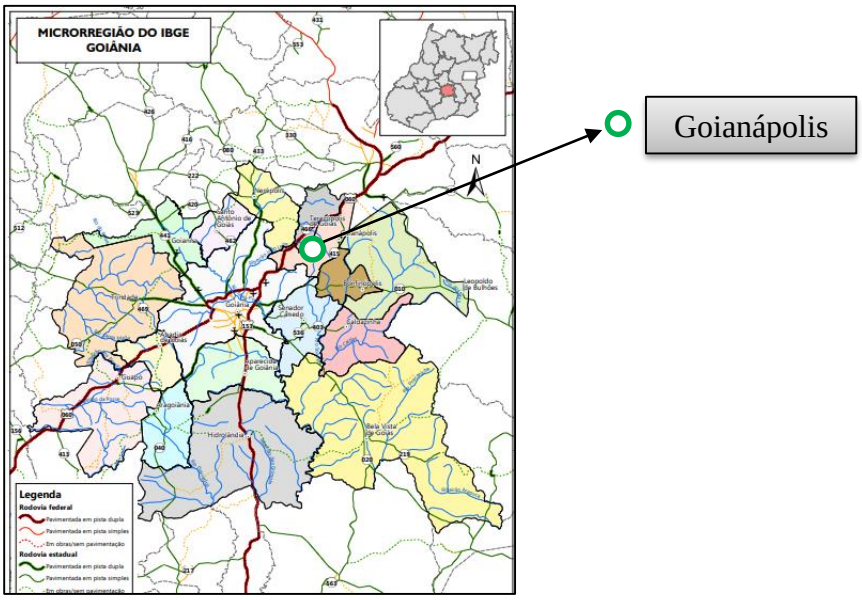


Figura 01 - Mapa da Microrregião (MR) 010
Fonte: IMB, (2018).

O motivo da escolha do município de Goianápolis - GO para realização desta pesquisa foi, primeiramente, pelo que ele representa como importante produtor de tomate. De acordo com os dados do IMB (2019), os resultados demostraram que nos últimos 03 anos, a produção de tomate no município vem crescendo, em 2015, a produção foi de 7.380 (t), em 2016, essa produção teve um salto passando para 14.800 (t) e no ano de 2017, sua produção total foi de 15.250 (t) e, neste último, em uma área de 170 hectares (IMB, 2019).

Foi também utilizado como critério para escolha do município, as condições favoráveis de acesso do pesquisador durante a coleta de dados por meio de questionário aplicado aos produtores na fase de pesquisa de campo.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Após compreendermos a relevância desta cultura é importante ressaltar as características que diferenciam os dois segmentos e dão origem à duas cadeias produtivas bastante distintas, desde a forma de produção, dos processos, da distribuição e das diversas ações necessárias até chegar ao seu destino final (consumidor).

A respeito da cadeia produtiva, no caso específico em estudo, do tomate de mesa, deve-se visualizar que a produção agrícola faz parte de um sistema onde se considera as atividades situadas a montante e a jusante dessa produção, onde os agentes que atuam neste mercado estão em constante interação, seja comprando, vendendo ou distribuindo produtos e prestando

serviços de apoio. Esta cadeia tem como característica marcante a heterogeneidade tanto na produção quanto na destinação aos diversos mercados.

A análise da Economia dos Custos de Transação (ECT) e dos Canais de Distribuição (CD) constitui-se num campo de estudo bastante apropriado da produção de tomate de mesa em Goianápolis – GO. Pois, grande parte dos produtores (elo de uma cadeia produtiva) envolvidos nas transações de comercialização e distribuição de sua produção desconhecem ou não percebem os custos que decorrem destas transações.

Para minimização desses custos é necessário que haja coordenação entre os agentes envolvidos. Essa coordenação, por sua vez, resulta na criação de estruturas de governança, naturalmente, por iniciativa dos agentes que detenham maior poder de barganha e organização.

Percebe-se que para alcançar um nível de competitividade é fundamental que haja uma coordenação dentro do sistema produtivo onde os agentes busquem uma estrutura de governança que seja capaz de reduzir os custos de transação, sendo a transação, o principal aspecto para determinação da estrutura.

Outro fator que impacta no custo final do produto, são os CD, também conhecido como canal de marketing, visto que são responsáveis por levar o produto até o consumidor final. Esses canais envolvem a decisão pela adoção da escolha daquele que for mais adequado. De acordo com Batalha *et al.* (2005), o canal de distribuição, ou seja, o sistema distributivo, além de aumentar a eficiência e eficácia reduz perdas e agrega valor aos produtos. Dentre as opções disponíveis de canais, dependendo da análise e posterior opção por sua escolha, pode resultar em maior ou menor custo. Neste contexto, este trabalho propõe os objetivos descritos a seguir.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Analisar a governança das transações e os canais de distribuição utilizados pelos produtores do tomate de mesa de Goianápolis – GO.

1.3.2 Específicos

a) Caracterizar o perfil dos produtores e dos empreendimentos produtivos do tomate de mesa no âmbito geográfico da pesquisa;
b) Caracterizar a produção e comercialização no âmbito da pesquisa;
c) Analisar as transações e as relações de governança existentes no âmbito da região em estudo;

d) Mapear os canais de distribuição utilizados e o motivo de suas escolhas.

1.4 JUSTIFICATIVA

Pesquisas já realizadas dedicadas ao estudo do tomate, especialmente, do tomate de mesa, (FERREIRA *et al.*, 2008; REIS FILHO *et al.*, 2009; FERREIRA *et al.*, 2010; VERCONTI, 2011; BECKER *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2012; NASCIMENTO *et al.*, 2013; CARVALHO *et al.*, 2014), abordaram questões relacionadas à: qualidade; agrotóxicos; tomate convencional e orgânico; características de comercialização; viabilidade de sistema de alerta, e; viabilidade econômica e de risco.

Outros estudos (CARVALHO e CAMPOS, 2009; KOETZ *et al.*, 2010; ASSUNÇÃO *et al.*, 2013; ASSUNÇÃO e WANDER, 2014; CAMARGO FILHO e CAMARGO, 2017), estão voltados para o tomate industrial e se dedicaram a estudar aspectos econômicos e ambientais, irrigação por gotejamento, custos de produção, contratos com agroindústrias processadoras e a evolução das cadeias produtivas do tomate industrial e do tomate de mesa.

Andreuccetti *et al.* (2005), em sua pesquisa, propôs caracterizar a comercialização do tomate de mesa na CEAGESP, no entanto, com enfoque no perfil dos atacadistas. Estudos que abordem custos de transação, estrutura de governança, canais de distribuição direcionados ao tomate de mesa com enfoque no produtor, é um campo de estudo com lacunas que podem ser vigorosamente exploradas. Essa é a proposta desta pesquisa.

Ademais, partindo deste ponto, este trabalho propõe contribuir empiricamente, pois em seu contexto busca-se melhorar o entendimento e a compreensão da análise da transação da comercialização da produção e dos canais de distribuição do ponto de vista empírico.

Outro aspecto que essa pesquisa possibilitará, considerando que a cultura do tomate de mesa tem grande relevância econômica e social para o município de Goianápolis - GO, as informações e resultados decorrentes dela, podem ser explorados pelo segmento político municipal e regional numa perspectiva que venha trazer benefício mútuo aos agentes inseridos nesse mercado, em especial, aos produtores do tomate de mesa de Goianápolis – GO, seja para agregar valor ao produto ou possibilitar maior integração entre eles.

Sobretudo, contribuirá para a difusão da ciência no município e região e estará provocando, possivelmente, interesse para outras pesquisas científicas.

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, a dissertação foi organizada em cinco seções. A primeira consiste numa introdução que de forma breve apresenta um panorama e dados sobre o tomate, objetivos, geral e específicos, problema e justificativa. Em seguida, são discutidos os

aspectos teóricos necessários para a temática do estudo. A metodologia utilizada é apresentada na terceira seção. Em seguida, os resultados deste estudo são apresentados e discutidos na quarta seção e, por fim, na quinta seção são apresentadas as considerações finais acerca da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CADEIA PRODUTIVA

Cadeia produtiva ou análise de cadeia de produção também conhecido como análise de *filière*, surgiu na Escola Francesa de Organização Industrial em 1960. O conceito de *filière* (fileira = cadeia) foi aplicado ao agronegócio e embute muitos princípios e processos de interdependência e de métodos (ARAÚJO, 2010).

Nantes e Leonelli (2000), advogam que a cadeia de produção representa um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, em todos os seus segmentos, um fluxo de troca.

Para Morvan (1988), uma cadeia produtiva é representada pela sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico.

Goulart e Favero (2010), ressaltam que as cadeias produtivas são mais amplamente utilizadas por pesquisadores e escolas da área de Administração, priorizando o enfoque qualitativo do sistema de produção, beneficiamento e comercialização de determinado produto agrícola.

Para maior clareza, Albagli *et al.* (s.d.) *apud* (Araújo, 2010), descreve que, a principal característica de uma cadeia produtiva refere-se ao conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos, em ciclos de produção, distribuição e comercialização de bens e serviços. Ainda, segundo o mesmo autor, ela implica em divisão de trabalho na qual cada agente ou conjunto de agentes realiza etapa distintas do processo produtivo, não se restringindo, necessariamente, a uma mesma região ou localidade;

De acordo com Batalha e Silva (2007), a grosso modo, uma cadeia produtiva pode ser segmentada, de jusante a montante em três macros segmentos, entretanto, em muitos casos, o início e o fim de cada um, não são facilmente identificáveis. Os macros segmentos são: comercialização: são empresas responsáveis pelo contato com o cliente final da cadeia; industrialização: são empresas responsáveis pela transformação em produtos finais, e; produção de matérias-primas: são empresas responsáveis pelo fornecimento de matéria-prima destinado à produção do produto final.

Em se tratando de pequena produção, as atividades exercidas em cada macro segmento, guardadas as devidas proporções, não são diferente de uma produção em grande escala.

No entanto, mais importante do que conhecer cada segmento dentro de uma cadeia produtiva é compreender as funções e a inter-relação dos mesmos e os agentes que a compõem. Pois, somente a partir disso há maior possibilidade de êxito nas ações, atuações e intervenções dos agentes que delas participam (ARAÚJO, 2010).

Qualquer tipo de análise onde se inserem processos produtivos e envolvem organizações dos mais diversos segmentos de uma cadeia produtiva, se torna evidente a necessidade de que haja a coordenação na mesma por meio de seus atores para que seja competitiva. Por meio desse fato, percebe-se com clareza a partir das estratégias adotadas por parte dos agentes econômicos que há uma mudança tanto no ambiente institucional quanto no organizacional. Nesse aspecto, a NEI é a teoria que possibilita explicar de forma eficaz essas relações.

2.2 NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL (NEI)

A teoria clássica e neoclássica da economia defendem que o preço é margem para tudo, entretanto, a Nova Economia Institucional (NEI) resultou da evolução a partir da economia neoclássica. Ademais, a contribuição dos conceitos desta teoria, serviu para que se constituísse a espinha dorsal da NEI, feitas em particular, por Ronald Coase (1937; 1960), Douglas North (1990) e Oliver Williamson (1979; 1985; 1996). Apesar de críticas, o intuito da NEI segundo seus teóricos, não é compor uma nova teoria e sim propor uma nova maneira de perceber e analisar os fenômenos econômicos (BROUSSEAU; GLACHANT, 2008).

No estudo da NEI, a mudança institucional molda a forma como as sociedades evoluem ao longo do tempo. Ao perceber que as instituições interagem e, de certa forma, afetam o desempenho das economias no decorrer do tempo, o propósito sugerido pela NEI é fazer uma análise da natureza das instituições e quais as suas consequências para o desenvolvimento econômico.

O estudo da natureza dessas instituições serve para descrever a sua estrutura e poder explicar como o passado influencia o presente e o futuro, além de estabelecer a mudança institucional incremental e a natureza da dependência do caminho (NORTH, 1990). Sobre a importância dessa abordagem, Zylbersztajn (2017), reafirma que a nova abordagem institucional considera que as instituições importam e são suscetíveis de análise.

Essas instituições atuam em um ambiente, também denominado como regras do jogo. Essas regras podem ser formais como, leis, normas, regulamentos, etc. e informais como, códigos de comportamento, convenção de conduta, crenças, externalidades de redes, cooperativas e associações. Entendendo que as regras do jogo partem das instituições formais

e a mudança institucional só pode haver a partir da percepção e da construção mental (cognitiva) dos jogadores, como resultado, o quadro institucional, dependendo do ambiente, pode ser favorável ou não ao desenvolvimento econômico.

Conforme Williamson (1996), a NEI tem como foco principal de estudo microanalítico o ambiente, se dedicando, epecificamente, às instituições de governança (mercados, híbridos e hierarquias). Para o autor, este tipo de análise baseado na visão reducionista tem se mostrado um exitoso campo de estudo, principalmente, por enfatizar os custos de transação e considerar o contexto do ambiente institucional. Em síntese, Vian (2003) assevera que a NEI investiga circunstâncias ligadas ao ambiente institucional por meio de sua vertente sobre a ECT, que analisa os aspectos micro institucionais na busca por resolver as limitações/críticas que a economia neoclássica tem, sobretudo, a dificuldade de explicar as diferentes estratégias competitivas adotadas.

2.3 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO (ECT)

A origem da ECT teve como base e se desenvolveu a partir do artigo de Ronald Coase (1937), intitulado *"The Nature of the Firm"*. Este artigo foi um marco no processo de avanço dessa teoria onde o autor argumenta que a firma não poderia ser vista basicamente como uma função de produção, mas, também, pela relação que ocorre entre os agentes econômicos por meio de contratos interfirmas e modelos de governança internos à empresa (FAULIN; AZEVEDO, 2003).

O esforço dedicado à coleta de informações, negociação de contratos, compra de insumos à produção e venda de produtos obtidos, incorre-se em custos adicionais não contidos no preço efetivo. Esses custos, embora, não estejam incluídos na contabilidade das empresas, se constituem em custos de fato (ARAÚJO, 2018). A estes, denominamos, custos de transação.

Para Fiani (2002), os custos de transação são aqueles em que os agentes enfrentam toda vez que recorrem ao mercado, sejam eles, para negociar, redigir e garantir o cumprimento de um contrato. Enquanto que, para Arrow (1969), o custo de transação é definido como o custo de mobilizar sucessivamente o sistema econômico. Ampliando o conceito de Arrow (1969), Williamson (1985), elucida custos de transação como sendo os custos comparativos de planejar e monitorar as estruturas de governança.

Ainda de acordo com Williamson (1985), a transação é a unidade básica de análise e ela acontece quando um bem ou serviço é transferido em interface separada, podendo ser de uma organização para outra ou internamente de uma área para outra área, onde uma etapa é concluída

e uma nova se inicia. Estes custos de transação, segundo Williamson (1979), são definidos em duas categorias, sendo elas, custos *ex-ante* e custos *ex-post*. Para Ozon (2002):

- Custos *ex-ante* - são aqueles que se tem ao preparar, negociar e salvaguardar um acordo, por exemplo, levantamento de informações, garantias, etc.
- Custos *ex-post* - decorre dos ajustamentos e adaptações quando a execução de um contrato é afetada por falhas, erros, omissões e alterações inesperadas. Pois, acontecimentos futuros resultantes do comportamento dos agentes econômicos podem resultar em novos custos.

Tomando como base pesquisas empíricas de autores como: Williamson (1985; 1991), Zylbersztajn (1995), Farina *et al.* (1997), compreende-se que, os elementos que compõem a teoria da ECT são: os atributos da transação e os pressupostos comportamentais. As características do primeiro elemento são: frequência, incerteza e especificidade de ativos, enquanto que, o segundo tem sua abordagem na racionalidade limitada e no comportamento oportunista por parte dos agentes.

2.3.1 Atributos da transação e pressupostos comportamentais

Sobre esses atributos podemos entender que a frequência está associada ao número de vezes em que as transações ocorrem em determinado período de tempo (FAULIN; AZEVEDO, 2003). A incerteza refere-se a acontecimentos futuros em que os agentes não têm capacidade plena de prevê-los e, portanto, na elaboração do contrato ou acordo, possivelmente necessitarão de ajustes. A especificidade de ativo refere-se ao grau em que um ativo pode ser realocado para uso alternativo e por usuários alternados sem sacrifício do valor produtivo, ou seja, é considerado específico quando há perda de valor provocada quando o ativo é redirecionado para um outro uso (FARINA, 2000). À medida que um ativo vai se tornando especializado, o risco tende a aumentar, bem como, o surgimento dos problemas de adaptação e, portanto, maiores se tornam os custos de transação envolvidos no processo (FARINA *et al.*, 1997).

Para Williamson (1996), essa especificidade de ativo é distinguida em seis tipos, quais sejam:

1. Ativo locacional – proximidade de unidades produtivas de uma mesma cadeia pode implicar em redução de custos de transporte;

2. Ativos físicos – características específicas físicas de um ativo (produto ou serviço), destinado a determinado cliente;
3. Ativos humanos – referem-se a experiências ou conhecimento humanos, *Know-how*;
4. Ativos dedicados – destinados a atender compradores específicos o que acarreta custos em caso de quebra de contrato, visto que foram adquiridos para atender demanda particular;
5. Ativos relacionados à marca – é o montante investido em ativos intangíveis, cujo risco envolve o uso de marcas;
6. Ativos temporais – esse ativo relaciona-se ao retorno da transação no momento em que ela se processa, principalmente, quando o objeto da transação é ativo perecível.

A respeito dos pressupostos comportamentais, Goulart e Favero (2010), destacam que a racionalidade limitada refere-se à incapacidade de os participantes de um negócio de identificarem todos os fatores que influenciam a dinâmica do sistema e, principalmente, as intenções e decisões que serão tomadas pelos *stakeholders*.

Sobre essa abordagem, Simon (1962), teorizou que uma vez que os agentes não são dotados de racionalidade plena, ou seja, sua racionalidade é limitada, significa dizer que o ambiente onde os agentes se inserem é complexo e as informações ocorrem de forma assimétrica e numa relação de troca entre vendedores e compradores, os modelos mentais não conseguem prever totalmente as situações que podem mudar no ambiente e até mesmo impedir o cumprimento dos contratos, o que torna ineficiente a comercialização por meio do uso de mecanismos tradicionais.

Esse motivo, muitas vezes leva as partes envolvidas em um contrato a agir de forma oportunista em detrimento da outra parte, ou seja, não necessariamente o agente sempre agirá de forma oportunista, mas ele poderá se apropriar de alguma vantagem ou algum excedente que inicialmente não existia, decorrente de alguma informação privilegiada que a outra parte não tenha conhecimento. Nesse caso, o agente econômico busca de forma pessoal, desempenho financeiro superior por meio de exploração das oportunidades de apropriação de valor gerado em transações (SOUZA, 2002).

Fatores como estes inibem e limitam a adoção de contratos de longo prazo e, por conseguinte, todos os contratos, por natureza, são incompletos, pois não conseguem antever a situações que podem ocorrer no futuro e acabam influenciando nas transações (WILLIAMSON, 1993).

Os atributos da transação, os pressupostos comportamentais e o ambiente institucional com suas regras, sejam elas formais ou informais, funcionam como indutores na busca de uma estrutura de governança que reduza os custos de transação. A estrutura de governança é uma

matriz institucional onde os agentes econômicos adotam mecanismos que regulam adequadamente cada tipo de transação visando sempre a redução dos seus custos (WILLIAMSON, 1985). Faulin e Azevedo (2003, p. 25) corroboram com este pensamento ao afirmarem que "a ECT sugere que a coordenação do sistema produtivo deva ser feita com os agentes buscando estruturas de governança eficientes, consequentemente, aquelas que determinem menores custos de transação".

2.3.2 Estrutura de governança

Na economia dos custos de transação, a estrutura de governança se dedica em analisar e estudar as transações a partir de um enfoque microanalítico, tomando as regras gerais de uma sociedade como dadas, ou seja, em complementaridade com a corrente de ambiente institucional, a estrutura de governança tem como função principal a redução dos custos de transação (FARINA *et al.*, 1997). Ainda sobre estrutura de governança, Fiani (2002), define como sendo o conjunto de instituições e agentes envolvidos na realização da transação e na garantia de sua execução. Adicionalmente, Williamson (1979; 1991) defende a criação de estruturas de governança formadas pelas firmas, com a finalidade de reduzir os custos de transação que são gerados em decorrência das operações realizadas pelo mercado.

A melhor forma de governança é determinada em função dos pressupostos comportamentais e das características ou atributos das transações. As estruturas de governança podem ocorrer via mercado, via hierarquia e de forma híbrida ou mista (NUINTIN *et al.*, 2012), representados pelas letras *M*, *H* e *X*, respectivamente.

As estruturas de governança podem ser descritas de forma que mercado e hierarquia se encontrem em polos distintos, que em um dos extremos, o mercado *spot*[4] é, portanto, suficiente para transações simples e, no outro extremo, no caso de ativos específicos, a coordenação das decisões de investimento pode ser desejável e a apropriação combinada desses ativos pode ser eficiente, isto é, "para que haja maior controle da propriedade o agente deve buscar a integração" (KLEIN, 2000). Entre estes polos distintos, reside as formas híbridas, que são regidas por contratos e/ou acordos de várias naturezas podendo ser formais e informais (OLIVEIRA JUNIOR, 2015).

[4] O mercado spot, aquele em que as transações ocorrem em um único instante de tempo (AZEVEDO, 2010).

Com base no modelo analítico proposto por Williamson (1991), (Figura 02), a especificidade do ativo é o atributo chave sendo este representado pela letra *K*. Conforme apresentado, Faulin e Azevedo (2003, p. 27) descrevem que:

> A especificidade *k1* representa a situação em que os agentes são indiferentes entre as formas de mercado e híbrida. Da mesma forma, na especificidade *k2* os agentes são indiferentes entre as formas híbrida e hierárquica. A curva envelope, formada pela junção dos trechos das curvas de custo de mercado (entre 0 e *k1*), híbrida (entre *k1* e *k2*) e hierarquia (maior que *k2)*, representa a escolha ótima da forma organizacional para cada nível de especificidade de ativos.

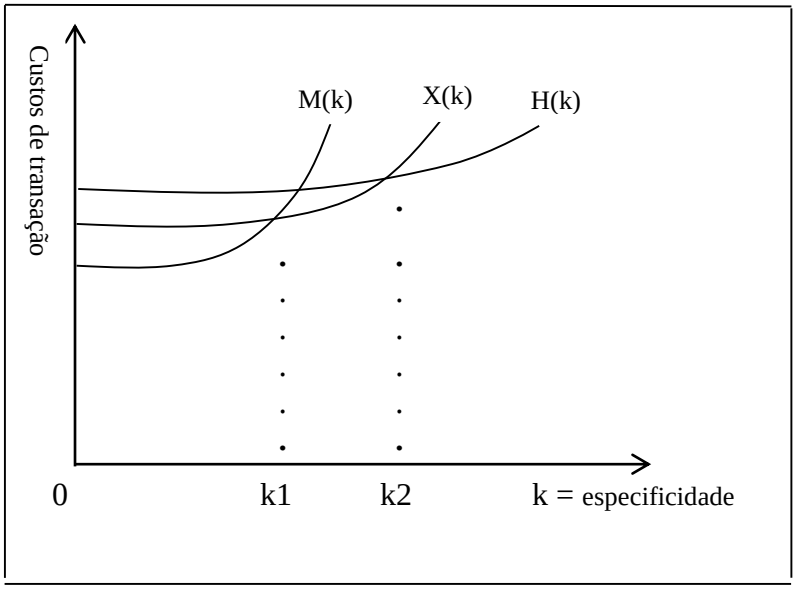


Figura 02 - Especificidade de ativos e Estruturas de Governança
Fonte: Williamson (1991).

Em relação à escolha ótima da estrutura, Williamson (1996), afirma que quanto menores forem os custos de transação, mais eficiente será a estrutura de governança adotada.

2.4 CONTRATOS

Por representar um papel central na formulação da nova teoria da firma, a análise e o estudo das relações contratuais, ou seja, dos contratos, em seus múltiplos aspectos passa a ter fundamental importância tanto no campo da Economia como do Direito (ZYLBERSZTAJN, 1995). Em mercados agrícolas, principalmente, aqueles que lidam com a pequena produção, por se caracterizar de forma atomizada, este fato, em particular, o torna diferente de mercados competitivos, como, por exemplo, de produtos *commodities*, onde o sistema de preço é o modelo adequado.

No entanto, quando nos referimos a cadeias produtivas, especialmente da agricultura com produção de pequena escala, este mecanismo passa a não ser tão eficiente quanto no caso exclusivo de produtos *commodities*, onde há o envolvimento de fornecedores de insumos diversos, grande quantidade de agricultores, canais de distribuição/comercialização, etc., são exemplo de que produtos e/ou serviços são transacionados, em sua maioria, por meio de contratos formais ou de acordos informais. Para Zylbersztajn (2005), os contratos formais são amparados pela lei, e os acordos informais são amparado por salvaguardas reputacionais e outros mecanismos sociais.

Para o acordo realizado via contratos é importante salientar que ele apresenta custos e exige salvaguardas para que as regras contratuais não venham ser quebradas. Os custos destes contratos estão associados ao seu desenho, implementação, monitoramento, e muito especialmente, custos associados à solução das disputas emergentes do descumprimento das relações contratuais estabelecidas (ZYLBERSZTAJN, 1995).

Quando não há o cumprimento de uma relação contratual estabelecida por uma das partes, seja ela integral ou mesmo parcialmente, apelar-se-á a tribunais como mecanismo que obrigue o cumprimento do contrato pela parte que o descumpriu. Sobre a apelação via judicial, Zylbersztajn (2005), relata que no caso brasileiro dois problemas são discutidos. O primeiro é o da eficiência do judiciário, que pode não corresponder com as expectativas esperada pelo agentes. O segundo é a fragilização do instituto do contrato, que adquire nova roupagem com o surgimento do conceito jurídico de “papel social do contrato”.

Para Sandri (2011), a função social do contrato possui o papel de limitar a autonomia contratual, com o objetivo precípuo de evitar que a liberdade contratual seja exercida abusivamente, garantindo, pois, o equilíbrio entre as partes.

Além da função social do contrato ele também está relacionado ao direito de propriedade que, segundo Eggertsson (1990), é definido como os direitos de usar um ativo, ou obter rendimentos para os ativos ou os direitos de transferir os ativos. Quando os ativos ou direitos são transferidos entre os agentes econômicos, há a incidência dos custos de transação.

Para Williamson (1979), estes custos podem ocorrer antes da efetuação do contrato (*ex-ante*) e após o contrato celebrado após o contrato (*ex-post*), neste incluem os custos de adaptação na medida que surgirem novas situações. Seguindo o mesmo autor, o direito contratual trata de três categorias, são elas: clássico, neoclássico e relacional.

- Clássico: neste tipo de contrato a identidade das partes de uma transação é tratado como irrelevante. Toda natureza do contrato é delimitada previamente e as soluções

restritamente prescritas de forma que as consequências são relativamente previsíveis desde o início. Sua ênfase, assim, está em regras legais e documentos formais.

- Neoclássicos: são aqueles tipos de contratos firmado de longo prazo onde não é possível antever a todas as situações e quando há um ambiente de incerteza. Primeiramente, porque as contingências necessárias não podem ser antecipadas inicialmente. Em segundo lugar, as adaptações não serão evidentes até que as circunstâncias se concretizem. Terceiro, as partes tendem a agir de forma oportunista diante das contingências. Diante do possível risco dessas ocorrências, o autor sugere três alternativas: primeiro, renunciar a transação completamente; segundo, organizar as transações não mais via mercado, mas internamente (integração), e; terceiro, relação de uma contratação diferente que preserve a negociação, mas, preveja que uma estrutura de governança possa ser criada. Neste caso, as estruturas de governança trilaterais são mais recomendadas, porque se caracteriza pelo envolvimento de uma terceira parte, que deve ter legitimidade para resolver os conflitos.

- Relacionais: este tipo de contrato é caracterizado pela consequente relação que se dá entre os agentes ao longo do tempo permitindo com que adaptações e ajustes possam ser feitos de forma contínua do acordo original.

Percebe-se que o estabelecimento de uma estrutura de governança e a adoção do tipo de contrato se relacionam com os atributos da transação. Nesta perspectiva, os contratos agem como reguladores que possibilitam a redução dos custos de transação.

2.5 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO (CD)

Os canais de distribuição também conhecido na literatura como canais de marketing é uma das quatro grandes áreas de decisão estratégica de uma organização, relativas ao seu composto mercadológico, pois, juntamente com os outros 3 P's (produto, preço e promoção) formam o que chamamos de "composto de *marketing*" ou "mix de *marketing*" (KOTLER; KELLER, 2006; MILAN; MATOS, 2011).

Na subseção 2.3 abordou-se sobre os custos advindos das transações e trocas entre os agentes que integram uma cadeia produtiva e o quanto estes devem ser considerados. Não

obstante, igual atenção deve ser dada aos canais de distribuição, uma vez que, esses canais, especialmente, no âmbito do agronegócio fazem parte do segmento “depois da porteira” (ARAÚJO, 2018). Em nível mundial, a distribuição do PIB é maior e crescente nesse segmento em comparação aos segmentos anteriores (ARAÚJO, 2018).

Os canais de distribuição são essenciais para que a produção agropecuária, após sua comercialização, possa ser distribuída aos mercados, seja para o consumo *in natura*, para processamento ou transformação nas agroindústrias. Esses canais quando operacionalizados adequadamente, atuam de forma a não permitir a falta de produtos no mercado para o suprimento das necessidades de consumo, que na maioria das vezes, utiliza-se dos recursos de transporte.

Para Goulart e Favero (2010), quando o escopo de análise se direciona para os canais de distribuição, é notável a forte exigência deste elo junto aos produtores no que tange à agregação de valor ao produto. Ainda segundo os autores, tal agregação de valor pode ocorrer pela utilização de embalagens mais seguras, práticas e atraentes aos consumidores; uniformidade da cor; tamanho; textura; sabor e demais atributos físicos e químicos dos produtos.

Os canais de distribuição são conjuntos de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilização do produto ou serviço para seu uso ou consumo, ou seja, são conjuntos de caminhos necessários para que o produto ou serviço chegue ao consumidor final (KOTLER; KELLER, 2006; STERN, 1996), que podem variar de acordo com cada produto e região, além de, demandar diferentes infraestruturas de apoio (ARAÚJO, 2018). Rosenbloom (2001), acrescenta que esses canais são organizações que criam redes de utilidades de tempo, lugar e posse para os consumidores e usuários, neste sentido, o autor assevera que consumidores disponham de produtos para usar quando e onde os quiserem. Para Las Casas (2011), são um conjunto de organizações que atuam de forma sistemática e se inter-relacionam com o objetivo de exercer determinadas funções de marketing, como transferir posse e, principalmente, distribuir produtos e serviços do produtor ao consumidor.

Os canais se inter-relacionam em forma de encadeamento e, tomando como base o modelo didático proposto por Araújo (2018) (Figura 03), podemos afirmar que todo processo de comercialização está divido em níveis.

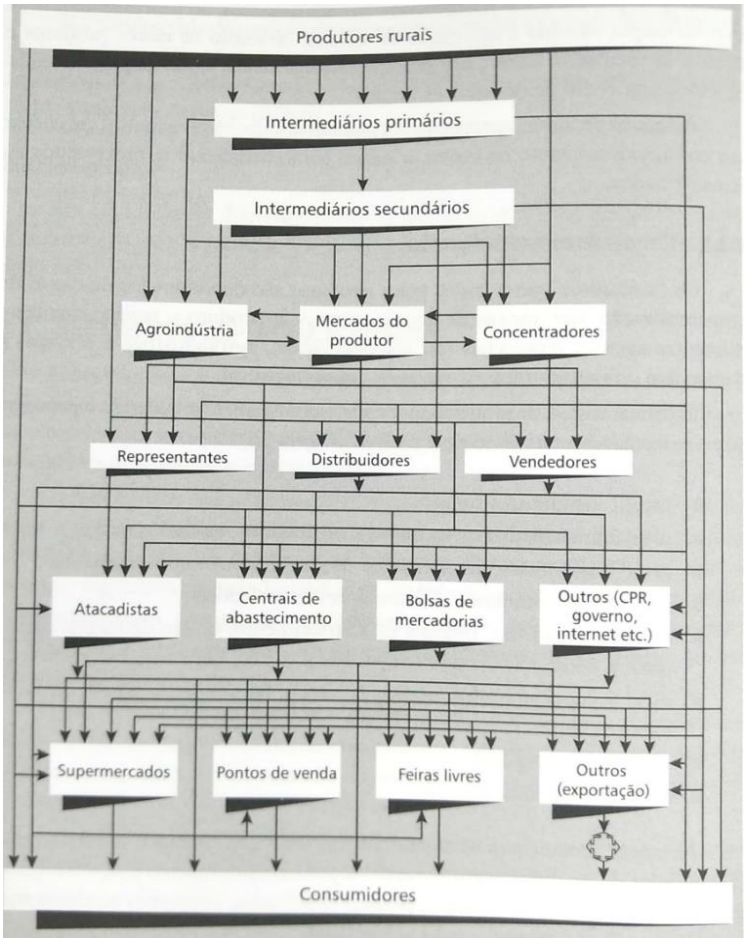


Figura 03 - Canais de comercialização em agronegócios.
Fonte: Araújo (2018, p. 81).

Em cada um desses níveis, atuam diferentes agentes, denominados de intermediários. Quando há uma mudança de nível, seja por meio da operação de compra e venda de produtos, ocorre a intermediação que, por sua vez, mesmo sem nenhum tipo de transformação ou de apresentação no produto, ocasiona a alteração de seu preço, o que chamamos de margem de comercialização (ARAÚJO, 2018).

A atuação de cada ator (agente econômico) em seus respectivos níveis, estão descritas conforme, a seguir:

- ✓ Nível 01: neste nível estão os produtores rurais;
- ✓ Nível 02: intermediários (primários, secundários, terciários, etc.);
- ✓ Nível 03: agroindústrias, mercado dos produtores e concentradores;
- ✓ Nível 04: representantes, distribuidores e revendedores;
- ✓ Nível 05: atacadistas, centrais de abastecimento, bolsas de mercadorias e outros, com: Cédula de Produto Rural (CPR), Governo, Internet, etc.;

- ✓ Nível 06: supermercados, pontos de venda, feiras livres e outros, inclusive exportação;
- ✓ Nível 07: consumidores, e;
- ✓ Nível 08: importação.

No nível 01 encontram-se os produtores rurais que, no Brasil, são numerosos (dados do Censo Agropecuário de 2017, divulgados preliminarmente, revelaram que há 5.072.152 estabelecimentos rurais) (IBGE, 2019). Os produtores podem ofertar a todos os níveis, no entanto, quando se trata de pequenos produtores (pouco organizados), predomina a venda aos intermediários. Quando aqueles são de maior porte (mais bem organizados) favorece o uso dos demais canais. Vale ressaltar, que no cenário brasileiro, há predomínio de pequena propriedade rural e, por conseguinte, do pequeno produtor.

No nível 02 encontram-se os intermediários, normalmente, são mais capitalizado em comparação ao produtor individual, detém mais informação sobre o mercado, para eles, as operações são de pouco risco, embora não haja contratos formais na compra e na venda.

No nível 03 encontram-se as agroindústrias, os mercados dos produtores e os concentradores.

As agroindústrias podem beneficiar, processar produtos adquiridos diretamente dos produtores com ou sem vínculos contratuais.

Os mercados dos produtores objetiva a adoção de infraestrutura de modo que favoreça a informação sobre a situação de mercado, busca de novos mercados com a finalidade de diminuir a ação dos intermediários. Entretanto, na prática ocorre o contrário, ou seja, a concentração destes.

No nível 04 encontram-se os representantes, distribuidores e revendedores, todos têm objetivos similares: o repasse de produtos, dos quais geralmente não são os proprietários. Eles podem comercializar em diversos pontos de comércio e ofertar em maiores quantidades.

No nível 05 encontram-se os atacadistas, centrais de abastecimento, bolsas de mercadorias, etc.

Os atacadistas são grandes empresas que compram produtos em todos os níveis anteriores e os vendem para os níveis seguintes, assumindo os ônus dessas operações.

As centrais de abastecimentos foram pensadas nos moldes dos mercados produtores com a finalidade de encurtar o canal entre produtores e consumidores, na prática, verificou-se o contrário, a concentração de intermediários.

As bolsas de mercadorias funcionam por meio dos serviços de pregão na oferta de produtos agropecuários de forma direta ou por intermédio de corretores.

No nível 06 encontram-se os segmentos para o comércio de exportação e os que estão em contato direto com os consumidores, como: os supermercados, as feiras livres, etc. Os supermercados muitas vezes atuam como intermediários em diversos pontos de vendas.

No nível 07 encontram-se os consumidores, pois são eles que assumem o papel mais importante, pois, na ótica do ofertante, o objetivo maior é o atendimento e a satisfação plena da necessidade desse mercado, de modo lucrativo. Em resumo, o produtor e o consumidor final fazem parte de todos os canais e os níveis apenas designam a sua extensão.

E, por fim, não menos importante, temos o nível 08, nele encontra-se o segmento importador, sua atuação interfere diretamente nos canais descritos nos níveis anteriores, pois percorrem caminhos similares aos produtos nacionais e de forma mais ativa a partir do nível 05.

Os canais de distribuição, por definição, se caracterizam pela relação intrínseca que existe entre os indivíduos/membros que compõem o canal (curto ou longo). Dessa relação depreendem-se duas questões importantes e, portanto, devem ser consideradas. A primeira se refere à motivação, as relações de conflitos e cooperação, quando esses aspectos são baseados na confiança a possibilidade da melhoria do desempenho favorece a diminuição dos custos e ganho de competitividade. A segunda questão, conforme Neves e Castro (2003), afirmam, a troca de canais envolve custos que muitas vezes são bastante elevados que vão desde a procura de novos canais até o estabelecimento de uma relação de confiança com os novos integrantes. Ainda sobre esta segunda questão está inserida a eficiência da transação que se dá a partir do esforço para reduzir o número de transações entre produtores e consumidores.

Como os custos dessas transações podem ser muito altos, a redução dos contatos por meio do uso de intermediários na estrutura do canal, pode se tornar, em muitos casos, absolutamente vital para uma distribuição mais econômica (ROSENBLOOM, 2001). Nesse sentido, pode-se afirmar que, geralmente, o aumento de preços está diretamente relacionado a existência de um grande número de intermediários, principalmente, quando atuam em um mesmo nível de intermediação. No mercado de hortaliças é muito frequente essa situação ocorrer. Com base nessa afirmação, compreende-se que para uma melhor otimização na cadeia produtiva e se tenha uma melhor compreensão sobre a figura do intermediário deve-se considerar seus aspectos positivos e negativos. Por isso, é importante que se faça uma análise que corrobore para decisão da escolha de uma estrutura de canal que melhor se adeque ao tipo de atividade.

Apesar de ser vista no passado como sistemas econômicos, a teoria dos canais de distribuição, numa visão contemporânea, se assemelha com a NEI quando vista numa perspectiva de um sistema social, pois pessoas estão em constante interação em diferentes instituições e organizações.

Diante deste contexto, considerando que as demandas do consumidor mudam conforme suas necessidades ao longo do tempo, se torna imprescindível que os canais de distribuição estejam em processo contínuo de aprimoramento por meio de uma coordenação eficiente não somente para a cadeia distributiva, mas para a cadeia produtiva como um todo.

3 METODOLOGIA

Este estudo teve como técnica de abordagem a pesquisa quali-quantitativa. De acordo com Diehl (2004), é qualitativa pois descreve a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos grupos, contribuir no processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos. Além da possibilidade de verificar a variabilidade dos dados e suas implicações que, por sua vez, exigem, respostas qualitativas (GÜNTHER, 2006). Também é uma pesquisa quantitativa, dado que, se caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, às mais complexas (RICHARDSON, 2015).

Em síntese, essas duas abordagens permitem que as relações sociais possam ser analisadas nos seus diferentes aspectos: a pesquisa quantitativa pode gerar questões para serem aprofundadas qualitativamente e vice versa (BRÜGGEMANN; PARPINELLI, 2008).

Foi realizada pesquisa de campo com finalidade descritiva. Para Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Quantos aos objetivos da pesquisa, ela foi exploratória e descritiva, conforme Gil (2002) ela tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses, além de buscar descrever das características de determinada população ou fenômeno.

Quanto aos meios desta pesquisa, escolheu-se como metodologia, o estudo de caso. Para Yin (2001), o estudo de caso é encarado como o delineamento mais adequado para uma investigação empírica, pois analisa um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos ou facilmente percebidos. Neste estudo, em particular, buscou-se analisar a governança da transações e os canais de distribuição utilizados pelos produtores tomate de mesa de Goianápolis – GO.

Para fundamentar esta pesquisa, primeiramente, foi necessário fazer uma revisão da literatura, também conhecido como pesquisa bibliográfica. Este tipo de pesquisa é elaborado e procura explicar um problema com base em material já publicado e inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos (CERVO *et al.*, 2007; GIL, 2010). Lima e Mioto (2007) reforçam que ela é sempre realizada para fundamentar

teoricamente o objeto de estudo, contribuindo com elementos que subsidiam a análise futura dos dados obtidos. A parte teórica serviu como base para interpretação dos significados e análise dos resultados obtidos. Para esta pesquisa, o levantamento bibliográfico teve como fundamentação teórico-metodológica os seguintes temas: Cadeia produtiva, Nova Economia Institucional (NEI), Economia dos Custos de Transação (ECT), Teoria dos Contratos (TC) e Canais de Distribuição (CD).

A coleta de dados se deu em duas fases, a primeira teve como foco a busca de dados secundários com a finalidade de coligir evidências empíricas que pudessem ser interpretadas à luz da teoria revisada, além de fundamentar e justificar a importância dessa pesquisa. Para isso, foram consultadas as bases do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Mauro Borges (IMB) e Prefeitura Municipal de Goianápolis – GO. A segunda parte (pesquisa de campo) compreendeu a coleta de dados primários com aplicação de questionário semiestruturado, com perguntas abertas e fechadas (APÊNDICE I) com os produtores de tomates de mesa de Goianápolis – GO. Nessa fase, o pesquisador utilizou de forma complementar, técnicas de observação não estruturada ou assistemática e observação não participante, técnicas estas, que me permitiram evidenciar dados não constantes no questionário.

Para uma melhor compreensão analítica, o questionário foi dividido em cinco blocos, sendo: caracterização do perfil do produtor e do empreendimento produtivo; caracterização da produção e da comercialização; análise da transação e governança, e; canais de distribuição. Esse questionário foi elaborado com base em informações previamente conhecidas junto à comunidade objeto desse estudo e adaptado do questionário elaborado por Oliveira Junior (2015), aplicado ao agricultores familiares de mandioca da Região do Vale do Araguaia – GO.

A aplicação do questionário se deu por meio de entrevistas em visitas às propriedades produtoras ou às residências dos produtores de tomate de mesa. No momento da aplicação do questionário, foi explicitado ao participante sobre a natureza da pesquisa por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (ANEXO I) para sua anuência de acordo o preconizado com a Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) nº 466, de 12 de dezembro de 2012 (BRASIL, 2012), que trata dos aspectos éticos de pesquisa envolvendo seres humanos.

A fim de identificar a população de produtores de tomate de mesa na região pesquisada, foram adotados os seguintes procedimentos: visita à Secretaria Municipal de Agricultura, à Unidade Local da EMATER, ambas em Goianápolis – GO. Foram visitadas também duas empresas com forte atuação no setor de hortifruti (HF) com o objetivo de identificar em suas

carteiras de clientes, produtores de tomate de mesa, sendo estas: “A Sementeira Produtos Agropecuários Ltda.” e “HF Produtos Agrícolas”, ambas na cidade de Goianápolis – GO. Feita essa etapa, foram identificados 42 (quarenta e dois) proprietários/produtores e/ou gerentes responsáveis por unidades produtiva de tomate de mesa.

Quanto ao procedimento utilizado para a delimitação da amostra, foi o não probabilístico, do tipo, por conveniência. Triola (2008) afirma que no processo de amostragem por conveniência simplesmente busca-se os dados onde é fácil encontrá-los. A amostra “é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.163).

Para esta pesquisa, os produtores que compõem a população (total de quarenta e dois) foram contatados via telefone, sendo convidados à participarem da pesquisa, destes, 33 concordaram em participar respondendo ao questionário, apenas 04 não aceitaram participar do projeto de pesquisa, 02 não estavam mais exercendo a atividade e 03 não participaram por não ter disponibilidade de tempo, apesar das diversas tentativas. Importante destacar que as variedades cultivadas por estes produtores são: cultivar híbrido do tipo longa vida; italiano (saladete); cereja, e; momotaro. A coleta de dados, na fase de campo, se deu durante o período compreendido entre 10 de setembro a 08 de novembro de 2018.

Os dados coletados foram organizados, transcritos e submetidos à análise por meio do programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS, versão 22). Concernente a análise e posterior interpretação, ambas foram realizadas de forma quali-quantitativa, sendo mantidas, a confidencialidade e confiabilidade dos participantes.

As ações realizadas para análise no *software*, se deu da seguinte maneira: a) primeiramente, foi realizada a estatísticas descritivas, com o objetivo de identificar a frequência de cada variável (dado) da pesquisa e interpretadas conforme as informações geradas nas saídas do SPSS. Os resultados foram dispostos em Tabelas, que continham a “frequência absoluta”, a “porcentagem %” e “porcentagem acumulada %” de cada variável de maneira individualizada; b) em um segundo momento, para uma melhor compreensão e análise, em alguns casos, o pesquisador submeteu dados para análise em tabelas de referência cruzada, também conhecida como tabelas de contingência.

Por fim, os resultados foram dispostos em forma de tabelas e figuras e, posteriormente, discutidos com inferências a partir da análise decorrentes dos mesmos, conforme descritos na seção a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados apresentados nesta sessão, baseiam-se nos dados e informações coletadas por meio de questionário semiestruturado e na forma de entrevista pessoal, além de observações feitas no decorrer da fase da pesquisa de campo. Participaram da pesquisa respondendo o questionário, 33 (trinta e três) produtores e/ou responsáveis pelo cultivo e produção do tomate de mesa.

Para melhor compreensão, os resultados foram apresentados em blocos e expostos da seguinte forma: no primeiro bloco foram apresentados aspectos relacionados às características dos produtores. Em seguida, os aspectos relacionados à unidade produtiva (terra), com a finalidade de identificar um perfil médio desses produtores e suas respectivas unidades produtivas. Com o intuito de aprofundar as questões relacionadas ao objeto dessa pesquisa, o terceiro bloco versou sobre produção e a comercialização e, por fim, o quarto e quinto bloco consistiu em apresentar aspectos relacionados aos custos de transação e aos canais de distribuição utilizados pelos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO.

Após elencar os resultados obtidos na fase da coleta de dados, os mesmos foram analisados, sistematizados e apresentados de forma contextualizada.

4.1 PERFIL DO PRODUTOR

Neste subitem são apresentados os resultados concernentes aos aspectos socioeconômicos dos produtores, na busca de compreender as atitudes e comportamentos relacionais dentro do mercado em que estão inseridos (cadeia produtiva do tomate de mesa). Inicialmente, buscou-se conhecer a condição das pessoas entrevistadas, dentre os 33 participantes da pesquisa, mais de 90% dos respondentes foram os próprios produtores e apenas 9,1% dos entrevistados foram os gerentes. Em relação a idade dos entrevistados, eles possuíam em média 43,79 anos, o que corrobora com tempo em que atuam na atividade, pois todos os entrevistados afirmaram estar há mais de 10 anos na atividade e, em alguns casos, 25 anos ou mais. Sobre o gênero dos produtores, 100% são do sexo masculino.

Quanto ao nível de escolaridade dos produtores, a Tabela 04 mostrou que, aproximadamente, 40% dos entrevistados têm apenas o Ensino Médio Completo e aproximadamente 30,3% não concluíram o Ensino Fundamental. Entre os entrevistados, 9,1% informaram ter o Ensino Superior Completo.

Tabela 04 - Grau de escolaridade dos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Ensino Médio Completo	13	39,4	39,4
Ensino Fundamental Incompleto	10	30,3	69,7
Ensino Fundamental Completo	04	12,1	81,8
Ensino Superior Completo	03	9,1	90,9
Não Alfabetizado	01	3,0	93,9
Pré-alfabetizado	01	3,0	97,0
Ensino Médio Incompleto	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere à renda bruta do produtor, tomando como parâmetro o salário mínimo nacional vigente no ano da pesquisa de R$ 954,00 (novecentos e cinquenta e quatro reais) e, considerando apenas a renda obtida com as atividades exercidas na propriedade, os resultados da Tabela 05 demostraram que 63,6% preferiram não declarar[5]. Entre os que relataram receber mais que cinco salários mínimos foram 18,2% dos entrevistados, seguido pelos que obtiveram renda entre 1,1 e 02 salários mínimo com 12,1% e, apenas 6,1% tiveram sua renda entre 2,1 e 03 salários mínimo.

Tabela 05 - Renda bruta mensal do produtor.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Prefiro não declarar	21	63,6	63,6
>Maior que 05 salários mínimos	06	18,2	81,8
Entre 1,1 e 02 salários mínimos	04	12,1	93,9
Entre 2,1 e 03 salários mínimos	02	6,1	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

A respeito da mão de obra que os entrevistados empregam na atividade da tomaticultura, em sua maioria, ela é caracterizada pela contratação de diaristas e meeiros, representando 57,6% e 33,3%, respectivamente. Apenas 6,1% afirmaram utilizar mão de obra familiar. Somente um produtor declarou utilizar mão de obra assalariada no cultivo da lavoura feita em estufa e por meeiros no cultivo em campo aberto.

Cabe ressaltar que, de forma geral, apesar de os produtores estarem na atividade há bastante tempo, a atuação do meeiro, em certa medida, compromete um maior ganho de

[5] Deste percentual, muitos declararam, de fato, não saber o quanto obtinham de renda mensal.

produtividade por gerar a obrigação de entregar ao proprietário parte da produção o que o desestimula a produzir mais, com maior esforço e tecnologia que possa refletir na melhora dessa produtividade (LEITE; ÁVILA, 2007).

Quando foram perguntados se recebiam renda externa a atividade na propriedade, com exceção de um entrevistado (recebe aposentadoria), todos afirmaram que obtêm sua renda, exclusivamente, da produção de tomate. Em seguida, foram perguntados se teriam tido acesso à algum tipo de crédito e 78,8% afirmaram não terem acessado a nenhum tipo da crédito, enquanto que, 21,2% relataram que já recorreram a crédito.

Na Tabela 06, apresenta-se o perfil escolar da família do produtor em relação aos filhos e respectivas características no contexto escolar.

Tabela 06 - Panorama da família do produtor em relação aos filhos e respectivas características do contexto escolar.

		Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Tem filhos?	Sim	31	93,9	93,9
	Não	02	6,1	100,0
Possui na família crianças ou adolescentes em idade escolar?	Sim	18	54,5	54,5
	Não	15	45,5	100,0
Se sim, estão todos matriculados e frequentes à escola?	Sim	19	57,6	57,6
	Não	14	42,4	100,0
Possui algum universitário na família (jovens entre 18 e 24 anos)?	Sim	21	63,6	63,6
	Não	12	36,4	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando foi perguntado aos produtores de tomate, se tinham filhos, 93,4% afirmaram que sim, destes 57,6% dos filhos estão matriculados e frequentando a escola. Ao observarmos este percentual, podemos inferir que é relativamente baixo, no entanto, foi considerado nesta pergunta apenas crianças e adolescentes. Sobre a questão se possuíam na família jovens universitários (entre 18 e 24 anos), 63,3% afirmaram que sim.

4.2 PERFIL DA PROPRIEDADE

Neste bloco, foram apresentadas algumas características relacionados à infraestrutura da propriedade e/ou lavoura de modo geral.

No que se refere ao fator terra, os resultados da Tabela 07 mostraram a seguinte situação:

Tabela 07 - Situação da propriedade (fator terra).

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Arrendada	21	63,6	63,6
Própria	07	21,2	84,8
Alugada	05	15,2	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

O percentual de produtores que optaram pelo arrendamento de terra foi 63,6%. Entre os entrevistados que afirmaram cultivar em terra própria, corresponde à 21,2%, e os que decidiram alugar a terra para o cultivo foi representado por 15,2% dos entrevistados.

No intuito entender o principal motivo que cada produtor considerou determinante pela opção em “alugar” ou “arrendar” terra, mais de 42% justificaram seu motivo pela necessidade de se fazer rotação de área da lavoura, pois, conforme as respostas desse grupo, quando ocorre o plantio mais que duas safras seguidas na mesma área, essa situação favorece o surgimento de pragas e doenças. Neste quesito, Carvalho e Campos (2009) corroboram por meio de sua pesquisa. Os autores buscaram analisar a situação atual (período da pesquisa) da cadeia do tomate para indústria em áreas produtoras goianas e os resultados mostraram que mais de 85% dos produtores também utilizaram terras arrendadas pelos mesmos motivos identificados na região produtora de Goianápolis – GO (pragas e doenças) e a alternativa para amenizar esses efeitos, foi a rotação de área da lavoura.

Já, os produtores que relataram que o motivo foi o fato de não possuir terra própria, foram pouco mais de 27%, enquanto que, os que responderam que o motivo seria a redução de custos, o percentual foi menor que 10%. Nessa questão, não foram consideradas as respostas dos produtores que afirmaram possuir terra própria, por questões óbvias, destes, o percentual foi de 21,2%.

Em relação ao tamanho da área da propriedade e/ou lavoura, as alternativas apresentadas foram estratificadas compreendendo o intervalo da área. Os resultados foram apresentados conforme a Tabela 08.

Tabela 08 - Tamanho da propriedade e/ou lavoura.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Entre 1,1 e 05 hectares	13	39,4	39,4
Entre 5,1 e 10 hectares	10	30,3	69,7
Mais de 20 hectares	05	15,2	84,8
Menos de 01 hectare	04	12,1	97,0
Entre 10,1 e 15 hectares	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

O tamanho da área utilizada pelos produtores, aproximadamente, 40% tem entre 1,1 e 05 hectares, seguido por 30,3% com área entre 5,1 e 10 hectares e pouco mais de 15% utilizam 20 hectares ou mais. Em relação à infraestrutura da propriedade e/ou lavoura, 54,5% tem energia elétrica, pouco mais de 21% tem internet e apenas 02 (dois) entrevistados tem estufa na propriedade que, coincidentemente, plantavam a variedade de "tomate cereja". Os demais plantavam em campo aberto, nestes, as variedades mais cultivadas foram: híbrido do tipo longa vida, italiano (saladete). Quanto ao uso da água para irrigação da lavoura, 75,8% utilizam água de represa e 12,1%, água de nascente.

Quando foram perguntados se utilizavam trator, aproximadamente, 87,9% afirmaram que sim, mas, somente no preparo do solo antes do transplantio das mudas e 12,1% disseram não fazer o uso de trator. Ainda sobre o uso de trator, a maioria dos produtores pagavam pelo serviço mediante aluguel, sendo este, computado por horas trabalhadas. Quando perguntados se utilizavam outros tipos de implementos agrícolas, 42,4% declararam que os utilizam, como, por exemplo, pulverizadores (Figura 04), bomba costal e motor estacionário e 57,6% disseram que não utilizam.

Figura 04 - Pulverizador turbo carreta *Arbus* 1000 e Moto pulverizadora.
Fonte: Resultados da pesquisa.

A respeito da principal atividade exercida pelos produtores, foi possível identificar que 97% dos entrevistados têm como principal atividade, o cultivo de tomate de mesa e as variedades cultivadas são: a cultivar híbrida do tipo longa vida; italiano (saladete); cereja, e; momotaro. Outros, em menor proporção, também cultivam pepino e pimentão. Somente 3% responderam que na entressafra cultivam, milho. Em seguida, foi perguntado sobre o percentual de área que a principal atividade ocupava em relação ao total, nota-se na Tabela 09 que, 60,6% dos entrevistados responderam que ela ocupava mais de 76%. Enquanto que, 30,3% responderam que o cultivo do tomate de mesa ocupava o estrato entre 51% e 75%.

Tabela 09 - Percentual relativo da área como principal atividade desenvolvida na propriedade.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Maior que 76%	20	60,6	60,6
Entre 51% e 75%	10	30,3	90,9
Entre 31% e 50%	02	6,1	97,0
Entre 11% e 30%	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

A soma das áreas designadas ao cultivo do tomate, somente daqueles que destinam de 51% acima, juntas representam mais de 90% dos entrevistados.

4.3 CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

A partir dos resultados da pesquisa, a abordagem deste bloco se dedicou em compreender as características da produção e da comercialização no âmbito da região pesquisada.

Quando foi perguntado sobre como era o financiamento da lavoura, nessa questão, o pesquisador adotou como base, os critérios metodológicos utilizados pelo IBGE no Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), no que tange a empréstimos, financiamentos, etc. Entre os entrevistados, apenas 02 (6,1%) produtores declararam já terem recorridos à empréstimos bancários (investimento). Os demais, (93,9%) relataram que recorrem a créditos concedidos por meio de cadastros em lojas agropecuárias (comerciantes de matéria-prima e fornecedores de insumos ou de equipamentos) em despesas de custeio, aquisição de bens de consumo imediato, adubos, agrotóxicos, etc.

Visando facilitar a análise e compreensão do leitor, no Quadro 01 é demonstrada a situação individualizada de cada produtor. Ele está estruturado da seguinte maneira: a coluna 01, refere-se ao indivíduo produtor; na 02, foi perguntado se o cultivo de tomate de mesa ocorria durante o ano inteiro ou não; a 03, diz respeito a área plantada em hectare; a 04, refere-se ao valor total (expresso em tonelada) da produção[6] citada por cada produtor entrevistado[7]; a 05 refere-se a produtividade média dada em kg/hectare, e; por fim, a 06, apresenta o custo informado por cada produtor em reais (R$) por hectare.

Considerando a proposta desta pesquisa, não foi objeto deste estudo, a investigação e discriminação de forma pormenorizada dos custos de produção da lavoura, nem analisá-los sobre como estes se conectam com levantamentos de custo do tomate para indústria que são

[6] Para chegar no valor da produção total, no caso de produtores que declararam plantar durante o ano inteiro foi calculada a produção média, considerando todas as safras cultivadas durante o ano. De acordo com os produtores, a produção de tomate de mesa é sazonal, intercalando período de produção mais elevada (estação seca do ano) com período de baixa produção (estação chuvosa). Neste, a redução da produção é acentuada, podendo chegar até 50% daquele.

[7] As unidades utilizadas pelos produtores para descrever produção e produtividade, são: caixa (22 kg) e milhar (1.000), sendo que em 01 hectare planta-se, aproximadamente, 10.000 plantas. Considerando que as unidades de base utilizada no momento da coleta de dados desta pesquisa não foram as mesmas adotada pelo Sistema Internacional de Unidades (SI) (INMETRO, 2019), os mesmos foram convertidos e apresentados em quilograma (kg), tonelada (t) e hectare (ha).

publicados por outros institutos de pesquisa, a saber: Instituto para o Fortalecimento da Agropecuária de Goiás (IFAG, 2018), Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2018), etc.

Quadro 01 - Painel demonstrativo da área plantada, produção, produtividade e custo.

01. Produtor n.º	02. Planta o ano todo? *	03. Área plantada (hectare)	04. Quantidade total da produção (toneladas)	05. Qual produtividade média (kg/hectare)?	06. Qual o custo da lavoura (R$/hectare)?
01	S	02	176	88.000	80.000,00
02	S	10	660	66.000	75.000,00
03	S	05	330	66.000	50.000,00
04	S	10	770	77.000	54.000,00
05	S	05	550	110.000	87.500,00
06	S	03	297	99.000	68.000,00
07	N	10	660	66.000	60.000,00
08	S	10	880	88.000	70.000,00
09	S	05	330	66.000	70.000,00
10	S	08	1.056	132.000	60.000,00
11	S	0,4	35,2	88.000	50.000,00
12	N	05	385	77.000	70.000,00
13	N	01	110	110.000	66.000,00
14	S	05	330	66.000	67.000,00
15	N	03	330	110.000	80.000,00
16	S	3,5	308	88.000	70.000,00
17	S	03	264	88.000	70.000,00
18	S	03	198	66.000	60.000,00
19	S	01	112,2	112.200	----
20	N	18	1.485	82.500	80.000,00
21	S	6,5	572	88.000	70.000,00
22	S	5,5	484	88.000	80.000,00
23	S	02	176	88.000	40.000,00
24	N	03	264	88.000	60.000,00
25	S	25	2.062,5	82.500	60.000,00
26	S	01	55	55.000	40.000,00
27	S	01	77	77.000	60.000,00
28	S	0,5	33	66.000	35.000,00
29	S	02	121	60.500	45.000,00
30	S	10	770	77.000	70.000,00
31	S	02	176	88.000	----
32	S	06	396	66.000	65.000,00
33	S	2,5	192,5	77.000	50.000,00
-	**-**	****TAP = 177,90**	*****TQP = 14.645,40**	******TPM = 82.320**	*******CMG = 63.306,50**

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa.
*S => Sim / N => Não.
**TAP => Total da Área Plantada.
***TQP = Total da Quantidade Produzida.
****TPM => Total da Produtividade Média.
*****CMG => Custo Médio Geral.

Os dados apresentados no Quadro 01 referentes área plantada, produção, produtividade e custo se basearam nas informações coletadas no período compreendido da pesquisa.

O produtor 19 não soube informar qual é o custo da sua produção, o mesmo, planta em estufa a variedade de tomate cereja. O produtor 31 cultiva tomate cereja, tomate momotaro (tipo saladão) e pimentão, todo esse cultivo é feito em estufa (Figura 05).

Figura 05 - Estufas e plantio de tomates.
Fonte: Resultados da pesquisa.

Em relação à produção do tomate cereja, o produtor 31 comercializa o produto embalado em bandejas, inclusive, com marca própria (Figura 06). Esse produtor também não soube informar o seu custo de produção, pois segundo o mesmo, insumos, como, por exemplo, fungicida e bactericida é aplicado tanto no tomate momotaro, no cereja e no pimentão, pelo fato do cultivo, ocorrer na mesma estufa.

Figura 06 - Tomates tipo cereja, momotaro (em caixas e bandejas para comercialização).
Fonte: Resultados da pesquisa.

Ainda em relação ao Quadro 01, a partir da observação do pesquisador, constatou-se que os produtores 26, 28 e 29 utilizavam sistema de irrigação convencional (em sulcos), considerado ultrapassado. Justamente, esses produtores apresentaram baixa produtividade em comparação aos que utilizam a tecnologia de irrigação por gotejamento. O uso da tecnologia de irrigação por gotejamento tem custo mais elevado em comparação com o sistema convencional, entretanto, sua produtividade é bem superior, além de fazer uso racional do recurso hídrico na plantação. Quanto aos sistemas de irrigação utilizados na lavoura, 90,9% dos entrevistados responderam que utilizam o método de irrigação por gotejamento e 9,1% utilizam o método de irrigação por sulcos (Figura 07).

Figura 07- Irrigação por sulco (convencional) e irrigação por gotejamento em campo aberto.
Fonte: Resultados da pesquisa.

Sobre as características do cultivo do tomate industrial e do tomate de mesa, elas se diferenciam pelo fato de o tomate de mesa exigir alguns tratos culturais específicos, como tutoramento[8] e amarrio[9]. Nesta pesquisa, concernente a forma de tutoramento utilizada pelos produtores, mais de 90% disseram que utilizavam vara de bambu (Figura 07) e pouco mais de 9,1% utilizam fitilho e arame.

Sobre o uso de tecnologia empregada na atividade, 100% dos entrevistados afirmaram que fazem uso de algum tipo de tecnologia e alguns ainda complementaram suas respostas dizendo que "sem fazer o uso seria impossível produzirem". Dentre as tecnologias que eles utilizavam, estão, o adubo químico, defensivo químico e alguns produtores, utilizam adubo orgânico (esterco) e substrato.

Quanto a aquisição de mudas para o transplantio, foi perguntado sobre a forma que eles adotavam para fazer a aquisição desta muda, 97% afirmaram que adquiriam no viveiro[10]. Do total de entrevistados, só um (01) produtor (3%) cultiva suas próprias mudas, pois o mesmo é sócio proprietário de viveiro de produção de mudas.

Quando foram perguntados se recebem ou já haviam recebido algum tipo de assistência técnica direcionado ao cultivo do tomate de mesa (Tabela 10), obteve-se os seguintes resultados:

Tabela 10 - Recebe(eu) algum tipo de assistência técnica ou curso direcionado ao cultivo do tomate de mesa.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Assistência ou consultoria particular	19	57,6	57,6
Não recebe(eu)	09	27,3	84,8
EMATER	03	9,1	93,9
Outra	02	6,1	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

Esses dados revelaram que 57,6% afirmaram que recebem ou já receberam assistência ou consultoria particular, este quesito foi, relativamente, expressivo, pois foi considerada a assistência técnica prestada pelos agrônomos das loja agropecuárias que vendiam os insumos, pois, segundo os produtores, constituía-se em custo indireto ao receberam assistência, mediante

[8] É um sistema que consiste no uso e na colocação de estacas. Existe diversos tipos de tutoramento e são fundamentais para assegurar maior qualidade do fruto (EMBRAPA, 2019).

[9] É a operação realizada com fitilho de polietileno. Tem a função de garantir a correta condução da planta (EMBRAPA, 2019).

[10] Esta aquisição se dá da seguinte forma: "o produtor fornece a semente para o viveirista e paga pelo semeio e cuidados por um período de 30 dias, quando ocorre o transplantio da muda na lavoura" (ENTREVISTADO, 2018).

aquisição de insumos. Já os que afirmaram não receberam assistência técnica, foi 27,3%. Outros 9,1% afirmaram ter recebido assistência técnica dos profissionais da EMATER, enquanto que, apenas 02 (6,1%) produtores realizavam a própria assistência, pois ambos, tinham formação em agronomia.

4.4 ANÁLISE DA TRANSAÇÃO E GOVERNANÇA

Este bloco apresentou os resultados concernente ao terceiro objetivo específico desta pesquisa. Inicialmente, foi perguntado aos produtores sobre qual mercado era destinado a produção de sua lavoura, 69,7% responderam que destinavam a CEASA – GO e 30,3% eram comercializados via intermediário[11]. Vale ressaltar, que a destinação em maior parte à CEASA – GO se deve, a priori pela característica que lhe é peculiar, a comercialização daqueles produtos mais rapidamente perecíveis, como é o caso do tomate e outras hortaliças. Ainda sobre a comercialização da produção, houve um entrevistado que comercializava sua própria produção, pois o mesmo é proprietário de uma "pedra" (ponto de comércio) dentro da CEASA – GO onde ele próprio realizava as vendas atendendo aos mercados varejistas (supermercados).

Sobre esses mercados, foi perguntado sobre características positiva e negativa percebida pelos produtores em relação a transação que realizavam nestes mercados (Tabelas 11 e 12).

Tabela 11 - Características positiva da transação.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Facilidade de acesso ao comprador	09	27,3	27,3
Garantia de recebimento	08	24,2	51,5
Preço recebido	06	18,2	69,7
Autonomia para realizar as negociações	05	15,2	84,8
Boa frequência de negociações	03	9,1	93,9
Baixo nível de exigências legais	01	3,0	97,0
Outros	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando que a maioria dos respondentes (69,7%) comercializavam via CEASA – GO, seguida pela comercialização via intermediários (30,3%), a característica mais positiva

[11] Quando os produtores se referem a figura do intermediário, eles o denominam, popularmente, de "atravessador". Em muitos casos, estes vão até a propriedade realizar a transação, no entanto, em sua maioria atuam dentro da própria CEASA – GO.

para esses mercados, segundo os produtores, foi a facilidade de acesso ao comprador com 27,3%. A segunda característica foi a garantia de recebimento pela venda com 24,2%. Isso sugere que a opção por este tipo de mercado na região pesquisada, mesmo não havendo salvaguardas para o cumprimento do acordo da transação, ele ainda se apresentava como aquele que representa menor risco de descumprimento desse acordo. O terceiro ponto considerado, foi o preço recebido (18,2%), embora, para alguns entrevistados, o preço recebido não foi visto como fator positivo, e sim, pelo contrário. Por fim, 15,2% perceberam como positivo neste mercado, a autonomia para realizar as negociações, boa frequência de negociações foi representado por 9,1% dos entrevistados e baixo nível de exigências legais e outros motivos com 3% cada.

Seguindo o mesmo critério do questionamento anterior (Tabela 11), entretanto, apresentando-lhes características consideradas negativas, sob o ponto de vista da transação com os mercados, CEASA – GO e intermediários, os resultados obtidos foram (Tabela 12):

Tabela 12 - Características negativa da transação.

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Risco de calote	17	51,5	51,5
Baixo preço	10	30,3	81,8
Falta de informações de mercado	02	6,1	87,9
Falta de autonomia nas negociações	02	6,1	93,9
Exigências legais	01	3,0	97,0
Outros	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

O risco de calote foi o fator negativo que mais se destacou ultrapassando os 50% dos entrevistados, exatamente, 51,5% dos que disseram temer vender a produção e não receber. A forma encontrada pelos entrevistados para amenizar o risco do descumprimento do acordo, está no uso do mecanismo social “boca a boca”, visto que 81,8% responderam que buscam informações sobre a reputação dos compradores com outros produtores e até com outros compradores e 18,2% declararam não buscar. Esse risco acaba sendo alto, pois 93,9% responderam que não existe nenhum tipo de contrato ou documento formal envolvido na transação, quando, no máximo, fazem-se anotações em blocos de pedido, conforme relataram dois entrevistados.

Outra característica negativa que também representou de maneira significativa foi o baixo preço recebido pela venda do produto. Quando o preço está muito baixo, muitos produtores, próximo ao término da safra, optam por não colherem mais frutos para levar ao

mercado, pois segundo eles, se torna inviável, pois sua venda não cobre os custos da mão de obra empregada na colheita e o custo do frete pago para levar o produto ao mercado. A alternativa muitas vezes adotada, porém, não tão razoável, é deixar acontecer a perda do fruto. Sobre isso, um entrevistado disse que "falta incentivo para que se tenha uma agroindústria para processar essa perda de final de safra e dos tomates que não vão ao mercado por não atenderem aos critérios de qualidade que ele demanda". Segundo o mesmo entrevistado, "uma agroindústria, além de gerar emprego, aumentaria a renda do produtor".

Por fim, outras características negativas que se destacaram nas respostas dos entrevistados foram: falta de informações de mercado e falta de autonomia nas negociações, com 6,1% cada um.

Considerando que, dentre as diversas alternativas de mercado que podem ser acessadas pelo produtor do tomate de mesa, apenas dois mercados (CEASA – GO e intermediário) foram identificados como destino da produção na região pesquisada.

Buscando compreender melhor a percepção dos produtores relacionando os fatores considerados positivos e negativos (Tabelas 11 e 12), seus dados, especificamente, foram submetidos no *software* SPSS para análise de Tabela de Referência Cruzada (Tabelas de Contingência) e os resultados obtidos estão dispostos nas Tabelas 13 e 14.

Tabela 13 - Mercado de destino X Fator positivo - Tabulação cruzada.

Fator positivo	Mercado de destino		Total %
	CEASA – GO %	Intermediário/atravessador %	
Facilidade de acesso ao comprador.	24,2	3,0	27,3
Garantia de recebimento.	15,2	9,1	24,2
Preço recebido.	12,1	6,1	18,2
Autonomia para realizar as negociações.	6,1	9,1	15,2
Baixo níveis de exigências legais.	0,0	3,0	3,0
Boa frequência de negociações.	9,1	0,0	9,1
Outros.	3,0	0,0	3,0
Total %	69,7	30,3	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

O tamanho da amostra dos produtores que comercializavam via CEASA-GO, correspondeu a 67,9%, enquanto que, os que comercializavam via intermediário representou 30,3%, do total de produtores (100%). Desta forma, foi possível visualizar como responderam de maneira individualizada nesses dois mercados, relativos a cada fator positivo que foram por eles considerados. Entre os que comercializam via CEASA – GO, prevaleceu a facilidade de

acesso ao comprador como o fator mais positivo, representando 24,2% de um total de 27,3%. Essa facilidade de acesso pode ser explicada pelo fato de que os donos do produto (tomate), muitos destes, são os próprios produtores e, o labor diário da atividade produtiva na lavoura, resulta em indisponibilidade de tempo para realizar a comercialização.

Tabela 14 - Mercado de destino X Fator negativo - Tabulação cruzada.

Fator negativo	Mercado de destino		Total %
	CEASA – GO %	Intermediário/atravessador %	
Risco de calote.	36,4	15,2	51,5
Baixo preço.	21,2	9,1	30,3
Falta de informações de mercado.	3,0	3,0	6,1
Falta de autonomia nas negociações.	6,1	0,0	6,1
Exigências legais.	3,0	0,0	3,0
Outros.	0,0	3,0	3,0
Total %	69,7	30,3	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela 14 revelou que não houve mudança significativa nesse cenário, que destoasse da percepção dos produtores, sobre o risco de calote e o baixo preço, pois, ambos fatores também se destacaram nos dois mercados (Tabela 12).

A comercialização do tomate, principalmente no período da safra e consequente aumento da oferta, somando-se a característica peculiar de perecibilidade do fruto, a comercialização ocorre com bastante frequência, em média de 04 (quatro) a 05 (cinco) dias por semana. No entanto, conforme relatado por alguns produtores, há grande número de intermediários (atravessadores) que, em muitos casos, se comportam de forma oportunista[12]. Nesse aspecto, apesar da alta frequência, ela é considerada, relativamente, de média a baixa, pois a transação com o mesmo agente (intermediário) nem sempre se repete.

Essa situação desestimula e ao mesmo tempo penaliza o produtor como importante elo da cadeia produtiva. O cenário mais confortável, ocorre quando o produtor em determinada safra faz um acordo mediante a programação de entrega de toda aquela safra, não é muito comum essa situação acontecer, mas, já ocorreu como alguns produtores relataram.

Quanto a forma e estrutura de governança deste mercado, ela se caracteriza de maneira predominante pelo mercado spot. Quanto a forma de recebimento da transação, 48,5% declararam que recebiam à vista (em dinheiro e/ou cheque) e 48,5% à prazo, no cheque. Apenas

[12] Este tipo de comportamento é denominado, popularmente, pelos produtores como “marreteiro” (termo popular).

01 produtor (3%) declarou utilizar nota promissória, mas, como não há nenhuma espécie de contrato, em suma, na região pesquisada, a transação ocorre em sua totalidade, via Mercado.

Ainda sobre esse assunto, foi perguntado aos entrevistados se já haviam resolvido alguma disputa comercial pelo meio jurídico, 15,2% responderam que sim e 84,8% nunca recorreram ao meio judicial. Dos que recorreram, afirmaram que, o máximo que puderam fazer foi protestar os cheques sem fundo, porque, em muitos casos não encontram mais o emitente, neste caso, o comprador.

Com o intuito de complementar as informações obtidas por meio do questionário durante a fase de coleta e torná-las mais clara possível, as características do atributo da transação "especificidade do ativo", fez-se o uso da técnica, pesquisa observacional assistemática, não participante, essas informações revelaram as seguintes situações, quanto aos:

Ativos locacionais – essa especificidade tem influência no custo do transporte, pois muitos não têm veículo próprio para o transporte e, ou produtor ou o comprador acabam assumindo este custo que, por sua vez é cobrado por caixa transportada podendo haver variação neste custo a depender da distância.

Ativos físicos – dentre as variedades cultivadas, como: cultivar híbrida do tipo longa vida; italiano (saladete); cereja, e; momotaro foi evidenciado que os mercados exigem algumas características específicas, como: boa aparência do fruto; coloração[13], classificação[14], etc. além de ser uma maneira de agregar valor. Conforme constatado pagam-se, prioritariamente, preços melhores pelos produtos que, obviamente, tem uma apresentação melhor e com qualidade superior, isso independe da oferta e da demanda, que influencia no preço de modo geral.

Ativos humanos – foi observado neste tipo de ativo que, em relação a experiência que o produtor adquire com o tempo de atuação na atividade, pode ser expressa em dois aspectos, quais sejam: primeiro, porque essa experiência, teoricamente, pode favorecer o maior controle e manejo dos tratos culturais necessários ao melhor rendimento e a qualidade dos frutos, e; segundo, constatou-se que quanto mais tempo o produtor lida na comercialização do produto, maior possibilidade de conhecer o mercado e os agentes que neles atuam, além dos requisitos que esse mercado demanda, ademais, possibilita o aumento da confiança mediante as relações estabelecidas com o comprador.

[13] De acordo os entrevistados a coloração se refere ou mais verde ou mais maduro, para isto, o comprador considera a distância e o tipo de mercado de destino.

[14] A classificação se refere a padronização de tamanho do fruto, o produto considerado bem classificado é aquele com características homogêneas em tamanhos grande, médio e pequeno.

Ativos dedicados – não foi observada a existência deste tipo de ativo no segmento pesquisado.

Ativos relacionados a marca – não foi observada de forma direta a existência desse tipo de ativo se considerarmos o mercado intermediário primário, entretanto, as características específicas, situadas a montante da atividade na lavoura, como, tipo e variedade da semente, muda escolhida, etc. pode ser determinante para qualidade do produto final.

Ativos temporais – apesar de a transação do tomate de mesa não ser processado mediante contrato, mas, por ser um produto altamente perecível, após colhido, deve ser logo destinado ao mercado, caso contrário, a perda em termos de quantidade e, principalmente, em qualidade pode causar prejuízos enormes. Este fato acaba por obrigar o produtor uma vez que, ao colocar sua mercadoria na carroceria de um caminhão, em alguns casos, ter de vender abaixo do que gostaria.

Quando indagados se sabiam quanto tinham de ganho (lucro) de sua lavoura, 93,9% dos produtores afirmaram não saber quanto ganhavam e apenas 6,1% sabiam informar o quanto lucravam. Segundo eles, as oscilações de preço sofre variação diária na CEASA – GO, sendo esta, a responsável pela formação do preço do produto na região.

No mercado do tomate para o consumo in natura, existem muitos fatores se apresentam como empecilho para obtenção de melhores resultados no setor, nesse sentido, foi perguntado sobre qual seria o maior desafio na transação de venda do produto (Tabela 15).

Tabela 15 - Maior desafio para a comercialização do tomate de mesa, segundo os produtores

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Oscilações no preço de venda	17	51,5	51,5
Falta de organização dos produtores	07	21,2	72,7
Concorrência	04	12,1	84,8
Impostos	02	6,1	90,9
Perecibilidade do fruto	01	3,0	93,9
Custo de distribuição	01	3,0	97,0
Outro	01	3,0	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

Para os produtores, 51,5% das respostas eles declararam o que maior desafio são as oscilações no preço de venda do tomate, eles ainda reafirmaram que as oscilações ocorrem diariamente. De modo geral, os preços de comercialização são determinados no próprio mercado, em decorrência da oferta e procura do produto (ANDREUCCETTI, 2005). O segundo

maior desafio que os produtores consideraram foi a falta de organização dos produtores, representado por 21,2% das respostas. E ainda acrescentaram dizendo que eles são “desunidos” e, portanto, trabalham de forma individualizada, ou seja, são concorrentes entre si, esse fato, acaba sendo confirmado pelas respostas dos próprios produtores como terceiro maior desafio, a concorrência (12,1%). Para 6,1%, os impostos; custo de distribuição e outros motivos, 3% cada.

4.5 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Neste bloco, foram apresentados os resultados concernente ao quarto objetivo específico, onde buscou-se conhecer as características dos canais de distribuição e mapear os canais utilizados pelos produtores pesquisados.

Inicialmente, foi perguntado se os produtores utilizavam algum meio para divulgar seu produto, 100% afirmaram que não utilizam nenhum meio para divulgá-los, pois segundo eles, não havia essa necessidade, pois já sabiam onde encontrar os compradores. Em seguida, foram interrogados sobre como era feito o contato com o comprador, 75,8% disseram que mantinham contatos via telefone, 18,2% o contato ocorria por meio de vista pessoal ao comprador e apenas 6,1%, via intermediário.

A tomaticultura, de forma geral, tem características heterogêneas em diversos aspectos, seja na produção, seja em relação ao mercado, etc. No tocante aos canais de distribuição, não é diferente, pois as ações ocorrem de forma atomizada e nem sempre existe coordenação quanto a esse tipo de serviço.

Isso acaba interferindo de forma direta e, possivelmente, dificulta a busca de uma estrutura de canal de distribuição mais competitiva. O reflexo dessa situação pode ser observado nas Tabelas 16 e 17.

Quando foram perguntados sobre quem assumia o custo pela entrega do produto, a Tabela 16 evidenciou que, 66,7% disseram que quem pagava o custo do transporte era o produtor, enquanto que, 24,2% o comprador quem assumia esses custos e outros 9,1% relataram que às vezes dependia da situação, ou seja, do combinado.

Tabela 16 - Quem assume os custos pela entrega do produto?

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Produtor	22	66,7	66,7
Comprador	08	24,2	90,9
À combinar	03	9,1	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando foram perguntados sobre o que eles (comprador e vendedor) levavam em consideração para ajustar ou estabelecer o preço do produto, considerando o local de entrega e, consequentemente, o custo desse transporte, 72,7% afirmaram que consideravam o produto entregue ao comprador, por exemplo, na CEASA – GO para aqueles que tinham a CEASA – GO como canal direto de comercialização, 27,3% consideravam o produto entregue na propriedade, no caso de venda a intermediário que vinham até a lavoura.

Tabela 17 - Composição do preço recebido pela venda da produção, considera-se:

	Frequência Absoluta	Porcentagem %	Porcentagem acumulada %
Entregue ao comprador	24	72,7	72,7
Entregue na propriedade	09	27,3	100,0
Total	33	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa.

Cruzando esses dados das Tabelas 16 e 17, foi possível perceber um paradoxo dentro desse mercado, pois a partir da análise dos resultados, 66,7% dos produtores relataram que assumem os custos pela entrega, desta maneira, observa-se que o tipo de transação, ocorre em fluxo contrário, do que se espera de uma transação “justa”, de “ganha-ganha”, onde, a situação ideal seria o agente que assume tais custos, geralmente, repassaria estes, na venda. Em contrapartida, 72,7% dos produtores afirmaram que o preço pela venda do seu produto é estabelecido quando entregue ao comprador, ou seja, essa situação denota que o comprador tem maior poder de barganha.

Essa situação fica mais cristalina, quando cruzamos esses dados, conforme demonstrado na Tabela 18.

Tabela 18 - Para acertar o preço recebido pela venda X Quem assume os custos pela entrega do produto - Tabulação cruzada.

Na formação do preço considera-se o produto:	Quem assume os custos pela entrega do produto?			Total %
	Produtor %	Comprador %	À combinar	
Entregue na propriedade	3,0	21,2	3,0	27,3
Entregue ao comprador	63,6	3,0	6,1	72,7
Total %	66,7	24,2	9,1	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Os agentes (intermediários) que atuam nas Centrais de Abastecimento exercem muita influência nos valores quanto a formação dos preços. No caso dessa pesquisa, eles são a maioria. Assim, "resta" ao segmento produtor "dentro da porteira" ser o tomador desse preço. Isso demonstra uma situação minimamente curiosa, pois quando os produtores compram insumos, normalmente perguntam "quanto vai custar" e quando vendem sua produção perguntam "quanto estão pagando no dia?" ou "quanto paga?". Estas, são situações enfrentadas em condições de oligopólio e oligopsônio (ARAÚJO, 2018).

Ainda sobre os canais de distribuição, foi indagado a respeito do meio de transporte que os produtores utilizavam para realizar a entrega da sua produção, 93,1% afirmaram utilizar caminhões e 6,1%, caminhonete.

Para melhor compreender o fluxo de um canal de distribuição, se faz necessário a adoção de um enfoque sistêmico, tanto para o seu estabelecimento, quanto para estrutura de distribuição física que dele decorre. Os canais utilizados na região pesquisada, envolvem basicamente, quatro agentes: o produtor, o atacadista[15], o intermediário e o varejista. Na Figura 08 podemos visualizar o número de níveis e fluxo dos canais praticados na distribuição do tomate de mesa de Goianápolis – GO.

[15] Tomando como referência, o modelo proposto por Araújo (2018) (Figura 03), o mercado "atacadista", está representado nesta pesquisa pela "CEASA – GO", pois ambos atuam no mesmo nível. Este canal é constituído do espaço físico necessário onde se concentra e acontece a comercialização de diferentes produtos, entre eles, o tomate der mesa.

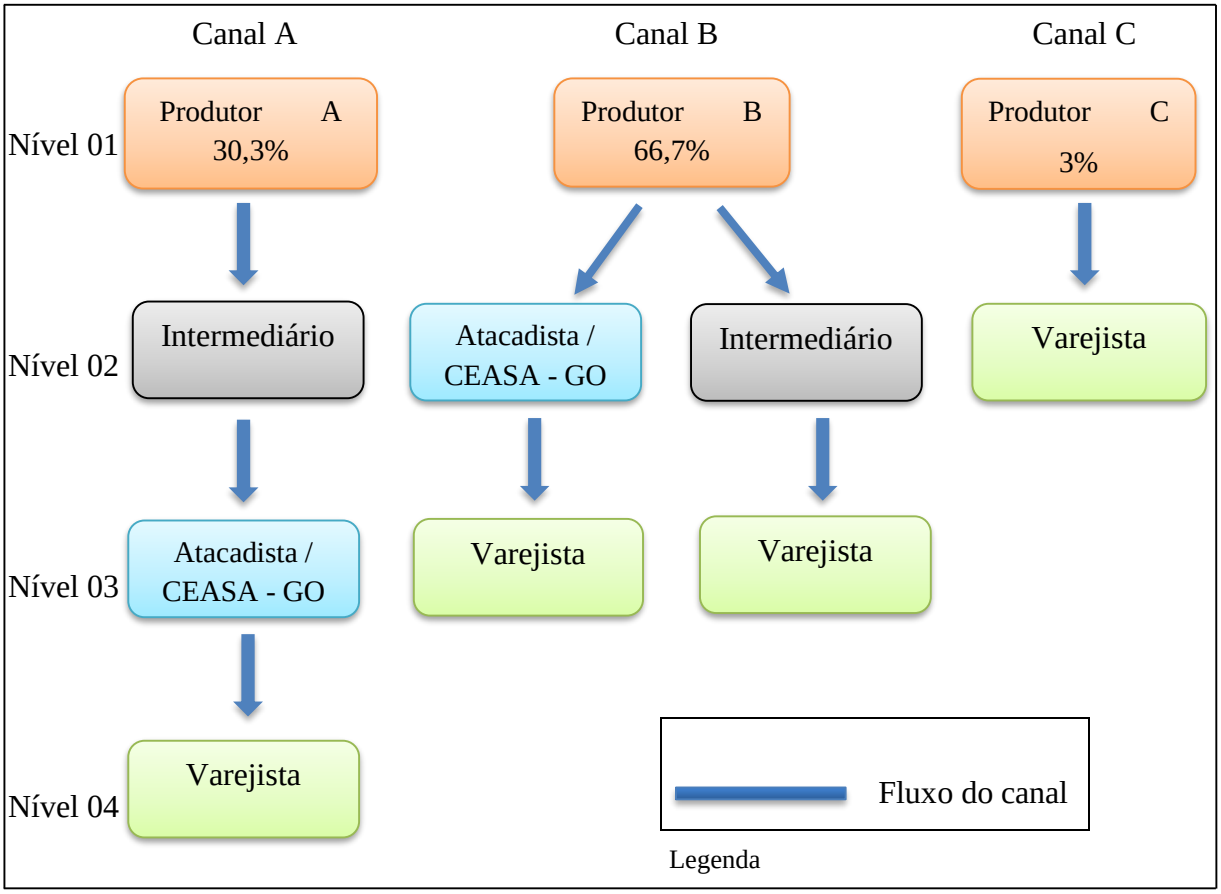


Figura 08: Número de níveis e fluxo dos canais de distribuição.
Fonte: Elaborada pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Na Figura 03, Araújo (2018) detalha as diversas possibilidades de canais que podem ser utilizadas em agronegócios, mas, é importante ressaltar que, um dos aspectos que sempre deve-se levar em consideração, são as características do produto. No caso do tomate, os canais utilizados pelos produtores de Goianápolis - GO ocorre apenas em 04 níveis, considerando o produtor como, o nível 01.

Para melhor compreensão didática sobre a Figura 08, a título de exemplificação, tomando como referência os dados da pesquisa, os produtores foram classificados em produtor A, produtor B e produtor C. O produtor A, ilustra a comercialização seguindo o fluxo do canal A. É aquele produtor que comercializa o seu produto para o intermediário, que busca na lavoura e revende na CEASA – GO, esta, por sua vez distribui ao mercado varejista (supermercados, sacolões, etc.) representado por 30,3%.

O produtor B, ilustra a comercialização seguindo o fluxo do canal B. É aquele produtor que leva sua produção para efetuar a transação de comercialização dentro da CEASA – GO, às vezes, ora esta transação ocorre com os donos de barracões (agente atacadista), ora

comercializam via intermediários que, em muitos casos, de imediato revendem aos seus clientes, o varejista. O canal B é utilizado por 66,7% dos produtores.

O produtor C, ilustra a comercialização seguindo o fluxo do canal C, diz respeito aquele produtor que comercializa sua produção transacionando de forma direta com o mercado varejista. No caso desta pesquisa, apenas um (01) produtor (3%), utiliza este tipo de canal, pois é proprietário de uma “pedra” dentro da CEASA – GO (ponto de comercialização).

A partir das informações obtidas nesta pesquisa, foi possível identificar que o canal mais utilizado pelos produtores, foi o canal B e o principal motivo, foi a facilidade de acesso ao comprador.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para esta pesquisa foram identificados 42 (quarenta e dois) produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO. Participaram, respondendo ao questionário, 33 (trinta e três) produtores. Ela teve como objetivo geral analisar a governança das transações e os canais de distribuição utilizados pelos produtores de tomate de mesa de Goianápolis – GO.

De modo geral, esta pesquisa mostrou que grande parte dos estabelecimentos produtivos (lavouras) são administradas pelos próprios donos e com vasta experiência no ramo de atuação, acima de dez anos. Em relação a renda obtida para o sustento de suas famílias, quase 100% deles dependem do cultivo do tomate.

As terras utilizadas para o cultivo do tomate de mesa são dotadas de infraestrutura mínima, pois, em maior parte, são terras alugadas ou arrendadas. Observou-se que os produtores que cultivavam em terras próprias, obviamente, mais capitalizados, em termos de área utilizadas no cultivo do tomate, na maior parte dos casos, elas eram maiores se comparados aos que cultivavam em terras arrendadas ou alugadas.

Cabe registrar que a produtividade média do tomate de mesa na região pesquisada permaneceu nos mesmos patamares da produtividade constatada e divulgada pelo IMB (vide tabela 03) para o estado de Goiás.

A estrutura de governança utilizada por este segmento é caracterizada pela comercialização via mercado. Quanto a essa comercialização, alguns produtores relataram que neste mercado as transações ocorrem sem nenhum tipo de contrato, consequentemente, existindo alto risco de calote, uma alternativa para o segmento produtor, seria a organização dos mesmos por meio de cooperativa, associação, etc. Pois a organização representativa potencializaria acesso a novos mercados e condições de maior poder de barganha nas negociações com os agentes que compõem esta cadeia produtiva.

A atuação dos agentes produtores de forma cooperada, além de favorecer nas transações de comercialização, também possibilita ganho de competividade, agregação de valor da sua mercadoria por meio da escolha e do uso adequado dos canais de distribuição.

A presente pesquisa apresentou como limitação, no que diz respeito a fase da coleta de dados, o fato do pesquisador ter tomado como verdadeira as respostas dadas pelos entrevistados a partir de suas percepções. Houve também limitações de análises metodológicas. Por fim, outra limitação se deveu ao tempo disponível para conclusão desta pesquisa, onde o pesquisador poderia ampliar o presente estudo com vistas a corroborar ou não com essa percepção por parte dos outros agentes, como: atacadistas, varejistas, etc.

Fica como sugestão de futuras pesquisas, quanto ao fato de tomar como verdadeiras as repostas dos produtores entrevistados, futuros trabalhos poderiam utilizar outras ferramentas de análise. Quanto limitações de análises metodológicas outros pesquisadores poderiam pesquisar tais aspectos, como, por exemplo, estabelecimento de grau de importância nas variáveis positivas e negativas por meio de outras técnicas. Quanto a limitação do tempo disponível para a ampliação do estudo, outros pesquisadores poderiam avançar em questões que não foram possíveis nesta e abordar outros agentes da cadeia produtiva. Sendo estes apontamentos de temas para serem aprofundados futuramente.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, P. E. V.; SPINELLI, E. M. A.; CARDOSO, J. S. Caracterização da produção de tomate-industrial no município de Morrinhos/GO: da utilização de defensivos à vantagem dos contratos. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v. 19, n. 40, p. 153-168, jan./jun. 2013.

ASSUNÇÃO P. E. V.; WANDER, A. E. Avaliação de contratos em agroindústrias processadoras de tomate em Goiás. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v. 20, n. 42, p. 91-109, jan./jun. 2014.

ANDREUCCETTI, C.; FERREIRA, M. D.; GUTIERREZ, A. S. D.; TAVARES, M. Caracterização da comercialização de tomate de mesa na CEAGESP: perfil dos atacadistas. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v.23, n.2, p.324-328, abr./jun. 2005.

ARROW, K. J. The Organization of economic activity: issues pertinent to the choice of market versus nonmarket allocation. In: **The Analysis and evaluation of public expenditure**. Cambridge: Harvard University Press, 1969.

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de Agronegócios**. – 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Fundamentos de Agronegócios**. – 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

AZEVEDO, P. F. Comercialização de produtos agroindustriais. *In*: **Gestão agroindustrial:** GEPAI: Grupos de estudos e pesquisas agroindustriais / coordenador Mário Otávio Batalha. – 3. ed. – 4. reimp. – São Paulo: Atlas, 2010.

BATALHA, M. O.; BUAINAIN, A. M.; SOUZA FILHO, H. M. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. In: BATALHA, M. O. **Gestão do Agronegócio:** textos selecionados**.** São Carlos: EdUFSCar, 2005.

_____; SILVA, A. L. da. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas. *In*: BATALHA, M. O. (organizador). **Gestão Agroindustrial**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BECKER, W. F.; MUELLER, S.; SANTOS, J. P.; WAMSER, A. F.; SUZUKI, A.; MARCUZZO, L. L. Viability of a prediction system for tomato late blight in the integrated production of tomato in Caçador, Brazil. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 29, n. 4, p. 520-525, 2011.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.** Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2013/res0466_12_12_2012.html>. Acessado em: 08 mai. 2018.

BROUSSEAU, E.; GLACHANT, J. M. **New Institutional Economics: A Guidebook.** Cambridge University Press, 2008.

BRÜGGEMANN, O. M.; PARPINELLI, M. A. Utilizando as abordagens qualitativa e quantitativa na produção do conhecimento. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, São Paulo, v. 42, n. 3, p. 563-568. 2008.

CAMARGO FILHO, W. P.; CAMARGO, F. P. Evolução das cadeias produtivas de tomate industrial e para mesa no Brasil, 1990-2016. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 50-59, jan./mar. 2017.

CARVALHO, C. R. R.; CAMPOS, F. R. Análise dos aspectos econômicos e ambientais da cadeia agroindustrial do tomate no Estado de Goiás. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 29, n. 1, p. 163-178, jan./jun. 2009.

CARVALHO, C. R. F.; PONCIANO, N. J.; SOUZA, P. M.; SOUZA, C. L. M.; SOUSA, E. F. Viabilidade econômica e de risco da produção de tomate no município de Cambuci/RJ, Brasil. **Ciência Rural**, Santa Maria, v.44, n.12, p.2293-2299, dez, 2014.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CLEMENTE, F. M. V. T.; MENDONÇA, J. L.; ALVARENGA, M. A. EMBRAPA. **Agência Embrapa de Informação Tecnológica.** Tratos Culturais. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/tomate/arvore/CONT000fa2qor2r02wx5eo01xezlshcwkfx5.html>. Acessado em: 26 jan. 2019.

COASE, R. H. The nature of the firm. **Economica**, v.4, n.16, p.386-405, 1937.

_____. The problem of social cost. **The Journal of Law e Economics**. v. 3. University of Virginia, 1960.

CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento). **Portal de Informações Agropecuárias. Observatório Agrícola. Custos de Produção.** Disponível em: <https://portaldeinformacoes.conab.gov.br/index.php/custos-de-producao-dashboard>. Acessado em: 28 jan. 2019.

DIEHL, A. A. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

EGGERTSSON, T. **Economic Behavior and Institutions**. Cambridge. Cambridge University Press. 1990. 385p.

EMBRAPA. Embrapa Hortaliças. **A cultura do tomate. Cultivares.** Disponível em: <https://www.embrapa.br/hortalicas/tomate-de-mesa/cultivares2>. Acessado em: 30 jan. 2019.

_____. **Embrapa apresenta cultivares de tomate com elevada produtividade e alto valor agregado na Afubra 2018**. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/32600557/embrapa-apresenta-cultivares-de-tomate-com-elevada-produtividade-e-alto-valor-agregado-na-afubra-2018>. Acessado em: 03 de fev. 2019.

FAO. *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. **FAOSTAT**. 2017. Disponível em: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>. Acessado em: 13 jan. 2019.

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade: mercado, Estado e organizações**. Editora Singular, São Paulo, 1997.
_____. Organização Industrial no Agribusiness. In: **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. (Organizadores). ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. Editora Pioneira, 2000.

FAULIN, E. J. F.; AZEVEDO, P. F. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.33, n.11, p. 24-37, nov. 2003.

FERREIRA, S. M. R.; QUADROS, D. A.; KARKLE, E. N. L.; LIMA, J. J.; TULLIO, L. T.; FREITAS, R. J. S. Qualidade pós-colheita do tomate de mesa convencional e orgânico. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, v. 30, n. 4, p. 858-864, out./dez. 2010.

FERREIRA, M. D.; FRANCO, A. T. O.; FERRAZ, A. C. O.; CAMARGO, G. G. T.; TAVARES, M. Qualidade do tomate de mesa em diferentes etapas, da fase de pós-colheita. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 26, n. 2, p. 231-235, 2008.

FIANI, R. Teoria dos Custos de Transação. In: KUPFLER, David; HASENCLEVER, Lia. (Organizadores). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil.** Campus, p. 267-276, 2002.

FIELD, Andy. **Descobrindo a estatística usando o SPSS**. Tradução Lorí Viali. – 2. Ed. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa.** - 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

GOIANÁPOLIS. **O município.** Disponível em: <http://www.goianapolis.go.gov.br/municipio.html>. Acessado em: 28 dez. 2017.

GOIÁS. Centrais de Abastecimento de Goiás S/A. **Análise Conjuntural 2017 Nº 42.** Disponível em: <http://www.ceasa.goias.gov.br/post/ver/145124/analise-conjuntural-anual>. Acessado em: 22 jan. 2019.

GOULART, D. F.; FAVERO, L. A. Os custos de transação como fator crítico para a competitividade: o caso da cadeia produtiva de carne caprina e ovina potiguar. *In*: 48º Congresso SOBER. 2010. **Anais.** Campo Grande – MS. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/735.pdf>. Acessado em: 30 de dezembro de 2018.

GÜNTHER, H. Pesquisa qualitativa *versus* pesquisa quantitativa. **Psicologia: teoria e prática**, Brasília, v. 22, n. 2, p. 201-210, mai./ago., 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>. Acessado em: 26 out. 2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. SIDRA. **Produção Agrícola Municipal. Tabela 5457.** 2017. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5457#resultado>. Acessado em: 25 jan. 2019.

_____. Censo Agropecuário 2017. **Resultados preliminares**. Censo agropecuário, Rio de Janeiro, v. 7, p.1-108, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3093/agro_2017_resultados_preliminares.pdf>. Acessado em: 28 jan. 2019.

IFAG - Instituto para o Fortalecimento da Agropecuária de Goiás. **Custos de produção. Estimativa de custo de produção – Tomate indústria. Outubro 2018.** Disponível em: <http://ifag.org.br/custos-de-producao?gclid=EAIaIQobChMIip6xquCT4AIVCgaRCh1ooQn3EAAYASAAEgIfpPD_BwE&start=2>. Acessado em: 23 jan. 2019.

IMB – Instituto Mauro Borges. **Estatísticas municipais (Séries Históricas)**. Disponível em: <http://www.imb.go.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=91:estat%C3%ADsticas-municipais-s%C3%A9ries-hist%C3%B3ricas&catid=30&Itemid=219>. Acessado em: 18 jan. 2019.

_____. **Estatísticas Básicas Quadrimetrais**. 2º quadrimestre de 2018. Disponível em: <http://www.imb.go.gov.br/files/docs/publicacoes/estatisticas-basicas/eb-2quadrimestre2018.pdf>. Acessado em: 22 jan. 2019.

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. **Resumo do Sistema Internacional de Unidades – SI.** Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/consumidor/pdf/Resumo_SI.pdf>. Acessado em: 10 fev. 2019

KLEIN, P. New institutional economics. **Encyclopedia of Law and Economics**. Cheltenham: Edward Elgar. 2000. v. I. 456-489

KOETZ, M.; MASCA, M. G. C. C.; CARNEIRO, L. C.; RAGAGNIN, V. A.; SENA JUNIOR, D. G.; GOMES FILHO, R. R. Caracterização agronômica e brix em frutos de tomate industrial sob irrigação por gotejamento no Sudoeste de Goiás. **Revista Brasileira de Agricultura Irrigada**, v.4, n.1, p.14-22, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing. -** 12 ed. – São Paulo – Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, A. L. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira.** – 1 ed. – 5 reimp. – São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, S. P.; ÁVILA, R. V. Reforma agrária e desenvolvimento na América Latina: rompendo com o reducionismo das abordagens economicistas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 777-805, jul./set. 2007.

LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálysis**, Florianópolis, v. 10, n. esp. p. 37-45, 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MILAN, G. S.; MATOS, J. A. R. A identificação de fontes e temas de conflitos em canais de distribuição e sua gestão: um estudo exploratório ambientado em uma empresa do setor automotivo. **REAd – Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 660-686, set./dez., 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/read/v17n3/04.pdf>. Acessado em: 28 dez. 2018.

MORVAN, Y. **Fondements d´economie industrielle**. Paris, Economica, 1988.

NANTES, J. F. D.; LEONELLI, F. C. V. A estruturação da cadeia produtiva de vegetais minimamente processados. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 3, n. 3, p.61-69, set./dez. 2000. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/507/402>. Acessado em: 18 jan. 2019.

NASCIMENTO, A. R; SOARES JÚNIOR, M. S.; CALIARI, M.; FERNANDES P. M.; RODRIGUES, J. P. M.; CARVALHO, W. T. Qualidade de tomates de mesa cultivados em sistema orgânico e convencional no estado de Goiás. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 31, p. 628-635, 2013.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. (organizadores). **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge University Press, 1990.

NUINTIN, A. A; CURI, M. A.; SANTOS, A. C. Caracterização e análise das transações resultantes da contratação de mão de obra na atividade cafeeira sob a ótica da Economia dos Custos de Transação. **Custos e @gronegócio *on line***, Recife, v. 8, n. 3, p. 70-90, jul./set. 2012. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero3v8/mdo.pdf>. Acessado em: 28 nov. 2018.

OLIVEIRA, S. L.; FERREIRA, M. D.; GUTIERREZ, A. S. D. Valoração dos atributos de qualidade do tomate de mesa: um estudo com atacadistas da CEAGESP. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 30, p. 214-219, 2012.

OLIVEIRA JÚNIOR, O. P. **Custos de transação e canais de distribuição na cadeia produtiva da mandioca**: o caso da região do Vale do Araguaia - GO. 2014.114 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio). Programa de pós-graduação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia: UFG, 2015.

OZON, R. T. **Análise da cadeia produtiva do feijão na região de União da Vitória – PR**. 121 f. Dissertação (Mestrado em Economia) Programa de pós-graduação, Universidade Federal de Santa Catarina, 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/83389>. Acessado em: 23 nov. 2018.

PARANÁ. Centrais de Abastecimento do Paraná S.A. Tomate: análise técnico-econômica e os principais indicadores da produção nos mercados mundial, brasileiro e paranaense.

Boletim Técnico 03. TOMATE: Agosto de 2017. Disponível em: <http://www.ceasa.pr.gov.br/arquivos/File/BOLETIM/Boletim_Tecnico_Tomate1.pdf>. Acessado em: 10 jan. 2019.

REIS FILHO, J. S.; MARIN, J. O. B.; FERNANDES, P. M. Os agrotóxicos na produção de tomate de mesa na região de Goianápolis, Goiás. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, Goiânia, v. 39, n. 4, p. 307-316, out./dez. 2009,

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social:** métodos e técnicas / Roberto Jerry Richardson; colaboradores José Augusto de Souza Peres... (*et al.*,). – 3. ed. – 16. reimp. - São Paulo: Atlas, 2015.

ROSENBLOOM, B. Canais de marketing e distribuição. *In*: CZINKOTA, M. R. *et al.* **Marketing: as melhores práticas.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

SANDRI, J. S. Função social do contrato. Conceito. Natureza jurídica e fundamentos. **Revista de Direito Público**, Londrina, v. 6, n. 2, p. 120-141, ago./set. 2011.

SIMON, H. The architecture of complexity. **Proceedings of the American Philosophical Society**, v. 106, p. 467-482, Dec. 1962.

SOUSA, A. A.; GRIGIO, M. L.; NASCIMENTO, C. R.; SILVA, A. C. D.; REGO, E. R.; REGO, M. M. Caracterização química e física de frutos de diferentes acessos de tomateiro em casa de vegetação. **Revista Agro@mbiente On-line**, Recife, v. 5, n. 2, p.113-118, mai./ago. 2011. Disponível em: <https://revista.ufrr.br/agroambiente/article/view/534/580>. Acessado em: 05 jan. 2019.

SOUZA, R. F. Canais de marketing, valor e estruturas de governança. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 42-53, abr./jun. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v42n2/v42n2a04>. Acessado em: 28 jan. 2019.

STERN, L. W.; EL-ANSARY A. I.; COUGHLAN, A. T. **Marketing channels**. 5 ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1996.

TRIOLA, M. F. **Introdução à Estatística.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

VERCONTI, C. V. Caracterização do padrão de comercialização de tomate de mesa nos municípios de Paranapuã e Mesópolis. **Revista Eletrônica de Agronegócio (REAGRO)**, v. 1, n. 1, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://www.fatecjales.edu.br/reagro/images/artigos/1a_edicao/volume1/agronegocio/caracterizacao-do-padrao-de-comercializacao-de-tomate-de-mesa-nos-municipios-de-paranapua-e-mesopolis.pdf>. Acessado em: 25 jan. 2019.

VIAN, C. E. F. **Agroindústria canavieira: estratégias competitivas e modernização.** Campinas-SP: Átomo, 2003.

WILLIAMSON, O. E. Transaction cost economics: the governance of contractual relations. **Journal of Law and Economics**, v.22, p.233-261, 1979.

_____. The Economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting. London: The Free Press, **Macmillan Publishers**, 1985.

_____. Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**, v.36, n.2, p.269-296, 1991.

_____. Transaction Cost Economics and Organization Theory. **Journal of Industrial and Corporate Change,** v.2, p.107-156, 1993.

_____. The mechanisms of governance. New York: **Oxford University Press**, 1996.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estrutura de governança e coordenação do agribusiness:** uma aplicação da nova economia das instituições. 1995. 238f. Tese (Livre Docência) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. Disponível em: <http://www.erudito.fea.usp.br/PortalFEA/Repositorio/616/Documentos/Tese_Livre_Docencia_DZ.pdf >. Acessado em: 18 set. 2018.

_____. Papel dos Contratos na Coordenação Agroindustrial: um olhar além dos mercados. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Rio de Janeiro, v. 43, n 3, p. 385-420, jul./set. 2005 – Impressa em setembro, 2005.

_____. Agribusiness systems analysis: origin, evolution and research perspectives. **Revista de Administração**, 52, p. 114–117, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v52n1/0080-2107-rausp-52-01-0114.pdf>. Acessado em: 14 jan. 2019.

APÊNDICE

APÊNDICE I - Questionário ao produtor de tomate de mesa

Instituição: Universidade Federal de Goiás – Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos
Responsável pela Pesquisa: Mestrando José Wellington Abreu Pereira
Orientador: Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha – Entrevista realizada em: _____/____/_____.

Condição da pessoa entrevistada:

( ) Proprietário/produtor ( ) Gerente ( ) Consultor Outro:_____.

Bloco 1 – Perfil do produtor (questões 01-13):

01. Nome: _____.

02. Idade: _____.

03. Gênero do(a) produtor (a) (responsável pela produção):

3.1 ( ) Masculino 3.2 ( ) Feminino

04. Grau de escolarização:

4.1 ( ) Não Alfabetizado
4.2 ( ) Pré Alfabetizado
4.3 ( ) Ensino Fundamental Incompleto
4.4 ( ) Ensino Fundamental Completo
4.5 ( ) Ensino Médio Incompleto
4.6 ( ) Ensino Médio Completo
4.7 ( ) Ensino Superior Incompleto
4.8 ( ) Ensino Superior Completo

05. Há quanto tempo trabalha com tomate?

5.1 ( ) menos de 01 ano
5.2 ( ) entre 01 ano e um mês a 03 anos
5.3 ( ) entre 03 anos e um mês a 05 anos
5.4 ( ) entre 05 anos e um mês a 10 anos
5.5 ( ) mais de 10 anos

06. Qual a renda bruta mensal da propriedade? (considerar o salário mínimo de R$ 954,00 considerando apenas a renda obtida com as atividades da propriedade).

6.1 ( ) prefiro não declarar
6.2 ( ) < 1 salário mínimo
6.3 ( ) entre 1,1 e 2 salários mínimos
6.4 ( ) entre 2,1 e 3 salários mínimos
6.5 ( ) entre 3,1 e 5 salários mínimos
6.6 ( ) > 5 salários mínimos

07. Que tipo de mão de obra utiliza?

7.1 ( ) familiar 7.4 ( ) meeiros

7.2 ( ) patronal 7.5 ( ) diarista

7.3 ( ) cooperada/associada 7.6 ( ) outra. Qual? _____.

08. Recebe algum tipo de renda externa à propriedade? (considerar todas as pessoas que residem na propriedade).

8.1 ( ) nenhuma 8.3 ( ) aposentadoria

8.2 ( ) bolsa família 8.4 ( ) outra. Qual? _____.

09. Já obteve acesso a algum tipo de crédito?

9.1 ( ) Sim 9.2 ( ) Não Se sim, qual? _____.

10. Tem filhos?

10.1 ( ) Sim 10.2 ( ) Não Se sim, quantos? _____.

11. Possui na família crianças ou adolescentes em idade escolar?

11.1 ( ) Sim 11.2 ( ) Não

12. Se sim, estão todos matriculados e frequentes à escola?

12.1 ( ) Sim 12.2 ( ) Não

13. Possui algum universitário na família (jovens entre 18 e 24 anos)?

13.1 ( ) Sim 13.2 ( ) Não

Bloco 02 – Perfil da propriedade (questões 14-24):

14. Situação da propriedade (terra):

14.1 ( ) própria 14.3 ( ) herança

14.2 ( ) arrendada 14.4 ( ) aluguel 14.5 ( ) outra: _____.

15. No caso de arrendamento ou aluguel de terra, qual o principal motivo para tal decisão?

15.1 ( ) rotação de área da lavoura (pragas e doenças) 15.3 ( ) redução de custos

15.2 ( ) não possui terra própria 15.4 ( ) outro _____.

16. Tamanho da propriedade:

16.1 ( ) até 1 hectare
16.2 ( ) entre 1,1 e 05 hectares
16.3 ( ) entre 5,1 e 10 hectares
16.4 ( ) entre 10,1 e 15 hectares
16.5 ( ) entre 15,1 e 20 hectares
16.6 ( ) mais de 20 hectares

Em relação a infraestrutura da propriedade?

17. Tem energia? 17.1 ( ) Sim 17.2 ( ) Não

18. Tem internet? 18.1 ( ) Sim 18.2 ( ) Não

19. Tem estufa? 19.1 ( ) Sim 19.2 ( ) Não

Outras benfeitorias _____.

20. Como é o fornecimento de água na propriedade?

20.1 ( ) nascente
20.2 ( ) represa
20.3 ( ) poço artesiano
20.4 ( ) Empresa de Saneamento de Goiás – SANEAGO S.A
20.5 ( ) outro _____.

21. Utiliza trator? 21.1 ( ) Sim 21.2 ( ) Não Obs: _____.

22. Utiliza outros implementos agrícolas?

22.1 ( ) Sim 22.2 ( ) Não Se sim, quais? _____.

23. Qual a principal atividade da propriedade? _____.

Variedades? _____.

24. Qual o percentual relativo a principal atividade desenvolvida na propriedade?

24.1 ( ) < que 10%
24.2 ( ) entre 11% e 30%
24.3 ( ) entre 31% e 50%
24.4 ( ) entre 51% e 75%
24.5 ( ) > que 76%

Bloco 03 – Caracterização da produção e comercialização (questões 25-35):

25. Como você financia sua lavoura?

25.1 ( ) recurso próprio
25.2 ( ) recurso de terceiro (empréstimo bancário)
25.3 ( ) outro _____.

26. Quantas 1000 plantas de tomate você plantou e/ou está plantando? (considerar o ano de 2018) _____.

27. Planta o ano todo? 27.1 ( ) Sim 27.2 ( ) Não

28. Qual é a produtividade (Caixa/1000 plantas)? _____.

29. Qual o custo da lavoura/1000 plantas? _____.

30. Que tipo de irrigação utiliza?
30.1 ( ) gotejamento
30.2 ( ) sulcos
30.3 ( ) outro _____.

31. Que tipo de tutoramento utiliza?
31.1 ( ) Fitilho
31.2 ( ) Vara de bambu

32. Qual o tamanho da área/hectare utilizada para o plantio de tomate de mesa? _____.

33. Emprega algum tipo de tecnologia no cultivo do tomate de mesa?
33.1 ( ) Sim. 33.2 ( ) Não
Se sim, quais?
( ) adubo químico ( ) adubo orgânico ( ) defensivo químico ( ) defensivo orgânico
( ) máquinas e/ou equipamentos ( ) sementes ou mudas geneticamente modificadas
( ) outra. Qual? _____.

34. Qual a forma utilizada para aquisição da muda para o transplantio?
34.1 ( ) cultivo próprio
34.2 ( ) adquire de terceiro (viveiro).

35. Recebe ou já recebeu algum tipo de assistência técnica ou curso direcionado ao cultivo do tomate de mesa?
35.1 ( ) não recebe(eu) 35.6 ( ) assistência cooperada ou associada

35.2 ( ) SENAR
35.3 ( ) EMATER
35.4 ( ) EMBRAPA
35.5 ( ) SEBRAE
35.7 ( ) assistência ou consultoria particular
35.8 ( ) assistência da prefeitura
35.9 ( ) Outra. Qual? _____.

Bloco 04 – Análise da transação e governança (questões 36-48):

36. Qual a destinação da sua produção?

36.1 ( ) varejo
36.2 ( ) intermediário/atravessador
36.3 ( ) CEASA
36.4 ( ) consumidor final
36.5 ( ) programas do governo (PAA/PNAE)
36.6 ( ) outro. Qual? _____.

37. Em relação a pergunta 36 qual destes, você considera como ponto mais **positivo** deste tipo de venda?

37.1 ( ) preço recebido
37.2 ( ) garantia de recebimento
37.3 ( ) facilidade de acesso ao comprador
37.4 ( ) boa frequência de negociações
37.5 ( ) baixo nível de exigências legais
37.6 ( ) autonomia para realizar as negociações
37.7 ( ) outros. Quais? _____.

38. Ainda em relação a pergunta 36, qual destes, você considera como ponto mais **negativo** deste tipo de venda?

38.1 ( ) baixo preço
38.2 ( ) risco de calote
38.3 ( ) falta de informações de mercado
38.4 ( ) dificuldade de acesso ao comprador
38.5 ( ) exigências legais
38.6 ( ) baixa frequência de negociações
38.7 ( ) alto nível de exigência por parte do comprador
38.8 ( ) falta de autonomia nas negociações
38.9 ( ) outros. Quais? _____.

39. Costuma buscar informações sobre a reputação dos compradores?

39.1 ( ) Sim 39.2 ( ) Não

Se sim, como? _____.

40. As negociações são realizadas mediante contrato ou outro documento formal?

40.1 ( ) Sim. 40.2 ( ) Não

Se sim, qual? _____.

41. Com que frequência as vendas se repetem com o mesmo parceiro?

41.1 ( ) semanalmente (quantas vezes?) _____. 41.3 ( ) semestralmente

41.2 ( ) mensalmente 41.4 ( ) anualmente

42. Qual a forma de recebimento?

42.1 ( ) à vista (em dinheiro e/ou cheque) 42.3 ( ) à prazo (promissória)

42.2 ( ) à prazo (cheque) 42.4 ( ) outro. Qual? _____.

43. Sabe informar quanto ganha por caixa ou tonelada produzida?

43.1 ( ) Sim. 43.2 ( ) Não

Se sim, quanto? _____.

44. Existe ou existiu alguma restrição ou exigência por parte dos compradores?

44.1 ( ) Sim. 44.2 ( ) Não

Se sim, quais?

( ) tamanho ou aparência do fruto ( ) variedade específica

( ) frequência das negociações ( ) coloração

( ) distância ao local de entrega ( ) outro? Qual? _____.

45. Recebe a mais ou a menos por alguma qualidade do produto?

45.1 ( ) Sim 45 .2 ( ) Não

Se sim, quanto recebe a mais ou a menos? _____.

46. Já precisou resolver alguma disputa comercial através de meio jurídico?

46.1 ( ) Sim 46.2 ( ) Não

Se sim, poderia relatar?

_____

_____.

47. Qual é o maior desafio para a comercialização do tomate de mesa?

47.1 ( ) perecibilidade do fruto 47.6 ( ) concorrência

47.2 ( ) custo de distribuição 47.7 ( ) oscilações no preço de venda

47.3 ( ) acesso a mercados
47.4 ( ) impostos
47.5 ( ) legislação
47.8 ( ) falta de organização dos produtores
47.9 ( ) outro. Qual? _____.

Bloco 05 – Canais de distribuição (questões 48-52):

48. Utiliza algum meio de divulgação para seu produto?

48.1 ( ) Sim 48.2 ( ) Não

Se sim, qual? _____.

49. Como é feito o contato com o comprador?

49.1 ( ) via telefone
49.2 ( ) via internet
49.3 ( ) via intermediário
49.4 ( ) visita pessoal ao comprador
49.5 ( ) por indicação
49.6 ( ) outro. Qual? _____.

50. De modo geral, quem assume os custos pela entrega do produto?

50.1 ( ) produtor
50.2 ( ) comprador
50.3 ( ) à combinar

51. Para acertar o preço recebido pela venda da produção considera-se:

51.1 ( ) entregue na propriedade
51.2 ( ) entregue ao comprador

52. Que meio é utilizado para a entrega?

52.1 ( ) caminhão
52.2 ( ) caminhoneta
52.3 ( ) carro de passeio
52.4 ( ) outro. Qual? _____.

Universidade Federal de Goiás/Escola de Agronomia
Programa de Pós-Graduação em Agronegócio
Setor de Desenvolvimento Rural

ANEXOS

ANEXO I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você/Sr./Sra. está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) da pesquisa intitulada "**Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: o caso dos produtores de Goianápolis - GO**". Meu nome é **José Wellington Abreu Pereira** e sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Ciências Sociais Aplicadas. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está impresso em duas vias, sendo que uma delas é sua e a outra pertence ao(à) pesquisador(a) responsável. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado(a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas *sobre a pesquisa* poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável via e-mail: jose.wellington@ifto.edu.br ou pelos telefones: (63) 9 8481-8436 (OI) (whatsapp) ou (62) 9 8629-9349 (OI), inclusive, podendo fazer ligação a cobrar. No caso de dúvidas *sobre os seus direitos* como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás, pelo telefone (62) 3521-1215.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

A pesquisa intitulada "**Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: o caso dos produtores de Goianápolis - GO**", sob a hipótese que há elevados custos de transação na comercialização da produção, se justifica pois envolve a decisão pela opção do canal de distribuição que seja mais adequado e na identificação de uma estrutura de governança eficiente, o que, consequentemente, proporcionará a redução dos custos de transação. Esta pesquisa tem como objetivo caracterizar o perfil do produtor e da propriedade; caracterizar a produção e a comercialização, e; analisar a transação e governança,

além de mapear os canais de distribuição utilizados pelos produtores de tomate de mesa de Goianápolis, estado de Goiás.

Após a coleta dos dados secundários, se dará a coleta de dados primários, objeto deste TCLE e se dará com aplicação de questionário semiestruturado, com perguntas abertas e fechadas concernente o tema em estudo a fim de responder o objetivo proposto. A aplicação do questionário ocorrerá por meio de entrevistas com visitas do pesquisador às propriedades, as entrevistas serão gravadas para maior segurança das partes envolvidas e para posterior necessidade de revisão das informações, além de registros fotográficos quando julgados relevantes para a pesquisa. Diante disso:

( ) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa;

( ) Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

A sua participação é voluntária e terá o direito de não responder alguma pergunta que lhe cause constrangimento e o direito de pleitear indenização em caso de danos (imediatos ou futuros), além de ser ressarcido por algum gasto advindo da pesquisa. No caso de recusa a alguma pergunta, este fato não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pelo pesquisador.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e na divulgação dos resultados, será assegurado o sigilo de sua participação. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão, além de não ser identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo.

Os dados coletados se constituirão em um banco de dados pessoal do pesquisador, visando a possível execução de investigações futuras, no sentido de realizar possíveis comparações de respostas em relação a situação atual e a situação futura. Neste caso, a pesquisa será submetida novamente para aprovação do CEP institucional e, quando for o caso, à CONEP. Os resultados da possível pesquisa futura serão tornados públicos, sejam eles favoráveis ou não, e publicados em periódicos acadêmicos. Neste sentido, pede-se o deferimento do participante:

( ) Declaro ciência de que os meus dados coletados podem ser relevantes em pesquisas futuras e, portanto, autorizo a guarda do material em banco de dados.

( ) Declaro ciência de que os meus dados coletados podem ser relevantes em pesquisas futuras, mas não autorizo a guarda do material em banco de dados.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, ..., inscrito(a) sob o RG/ CPF....., abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado “Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: o caso dos produtores de Goianápolis – GO”. Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado e esclarecido pelo pesquisador responsável José Wellington Abreu Pereira sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

Para finalizar, gostaria de ressaltar que sua participação é fundamental para esta pesquisa.

Antecipo meus agradecimentos pela gentileza e colaboração.

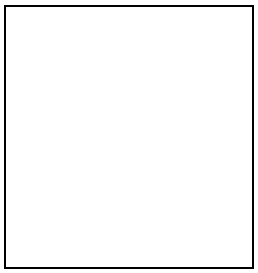
Goiânia, ... de ..... de .....

_____

Assinatura por extenso do(a) entrevistado(a)

_____

Assinatura por extenso do pesquisador responsável



Polegar direito
Assinatura datiloscópica do(a) participante

Testemunhas em caso de assinatura datiloscópica:

_____

_____

ANEXO II - Parecer consubstanciado do CEP

UFG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Plataforma Brasil

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Análise de governança das transações e canais de distribuição na cadeia produtiva do tomate de mesa: o caso dos produtores de Goianápolis - GO

Pesquisador: JOSE WELLINGTON ABREU PEREIRA

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 94130518.3.0000.5083

Instituição Proponente: Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 2.874.819

Apresentação do Projeto:

A presente pesquisa será conduzido pelo mestrando José Wellington Abreu Pereira sob orientação do Prof. Dr. Cleyzer Adrian da Cunha. O projeto é um estudo para elucidar a cadeia produtiva do tomate de mesa de Goianápolis – GO, com enfoque nos custos de transação e nos canais de distribuição utilizados pelos produtores tendo como foco de análise o elo produtor. Sob a hipótese de que há elevados custos de transação na comercialização da produção do tomate de mesa no mercado em que estão inseridos. A

Endereço: Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2 - Agência UFG de Inovação
Bairro: Campus Samambaia, UFG **CEP:** 74.690-970
UF: GO **Município:** GOIANIA
Telefone: (62)3521-1215 **Fax:** (62)3521-1163 **E-mail:** cep.prpi.ufg@gmail.com

UFG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Plataforma Brasil

Situação do Parecer:
Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:
Não

GOIANIA, 05 de Setembro de 2018

Assinado por:
João Batista de Souza
(Coordenador)