

Utilização da TIC no negócio rural dos produtores de hortifrúti

Letícia Graziella Teixeira Nunes¹; Willian Krause¹; Débora Luiza F Gotardo¹

¹UNEMAT – Universidade do Estado de Mato Grosso. MT-358, CEP: 78.300-000, Tangará da Serra-MT., leticiagraziella1912@gmail.com, krause@unemat.br; deborafgotardo@gmail.com

RESUMO

A Agricultura familiar representa 84% dos estabelecimentos brasileiros, promovendo riqueza no país e contribuindo para a permanência do homem no campo. Na agricultura familiar, a produção de hortifrúti se destaca. No entanto, essa produção ainda é carente de informações e adoção de tecnologias apropriadas. Neste contexto, a utilização da tecnologia da informação e comunicação (TIC) pode representar acesso à novas oportunidades. O objetivo deste trabalho foi comparar a utilização da TIC pelos produtores de hortifrúti em Tangará da Serra-MT com os produtores rurais do agronegócio nacional e estadual. Para isso, foram aplicados questionários estruturados junto a 162 produtores. Os dados obtidos foram confrontados com a pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em 2017. Em Tangará da Serra-MT, 57,4% dos produtores utilizam a internet para o negócio rural, destes 59,1% usam para pesquisa de preços e fornecedores e 52,6% para a compra de insumos agrícolas e mercadorias. Dados do Sebrae junto aos produtores do agronegócio, indicam média nacional de 79,8% e em Mato Grosso de 79,4% para pesquisa de preços e fornecedores e de 53,8% no Brasil e de 64,7% em Mato Grosso, para compra de insumos e mercadorias. Dessa forma, os produtores do agronegócio utilizam mais a internet do que os produtores de hortifrúti para este fim. A correta pesquisa de preços e fornecedores pode possibilitar aquisição de insumos de melhor qualidade e preços mais acessíveis. O uso de insumos agrícolas pode promover o aumento da produtividade e dos lucros. Como canal de comercialização a TIC é utilizada por 41% dos produtores de hortifrúti, através de aplicativos como WhatsApp e Facebook, ficando acima da média nacional (40,4%) e estadual (35,7%). Desta forma, a TIC pode ser instituída como ferramenta estratégica na ampliação do mercado consumidor através da divulgação e comercialização dos seus produtos.

PALAVRAS-CHAVE: comercialização, agricultura familiar, tecnologia da informação e comunicação.

REFERÊNCIAS

<https://www.sebrae.com.br>. SEBRAE. 2017. Tecnologia da Informação no Agronegócio. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Pesquisa%20SEBRAE%20-%20TIC%20no%20Agro.pdf>. Acesso em março 29,2020.