

PRODUÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR: um estudo de caso acerca da olericultura em Almas - TO

Sandra E.S. de Carvalho (IC),^{1*} Wemerson O. Sá (IC),¹ Gabriel M. Santos (PQ),¹ Maria R.T. da Rocha (PQ),¹ Angela M.J. Oliveira (PQ),¹ Ana F.C. Pires (PQ).¹

gabriel.ms@unitins.br; erickjhon348@gmail.com

¹Universidade Estadual do Tocantins, UNITINS;

Palavras Chave: *Produção Agrícola; Olericultura; Custo*

Introdução

A produção olerícola trata da exploração de oleráceas e/ou hortaliças (Figueira 2007). Considerando o aumento da demanda por alimentos cada vez mais saudáveis, naturais e cultivados em sistemas de produção sustentáveis, estes cultivares têm ganhado espaço nas unidades agrícolas familiares. Também é considerada como alternativa para diversificação da produção e fonte de renda para os agricultores familiares. É desta perspectiva que este estudo foca na produção de olericulturas na cidade de Almas - TO.

Metodologia

O presente trabalho utilizou-se do estudo de caso descritivo e qualitativo que serve para quando se quer investigar algo empírico no qual se envolve um fenômeno contemporâneo dentro do contexto da vida real (Yin, 2005). A operacionalização foi conduzida por meio de uma visita técnica, no mês de abril de 2022, à Horta Cheiro Verde localizada na cidade de Almas -TO e entrevista realizada com o proprietário.

Resultados e Discussão

A Unidade de Produção estudada está localizada no município de Almas – TO em uma área de aproximadamente 1 hectare. A produção é feita por meio da hidroponia que diz respeito ao cultivo das plantas sem utilização do solo. A mesma é realizada por meio da administração de substâncias nutritivas necessárias para o desenvolvimento das plantas. Os principais produtos cultivados são: alface, coentro, couve, rúcula, salsa, quiabo, jiló, abóbora, cebolinha, pepino e tomate cereja. O principal produto comercializado é a salsa, também conhecida como cheiro verde, que dá nome à horta. Na comercialização os preços são definidos com base nos custos de produção (insumos e mão de obra) mas sem utilização de nenhum tipo de marketing. O capital utilizado para custear tais meios foi obtido por meio de financiamento, o entrevistado classificou os investimentos feitos na propriedade como sendo medianos, e demonstrou que tinha interesse em um novo financiamento para investir ainda mais na propriedade. Um ponto a ser destacado, em relação a custos, é que a propriedade conta com um poço artesiano, de onde é retirada a água utilizada na

produção, e também placas solares, responsáveis por fornecer a energia gasta na propriedade.



Figura 1. Horta Cheiro Verde (2022).

Entende-se que o investimento foi assertivo, por parte do proprietário, pois reduz de uma maneira eficiente, os custos, além de ser uma energia limpa e renovável, evidenciando que a propriedade também assume responsabilidades, e é consciente, perante o meio ambiente. Conclui-se que o marketing da propriedade não é eficiente, não tem marca registrada e as práticas sustentáveis sustentáveis não estão sendo utilizadas na publicização dos seus produtos. A Horta Cheiro Verde tem um potencial de crescimento por se utilizar de inovações na produção. Sugere-se que registre a marca Horta Cheiro Verde no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI; um plano de marketing; e, buscar assessoramento contábil. Por fim, a pesquisa demonstra a importância da olericultura principalmente pela demanda exigida pela sociedade.

Agradecimentos

Agradecemos a Unitins, docentes e discentes do curso de Ciências Contábeis do câmpus Dianópolis Também agradecemos o site <https://norteagropecuario.com.br>, e a Horta Cheiro Verde.

Referências

- 1 CREPALDI, A. S. **Contabilidade rural: uma abordagem decisorial**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
2. FILGUEIRA, Fernando Antonio Reis. **Novo manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. ed. Viçosa, MG: Ufv, 2007.
3. Yin, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ZANIN, Diones Fernnades. **Contabilidade de agronegócios**. Curitiba: Contentus, 2020.