



## DESEMPENHO LOGÍSTICO DO FEIJÃO NA CADEIA AGROALIMENTAR

**Menigui Spanevello Dalcin**<sup>1</sup>  
**Luciana Fagundes Christofari**<sup>2</sup>  
**Luís Eduardo Carvalho Noskoski**<sup>3</sup>  
**Mariana Assis Borges**<sup>4</sup>  
**Mariana Juliani da Silva Portal**<sup>5</sup>

**Resumo:** Com base na importância dos transportes na distribuição dos alimentos, o propósito desta pesquisa foi analisar a origem das marcas de feijão comercializadas no estado do Rio Grande do Sul. Para isso, foram realizadas visitas a 34 supermercados no município de Santa Maria, mensurando a distância que o produto percorre desde sua origem até o ponto de venda. Os principais achados da pesquisa destacam a predominância das marcas da região, demonstrando a valorização local. Conclui-se que os resultados obtidos podem servir como base para estratégias de marketing e políticas públicas voltadas para o fortalecimento da produção e comércio.

**Palavras-chave:** Feijão, Supermercados, Transportes.

### 1 INTRODUÇÃO

Anos de pesquisas focadas no desenvolvimento de sementes e insumos, adaptados às características do território brasileiro, levaram ao crescimento contínuo do setor agropecuário. Este crescimento reflete-se, por exemplo, na exportação e no produto interno bruto (PIB) do país. Em virtude da elevada capacidade de produção e das condições do mercado, tornou-se imprescindível o controle e rotatividade dos produtos para a população, visando garantir a qualidade dos alimentos. Logo, dado o vasto tamanho do Brasil, é crucial que as operações logísticas atinjam um desempenho ideal, apoiado por uma infraestrutura que facilite o fluxo eficiente nos transportes (OLIVEIRA et al., 2021).

Não obstante, o crescimento dos países em desenvolvimento e das regiões vizinhas é

<sup>1</sup> Menigui Spanevello Dalcin, Mestranda em Agronegócios na UFSM/ PM, menispanevelloalcalin@gmail.com.

<sup>2</sup> Luciana Fagundes Christofari, Docente na UFSM/PM, luciana\_christofari@ufsm.br.

<sup>3</sup> Luís Eduardo Carvalho Noskoski, Mestrando em Agronegócios na UFSM/ PM, luiseduardocnoskoski@gmail.com.

<sup>4</sup> Mariana Assis Borges, Mestranda em Agronegócios na UFSM/ PM, aborges.mari@gmail.com.

<sup>5</sup> Mariana Juliani da Silva Portal, Mestranda em Agronegócios na UFSM/ PM, mariana-juliani@hotmail.com.



dificultado por ineficiências na gestão da cadeia de abastecimento, assim como por desafios com a conectividade e a gestão das redes de transporte. Sob essa perspectiva, há o impedimento da concretização das vantagens que advêm de cadeias de valor globais integradas e eficientes (CARLUCCI et al., 2021).

Uma das culturas agrícolas brasileiras que dispõem de especificidades que dificultam a aplicação de instrumentos de subvenção ao escoamento e de formação de estoques é o feijão. O comércio mundial do grão é restrito, já que ele não é amplamente consumido no mundo todo. No Brasil, a produção de feijão segue pari passu o consumo, muitas vezes sendo necessária a complementação da oferta interna, especialmente de feijão preto por meio das importações. Não há, portanto, estoques de passagem. Estes quando existem, geralmente, não são suficientes (TEIXEIRA, 2020).

O desempenho logístico influencia na coordenação de cadeia de suprimentos, no planejamento do estoque de alimentos, nos custos operacionais, nos padrões de qualidade e por fim na sustentabilidade. O objetivo deste estudo é analisar o local de origem das marcas de feijão comercializadas em supermercados locais, regionais e transnacionais.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia empregada no estudo foi à qualitativa, que, de acordo com Creswell (2021), busca compreender profundamente fenômenos sociais e culturais e tem como objetivo obter informações abrangentes e detalhadas sobre o tema estudado.

A coleta de dados foi realizada entre os meses de X e Y, durante os quais foram feitas visitas a 34 supermercados na cidade de Santa Maria, situada na região central do Rio Grande do Sul. Durante essas visitas, foi documentada a origem das diversas marcas de feijão e a distância que cada produto percorreu desde sua origem até os pontos de venda.

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Identificou-se uma grande variedade de marcas de feijão oriundas de muitos municípios do Rio Grande do Sul, evidenciando uma grande diversificação.



### 3.1 Supermercados locais

Houve a participação de 13 supermercados, onde foram encontradas 8 marcas de feijão. Verificou-se a predominância das marcas embaladas em uma unidade agroindustrial da região, em virtude de que um dos principais centros de empacotamento e distribuição de feijão está localizado no município de Faxinal do Soturno, situado a aproximadamente 50 km de Santa Maria. Assim, reduzindo o custo de transporte, bem como, movimentando a economia local.

Em relação a outras marcas provenientes de outras regiões do Rio Grande do Sul, verificou-se uma marca da Região de Frederico Westphalen (Noroeste), uma marca de Camaquã (Região Sul) e duas marcas oriundas de municípios da Região da Grande Porto Alegre.

Somente uma é originada de fora do estado, sendo essa da cidade de Castro no estado do Paraná. Um dos fatores para a compra deste feijão que fica a mais de 836 km de Santa Maria pode estar relacionada ao preço competitivo para a aquisição perante as demais marcas locais. A competitividade em preço está relacionada à grande escala de produção o que facilita a comprado grão.

Gráfico 1: Distância média da origem das marcas de feijão até o supermercado local



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

### 3.2 Supermercados regionais;

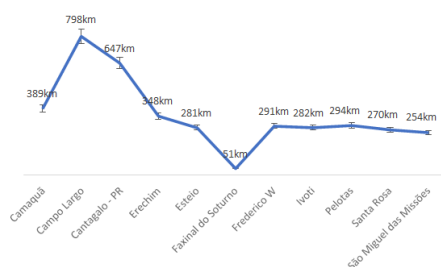
No que concerne aos classificados como regionais obteve-se a representação de 15 supermercados, apresentando 20 variadas marcas de feijão. Estes, também dispõem de um grande percentual de representatividade de feijão de uma cooperativa da região.



Por conseguinte pode estar relacionado ao propósito dos supermercados regionais que entendem o que o consumidor está buscando quando vai às compras e que não necessariamente todas as categorias precisam ter variedade de produtos, mas, sim, aquelas que fazem sentido dentro do contexto do consumidor. Mais precisamente, porque a cultura local e os hábitos alimentares da população da cidade influenciam nas escolhas quanto à disponibilidade de marcas nas prateleiras do supermercado.

Observou-se a presença de outra marca oriunda do estado do Paraná, que está em torno de 647 km da cidade de Santa Maria. Em comparação com os mercados locais a distância média é consideravelmente maior, dispendo da participação de um superior número de municípios presentes.

Gráfico 2: Distância média da origem das marcas de feijão até os supermercados regionais



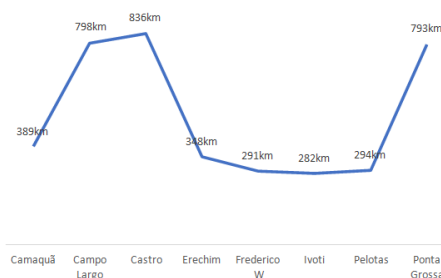
Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

### 3.3 Supermercados transnacionais;

Nos mercados caracterizados como transnacionais a amostra foi composta por 6 supermercados, enumerando 16 marcas de feijão.

Embora menos que nos supermercados regionais, os transnacionais possuem uma grande variedade de marcas para comercialização em suas prateleiras. Por ser um tipo de supermercado mais robusto e com um poder econômico maior, esse tipo tem grande influência na cidade em que se insere. Constatou-se que não foi encontrada nenhuma marca local ou próxima do centro de distribuição, o que evidencia que a maioria das marcas são distantes.

Gráfico 3: Distância da origem do feijão até o supermercado transnacional



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos salientar que a mobilização dos atores locais, a formação de redes entre organismos e instituições e uma maior cooperação entre empresas situadas em um mesmo território, são instrumentos que possibilitam novas formas de inserção como para geração de empregos.

Os resultados obtidos neste estudo podem servir como base para estratégias para o fortalecimento da produção e do comércio, incentivando o consumo de produtos regionais e contribuindo para o desenvolvimento econômico sustentável do estado.

#### REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, C. L. S.; EZIQUIEL, D. S.; MUÇOUÇA, M. F. S. A Infraestrutura Brasil para o escoamento de safras no agronegócio InfrastructureBrazil for the flow of crops in agribusiness. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 11, p. 109701-109717, 2021.

CARLUCCI, F.; CORCIONE, C.; MAZZOCCHI, P.; TRINCONE, B. O papel da logística na promoção do agronegócio italiano: estudo de caso da Iniciativa Cinturão e Rota. **Land Use Policy**, v. 108, p. 105560, 2021.

TEIXEIRA, W. S. **Papel do Estado no abastecimento, segurança alimentar e regulação de mercado**: possíveis consequências de uma política de ausência de estoques públicos no Brasil, 2020.

CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa-: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Penso Editora, 2021.