

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Faculdade de Administração e Turismo
Curso de Bacharelado em Administração



**AS FEIRAS DE PELOTAS CONTRIBUEM COM AS CADEIAS CURTAS DE
PRODUÇÃO?**

FRANCISCO DA SILVA VIEGAS

Pelotas, 2016.

FRANCISCO DA SILVA VIEGAS

**AS FEIRAS DE PELOTAS CONTRIBUEM COM AS CADEIAS CURTAS DE
PRODUÇÃO?**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Pelotas. Orientador: Prof. Dr. Marcelo Fernandes Pacheco Dias

Pelotas, 2016.

Francisco da Silva Viegas

AS FEIRAS DE PELOTAS CONTRIBUEM COM AS CADEIAS CURTAS DE
PRODUÇÃO?

Dissertação apresentada, como requisito parcial, para obtenção do grau de bacharel em administração.

Programa de Graduação da Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa:

BANCA EXAMINADORA.

Prof. Dr..... (Orientador)
Doutor em.....
pela Universidade

Prof.Dr.
Doutor em
pela Universidade

Prof.Dr.
Doutor em
pela Universidade

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Produção agrícola do Brasil, 1990-2013.....	13
Figura 2 – Tabela de caracterização	20
Figura 3- Gênero do feirante.....	22
Figura 4 – Idade dos feirantes.....	23
Figura 5 – O trabalho familiar nas feiras.....	24
Figura 6 – A quantidade de familiares que trabalham nas feiras de Pelotas.....	24
Figura 7 – Feirantes que possuem empregados.....	25
Figura 8 – Quantidade de empregados trabalhando nas feiras.....	25
Figura 9 – Regime de trabalho adotado pelo feirante.....	26
Figura 10 – Atuação em feiras da cidade.....	27
Figura 11 – Quantidade de feiras que o feirante participa.....	28
Figura 12 – Feirantes possuidores de terra própria.....	28
Figura 13 – A quantidade de terra que o feirante possui.....	29
Figura 14 – A comercialização de produtos de própria produção.....	30
Figura 15 – A porcentagem de produtos de própria produção.....	30
Figura 16 – Os principais produtos produzidos pelos feirantes.....	31
Figura 17 – A comercialização de produtos entre vizinhos.....	31
Figura 18 – A porcentagem dos produtos adquiridos entre vizinhos.....	32
Figura 20 – Comercialização de produtos que contenha certificação geográfica com características próprias, artesanais ou contenha selo de qualidade comprovada.....	33
Figura 21 – Comercialização de produtos que tem apelo natural ou orgânico.....	34
Figura 22 – Porcentagem de faturamento de produtos orgânicos e ecológicos, em relação aos produtos comuns.....	34
Figura 23 – Produtos de gênero orgânicos ou agro ecológicos mais comercializados.....	35
Figura 24 – Porcentagem de comercialização de produtos com rotulagem ou selo ambiental.....	35

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
2.1 Agricultura familiar.....	10
2.1.1 Importância da agricultura familiar.....	13
2.2 Cadeias curtas de produção	14
2.2 Feiras livres.....	17
3 METODOLOGIA.....	20
4 ANALISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	22
4.1 Caracterizações do feirante	22
4.2 - Caracterização das relações de proximidade na comercialização	29
4.3 – Caracterização da qualidade.	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
REFERÊNCIAS.....	41
Apêndices	45

RESUMO

As feiras livres têm um papel fundamental no desenvolvimento da região onde atuam. É notório que as feiras têm uma grande parcela no desenvolvimento cultural, econômico e social da região, principalmente para os pequenos municípios e em especial para a cidade de Pelotas onde o artigo foi desenvolvido. Ao passo que observadas como um ramo de negócio, as feiras livres geram trabalho e renda para famílias de produtores da região desenvolvendo a produção familiar, fomentando o comércio e o consumo de produtos através das vendas a varejo, concretizando a cultura da cidade e principalmente provendo alimento.

Fator fundamental para a consolidação das feiras, são as cadeias curtas onde elas estão inseridas, e por este motivo, o estudo busca analisar como e quais cadeias estão presentes nas feiras, e principalmente entender como se dão as características das mesmas, bem como analisar a produção e caracterizar os feirantes.

Estudando as teorias das cadeias agro alimentares, *face-to-face*, *spatial proximity*, *spatially extended*, as características da agricultura familiar e principalmente as construções das relações entre cliente consumidor e produtor, foi realizado a pesquisa que consistiu em entrevistar os feirantes nas feiras populares da cidade de Pelotas e aplicar um questionário que busca evidenciar as características deste segmento buscando resultados concretos que possibilitem ter uma visão de como, e se os canais curtos de produção estão presentes nas feiras populares da cidade de Pelotas.

O estudo proporcionou mostrar as características tanto das relações de comércio nas feiras livres, bem como as principais características dos feirantes.

Como características dos feirantes entrevistados observa-se que são predominante homens (78%), com idade entre 41 e 50 anos (30,4%), trabalham com a família (91,1%), geralmente em dois membros familiares (45,1%), não possuem empregados (80,4%), mas quando possuem é geralmente um empregado (81,8%), são juridicamente classificados como comerciantes (85,7%), atuam em mais de uma feira (96,4%), entre 2 e 4 (74,1%), possuem terra própria (53,6%), entre 1 e 20 ha (77,1%).

Em relação a caracterização das relações de proximidade de produção-comercialização, constatou-se que os feirantes comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%), comercializam produtos dos vizinhos (51,8%), em até 50% do que vendem (80,5%), e não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%).

Considerando que a maioria dos feirantes entrevistados declararam que comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%) é possível inferir em relação a caracterização espacial que os feirantes entrevistados participam como atores das cadeias curtas de produção do tipo face-to-face. Além disso, considerando que comercializam produtos dos vizinhos (51,8%) e em até 50% do que vendem (80,5%), pode-se inferir relações de proximidade espacial na comercialização destes produtos.

Os resultados não permitem inferir a presença de relações estendidas de comercialização nas feiras, pois os feirantes declararam que não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%). A partir desta informação é possível também inferir que os feirantes comercializam pouco produtos artesanais ou com características próprias, distintas da produção industrial, característica de qualidade das cadeias curtas.

Também relação a caracterização da qualidade, constatou-se que os feirantes não comercializam produtos com apelo natural ou orgânico (82,1%), e nem mesmo com rotulagem ou selo ambiental (85,7%), o que indica que os feirantes comercializam predominantemente produtos do modo convencional de produção.

Desde modo, é possível constatar uma contribuição dos feirantes para as relações de produção consumo do tipo **face-to-face** e de **proximidade espacial** apenas. As demais características de cadeias curtas indicam lacunas que poderiam ser aprimoradas na comercialização através das feiras.

INTRODUÇÃO

Desde que o homem passou a viver em sociedade, vem modificando intensamente o ambiente e os hábitos. Nesse processo houve alteração na alimentação pela introdução da industrialização alimentar. Neste processo, passou-se a utilizar substâncias tóxicas, alimentos excessivamente processados, geneticamente alterados, além de consumo exagerado de gorduras e açúcares.

Tudo com a finalidade de melhorar a aparência, o sabor e, sobretudo, a capacidade de conservação dos alimentos. Segundo Pretti (2000), foram mudanças realizadas paulatinamente, porém sem a consciência de que tais atitudes poderiam ser nocivas à saúde. Em verdade, a alimentação moderna tem conduzido não apenas a um prognóstico negativo para a saúde humana, mas também a uma série de problemas ambientais.

O modelo convencional de agricultura vem demonstrando que é insustentável para o meio ambiente. Problemas causados por esta prática de produção, estão afetando profundamente o eco sistema e principalmente os consumidores dos produtos industrializados. Problemas como erosão, contaminação do solo por uso excessivo de defensivos agrícolas, colocam o Brasil como um dos países que mais utiliza estes produtos na lavoura.

A agricultura familiar pode ser parte desta resposta a esta problemática. No Brasil atual a agricultura familiar desempenha papel fundamental para a produção de alimento, geração de serviço e renda. Nas análises realizadas por estudiosos da área, demonstram que a agricultura familiar tem parcela significativa na produção de uma grande gama de produtos alimentares necessário ao bem-estar do homem. Para Maluf (2004), a agricultura familiar é a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário, pois promove a equidade e a inclusão social em simultâneo a uma maior e mais diversificada oferta de alimentos a população.

Estes produtores familiares na sua maior parte acabam formando cadeias curtas de produção. As cadeias alimentares curtas remetem a forma de comercialização de produtos que expressa proximidade entre produtor e consumidor. A realocação dos sistemas agroalimentares permite a valorização da cadeia local, pois é nesta escala espacial que se dá a construção das relações de

confiança entre o consumidor e o produtor, o que possibilita interação comunitária local, contribuindo para a valorização, diversificação e qualidade dos alimentos ofertados e a preocupação com o meio ambiente

(...) As feiras livres são uma forma de varejo tradicional e que têm importante papel na consolidação econômica e social da agricultura familiar. Representa, também, um espaço público, socioeconômico, cultural, dinâmico e diversificado sob a ótica do consumidor e do ponto de vista econômico por envolver um diversificado conjunto de ocupações, fluxos, mercadorias e relações sociais. Caracteriza-se como uma atividade de trabalho informal essencialmente familiar. (GODOY; ANJOS, 2007).

Esta prática tem potencial de geração de renda para agricultores, trabalhadores e comerciantes que fazem parte deste tipo de cadeia, pois para Ploeg (2008), estas construções dos circuitos curtos descentralizados ligam a produção e consumo de alimentos, preserva modos locais de produção bem como valoriza os aspectos de cada comunidade e região

Os alimentos provenientes das cadeias curtas, além da população em geral, e graças a políticas governamentais, abastecem escolas e principalmente pessoas em situação de vulnerabilidade. As feiras têm um papel principal para a comercialização na comercialização destes produtos. Além disso, agrega valor ao que se produz e comercializa, estreitando laços dentro das cadeias produtivas locais, beneficiando produtor, trabalhador e comunidade. Segundo Maluf (2004; p. 24) são comercializados nas feiras “produtos típicos de uma região, variando assim de um local para o outro, mas geralmente tem carnes diferenciadas e derivados, farinhas, queijos típicos, frutas, hortaliças, pescado fresco, conservas e doces em geral, condimentos entre outros. Esses produtos são, na maioria das vezes, expressões de diversidade por uma ou mais das seguintes razões: são de cultivo tradicional de uma região, refletem hábitos de consumo peculiares, guardam relação com uma dada base de recursos naturais, preservam as características da produção artesanal local”

Partindo deste princípio, esta pesquisa objetiva analisar se as feiras da cidade de Pelotas realmente se comportam como canais curtos de comercialização. Como objetivos específicos, definiu-se realizar a caracterização dos feirantes da cidade de Pelotas, e analisar as relações de proximidade e qualidade dos produtos comercializados nas feiras livres da cidade.

Esta pesquisa se justifica considerando que as cadeias curtas têm maior relevância no contexto atual onde a sociedade vê os problemas de ordem pública e de meio ambiente crescerem. Além disso, o pouco poder que os agricultores têm em face ao uso crescente de insumos agrícolas modificados e beneficiados, que são as sementes, fertilizantes e defensivos agrícolas. Segundo Ploeg et al (2008), a evolução dos custos de produção é mais veloz do que os ganhos potenciais de aumento da produtividade dos fatores de inovação tecnológica, gerando queda na renda dos agricultores bem como perdas em relação a quantidade produzida, ou seja, se produtor não se adequar ao uso sistêmico desta tecnologia, acabara acumulando queda na produção, e diante disto os micro produtores ligados a cadeia curta de abastecimento local, além de diversificar os produtos, também abastecem a mesa do consumidor.

As feiras, além de contribuir para a viabilidade econômica dos produtores rurais, estão associadas aos movimentos de mudanças sociais referentes ao padrão alimentar. Conforme Goodman (2003), a virada da qualidade dos alimentos, esta relacionada aos recentes riscos alimentares, críticas e descontentamento ao atual modelo de produção, processamento e distribuição dos alimentos. A virada da qualidade caracteriza-se como um movimento que se contrapõe ao modelo de produção e consumo em massa associado a globalização e as cadeias agro alimentares longas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Agricultura familiar

O objetivo principal da agricultura é a produção de alimentos para atender as necessidades do ser humano, de acordo com Castro (2007, p.1) “a agricultura é uma das atividades fundamentais da humanidade e que dela depende, entre outras coisas, a alimentação de que o homem necessita”.

A agricultura familiar caracteriza-se por ser um meio de produção executado e gerenciado pelos próprios produtores e seus entes familiares. De acordo com Lamarche (1993), as propriedades familiares são aquelas unidades de produção intimamente ligadas as unidades familiares, e a exploração familiar seria:

(...) a uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família. A interdependência desses três fatores no funcionamento da exploração engendra necessariamente noções mais abstratas e complexas, tais como a transmissão do patrimônio e a reprodução da exploração (LAMARCHE, 1993, p. 15).

Nesse sentido, Blum (2001) afirma que a unidade produtiva familiar é como um imóvel rural explorado diretamente e pessoalmente pelo agricultor e sua família, sendo toda sua força de trabalho que garante a subsistência e renda para si e para a região em que se encontra inserida.

Agricultor familiar é aquele que explora parcela da terra na condição de proprietário, assentado, posseiro, arrendatário ou parceiro, e atende simultaneamente aos seguintes quesitos: utiliza o trabalho direto, seu e de sua família, podendo ter, em caráter complementar, até dois empregados permanentes e contar com ajuda de terceiros, quando a natureza sazonal da atividade agropecuária o exigir; não detenha, a qualquer título, área superior a quatro módulos fiscais, quantificados segundo a legislação em vigor; tenha, no mínimo, 80% da renda familiar bruta anual originada da exploração agropecuária, pesqueira e/ou extrativa; resida na propriedade ou em aglomerado rural ou urbano próximo (ALTMANN, 2002, p. 7).

Seguindo a mesma linha, Tedesco (1999, p.64-5) escreve que a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação – FAO – e o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – Incra (1996) definem a agricultura familiar com base na administração familiar da propriedade rural, no trabalho realizado em sua maioria pela família e detenção dos meios de produção.

No Brasil o uso da expressão “Agricultura familiar” é contemporânea, de acordo com Abramovay (1997), o mais comum era a utilização de expressões como: “Agricultura de baixa renda”, “pequena produção” e até “agricultura de subsistência”. Portugal (2004) escreve nesse sentido afirmando que a grande parte dos agricultores familiares tem baixo nível de escolaridade e não tem acesso a novas tecnologias para especializar suas produções. Nessa linha de pensamento, Olalde (2007) escreve que a agricultura familiar tem multifuncionalidade, pois além de produzir a matéria prima necessária para alimentar a sociedade gera da ocupação da zona rural, cria empregos e evita o êxodo rural. O meio rural, antes visto como fonte de dificuldades, hoje se tornou precursor de soluções de melhoria da qualidade de vida.

Maluf (2004) afirma que a agricultura familiar é a maneira mais conveniente de ocupação das zonas rurais pois promove o equilíbrio e a inclusão social além de fornecer alimentos produzidos de maneira sustentável e de qualidade para a sociedade. Tedesco (1999) classifica os agricultores familiares conforme a organização da produção e as condições de manutenção da propriedade.

- Agricultores familiares consolidados: São produtores mais esclarecidos, com acesso à tecnologia de ponta e ao crédito rural, residem na propriedade e tem produção semiespecializada e diversificada (lavouras de verão e de inverno, bovinocultura, suinocultura, avicultura etc.). Geralmente possuem dimensões menores de 200ha, concentração em torno de 50ha, e possuem margem bruta (receita total – custos variáveis) que supera a dez salários mínimos por mês.
- Agricultores familiares em transição: São produtores com um nível de esclarecimento menor que os consolidados, tem acesso à tecnologia mediana e pouco utilizam o crédito rural. A propriedade tem um nível de diversificação maior, são menores de 100ha, com concentração em torno de 20ha, e margem bruta entre cinco e dez salários mínimos por mês.
- Agricultores familiares periféricos ou de subsistência: São produtores com pouco esclarecimento, com pouco acesso à tecnologia e não utilizam o crédito rural. O nível de diversidade é alto, são propriedades

menores a 50ha e concentração próxima a 20ha. A margem bruta fica abaixo de um salário mínimo por mês.

Vale ressaltar o entendimento de Franklin apud Brumer (1994) acerca das diferenças entre o agricultor familiar e os demais:

Uma das principais diferenças entre o produtor familiar e o empresário capitalista é que o primeiro precisa produzir, de certa forma, independentemente do mercado, pois ele e sua família vivem dos produtos da terra, enquanto que o segundo pode decidir mais livremente onde e como investir seu capital. Ao mesmo tempo, enquanto que o empresário capitalista pode despedir empregados considerados 'excedentes', numa lógica de racionalização econômica, o produtor familiar não pode fazer o mesmo com seus trabalhadores, membros de sua família: seu comprometimento de trabalho pode ser considerado como total; seu objetivo é maximizar a utilização de trabalho em lugar de maximizar o lucro ou algum outro indicador de eficiência (apud BRUMER, 1994, p. 90).

A agricultura familiar apresenta-se como o ponto de transformação econômica, o grupo familiar é que orienta as mudanças do método de produção. E “a ecologia não representa somente a base de sua estrutura de produção, mas uma dimensão abrangente, relacionada à totalidade da vida do agricultor e fundamento de reprodução social da família” (CANUTO; SILVEIRA; MARQUES, 1994, p.61).

Dessa forma o equilíbrio entre a produção alimentar e a preservação do meio ambiente se mostram naturais dentro do espectro da agricultura familiar, sendo elemento de subsistência a preservação. Segundo Gazolla (2004) o agricultor familiar tem como produtos principais de comercialização aqueles advindos das hortas (verduras e legumes), assim como frutas e produtos caseiros produzidos pela agroindústria familiar. São responsáveis pelo fornecimento de parcela considerável da produção orgânica e agro ecológica, que vão ao encontro das necessidades dos consumidores.

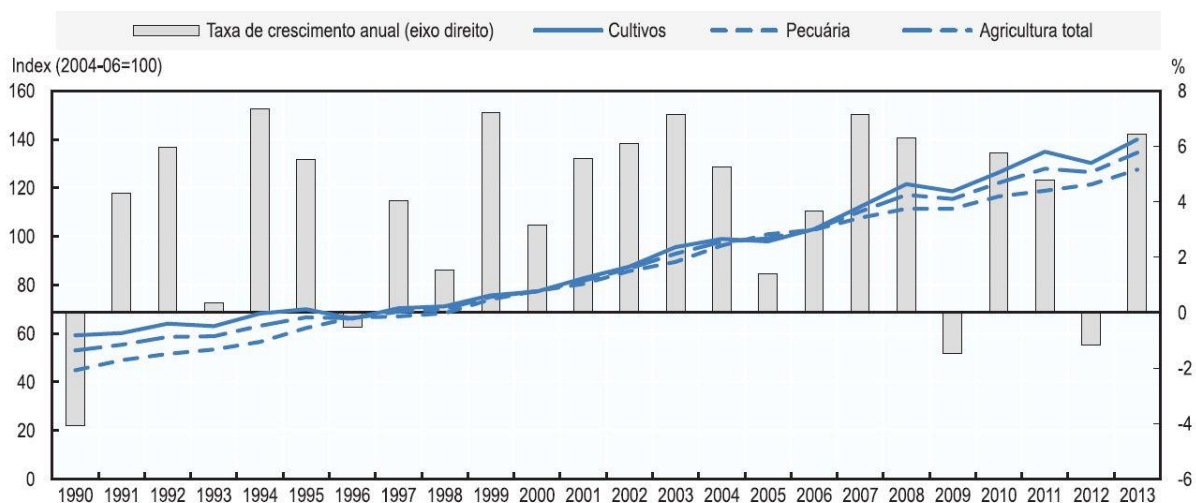
O cultivo é delimitado pelas necessidades de consumo e das características da região, ou seja, a diversidade de produtos se dá de acordo com as demandas da própria família e da localidade. De acordo com Gazolla e Scheneider (2007, p.2) o autoconsumo é “aquela parcela da produção animal, vegetal ou transformação caseira, que foi produzida pelos membros de uma família, utilizada na alimentação do grupo doméstico correspondente, de acordo com suas necessidades”. Esta produção facilita o acesso aos alimentos respeitando as características socioeconômicas da região. Os ciclos de produção, armazenagem e venda são

delimitados pela baixa capacidade de armazenamento e característica perecível dos produtos, dessa forma o retorno e o investimento de capital são rápidos e constantes (CHIARELLO, ORLOWSKI, WACKULICZ, 2008).

2.1.1 Importância da agricultura familiar

De acordo com o relatório Perspectivas Agrícolas 2015-2024 (FAO, 2015) elaborado pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura em parceria com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o setor agrícola brasileiro ocupou 5,4% do PIB no triênio 2010-13, desempenhando um papel importante na balança comercial do país. Em 2013, 36% das exportações foram originadas na agricultura, transformando o Brasil no segundo maior exportador agrícola mundial. Em 2012 apresentou um nível de empregabilidade três vezes superior a outros setores da economia. Conforme a FAO, estes números estão diretamente relacionados as medidas de fortalecimento para aumentar a produtividade da agricultura familiar.

Figura 1 - Produção agrícola do Brasil, 1990-2013



Fonte: FAO (2015, p. 6)

A figura acima mostra a taxa de crescimento da produção agrícola brasileira. Mesmo com anos de produção fraca é notável o crescimento do volume ao longo das décadas. Conforme dados da CONAB (2009) mais de 80% da ocupação da zona rural brasileira é originada da agricultura familiar, além de corresponder a 70% dos empregos no campo e 40% do total da produção agrícola. Grande parte dos

alimentos que abastecem o país advém da agricultura familiar, favorecendo o crescimento da área e utilização de práticas ecologicamente mais equilibradas. No ano de 2009 agricultores familiares forneceram 60% dos produtos das cestas alimentares distribuídas pelo CONAB. (CONAB, 2009). Em 2014, o percentual subiu para 85%, além de uma parcela significativa de suprimentos (34% em 2014) foram comprados para o programa de merenda escolar. (FAO, 2015). Segundo o representante da FAO Bojanic (2015) “Temos que entender que de 50% a 60% do consumo nacional de alimentos vêm da agricultura familiar, então essa complementação entre uma agricultura exportadora e uma agricultura para o mercado interno é chave”, ou seja, a agricultura familiar tem muito o que crescer, pois existe um mercado interno e externo para o excedente que aguarda ser atendida.

2.2 Cadeias curtas de produção

De acordo com Tregear (2011) os consumidores são os principais agentes de mudanças nas demandas alimentares, as quais transformam a economia local criam posições independentes no sistema alimentar. Os alimentos alternativos criaram um novo ramo de atuação, voltado especialmente para os agricultores familiares, comunidades rurais e pequenos varejistas.

Essa mudança mercadológica evidenciou as cadeias alternativas de alimentos. Cruz (2012) destaca que o advento do termo "alternativo" oportunizou debates sobre os sistemas agro alimentares locais visando o desenvolvimento de opções baseadas em produtos locais e uma interconexão mais direta entre agricultores e consumidores. As discussões entre estudiosos europeus e norte americanos tem sua motivação na crítica do modelo hegemônico de produção que estabelecem distâncias enormes entre produtor e consumidor, além de valorizar o conhecimento científico em detrimento ao conhecimento empírico dos agricultores (GOODMAN et al, 1990).

Os debates são tidos como uma resposta crítica aos extensos circuitos de produção e abastecimento. As cadeias curtas redefinem as relações de mercado, criam novas demandas e reorganizam a logística de suprimentos. (GOODMAN, 2003) No Brasil, a ruptura dos modelos agro alimentares não se dá por completo, a

mudança do formato de produção e consumo esbarra no método tradicional fortemente enraizado na cultura do país. (CRUZ, 2012)

A elaboração de alternativas sustentáveis, que integrem os pequenos produtores locais, tem sido o meio para enfrentar as constantes tentativas de homogeneização da produção, busca-se um novo olhar frente as relações sociais, econômicas e ecológicas). Nesse bojo as cadeias curtas alimentares (*short food supply chains*) ganham destaque como alternativa de valorização regional (WILKINSON, 2008).

As cadeias curtas alimentares têm como princípio diminuir a distância entre os produtores e os consumidores, não apenas geograficamente, mas também com o intuito de conectar os agentes e provocar a interatividade e facilitar os propósitos um do outro. Não existe cadeia curta sem que haja um estreitamento das distâncias e do contato entre agricultores e consumidores.

Segundo Marsden (2004) o termo “curto” indica o estreitamento da distância entre a produção e o consumo, com a criação de ambientes alternativos aos hegemônicos e tradicionais da cadeia de distribuição alimentar. Importante ressaltar que a distância tratada não é geográfica e sim transacional, ou seja, é uma diminuição do número de atravessadores entre o produtor e o consumidor final, uma redução da cadeia de distribuição. “É isso o que permite ao consumidor a confiança de fazer conexões e associações com o lugar/espço de produção, e, potencialmente, os valores das pessoas envolvidas e os métodos de produção utilizados” (MARSDEN et al. 2000, p. 425). Existe uma revitalização das relações entre consumidor e agricultor, uma valorização das atividades e uma redefinição dos conceitos de qualidade.

De acordo com Marsden (2004), as cadeias curtas são marcadas por um relacionamento mais próximo entre produtor e consumidor a nível de valores e crenças, havendo uma interligação fortemente relacionada com o modo de produção dos alimentos. As relações produtor-consumidor são redefinidas, refletindo na qualidade de vida de todos os envolvidos.

Para compreender a construção destas relações, Marsden et al. (2002), identifica as principais de cadeias curtas como:

- Face a face (*face-to-face*): os produtores realizam a venda diretamente ao consumidor nas feiras, casas coloniais, rotas de turismo e à domicílio.
- Proximidade espacial (*spatial proximity*): os produtores de uma mesma região realizam as vendas para varejistas locais.
- Espacialmente estendida (*spatially extended*): envolvem fair trade e certificação de indicação geográfica

De acordo com Ferrari (2011), as cadeias curtas têm como principal característica transformar as práticas alimentares em relações eco sociais que alteram os espaços econômicos onde estão inseridas. Nesse sentido Marsden (1999) afirma que as cadeias curtas evidenciam as peculiaridades das zonas rurais frente aos avanços globais de desenvolvimento alimentar. Em geral, no que se refere à qualidade dos produtos orgânicos, tradicionais, e as relações entre produtores e consumidores, Marsden (1999) expõe que são consideradas como redes alternativas de alimentos e/ou cadeias curtas de produção, e que têm sido caracterizadas em termos de aproximação entre produção e consumo, sendo pautadas por aspectos como confiança, qualidade, transparência e localidade.

Neste modo a discussão sobre a qualidade remete principalmente a aspectos culturais, vinculados à cultura e à origem dos produtos. Nesse caso, os produtos são procurados pelos consumidores por atender a qualidades que superam regras formalmente estabelecidas de industrialização. Para Marsden (1999), tal situação indicaria que, por trás dos diferentes entendimentos sobre qualidade, há diferentes métodos e sistemas de produção, responsáveis pela reforma, qualidade e reorganização da rede de distribuição de alimentos orgânicos e tradicionais. A produção tradicional de alimentos, por sua vez, está embasada em métodos artesanais, que operam em escalas de processamento incomparavelmente menores que as das empregadas pela indústria convencional. A comercialização desse tipo de produção dá-se em sistemas locais alicerçados na proximidade e em relações de confiança entre produtores e consumidores, como meio para legitimar a qualidade desses produtos. Desse ponto de vista, a produção tradicional não se adequaria à estrutura da grande escala, o que não significa necessariamente que, nos sistemas tradicionais, não existam práticas e condutas que visam à qualidade dos produtos

comercializados diretamente entre produtor e consumidor, cadeia face a face (*face-to-face*).

O segundo modo diz respeito a qualidade ligada a produção orgânica e as preocupações com o meio ambiente. A qualidade destes alimentos pode ser certificada através dos selos de qualidade orgânicas que é um indicativo de que os alimentos foram produzidos e processados de acordo com as normas orgânicas, o que significa um adicional em termos de qualidade quando comparado ao alimento convencional industrializado. A qualidade nutricional faz comparativos de teores de nutrientes e outros elementos entre os dois sistemas. Poderíamos dizer que os benefícios dos alimentos orgânicos podem não estar diretamente associados à questão nutricional em si, mas a mudança de hábitos alimentares, estilo de vida desse tipo de consumidor e aproximação do consumidor com o produtor, tornando os laços da cadeia mais fortes. Os mercados de cadeias agro alimentares curtas são significativos, pois “possuem a capacidade de ressocializar ou reespecializar o alimento, permitindo ao consumidor fazer julgamento de valor.” (MARSDEN et al., 2000, p. 425). Vários estudos têm mostrado que os agricultores orgânicos que seguem um enfoque agro ecológico conseguem resultados satisfatórios em vários aspectos ligados à sustentabilidade (DAROLT, 2002).

2.2 Feiras livres

A mudança relacionada a alimentação na sociedade se traduz em um movimento denominado *quality turn*, que se caracteriza por um posicionamento avesso ao modelo de produção dominante e uma crescente preocupação com o consumo de alimentos de qualidade (GOODMAN, 2003). De acordo com Marsden et al (2000, p.425) os mercados de cadeias curtas são significativos, “pois oportunizam a capacidade de ressocializar ou reespecializar” o alimento, permitindo ao consumidor fazer julgamento de valor”. O valor agregado ao alimento advém do processo de produção com um novo significado pela relação produtor-consumidor.

De acordo com Tedesco et al (1999, p. 95) “para melhorar o resultado da comercialização, o produtor rural deve eliminar o maior número possível de intermediários”. Nesse contexto as feiras livres representam uma ruptura do sistema

tradicional de distribuição alimentar e alternativa para o crescimento da agricultura familiar. Segundo Ricotto (2002) as feiras livres são a representação de um fenômeno social voltado para a construção de uma sociedade consciente, baseada na livre escolha e autonomia de seus membros.

As feiras livres originaram-se da necessidade do homem em trocar seu excedente de produção e se desenvolveram não apenas como um ambiente de comércio, mas também como espaço de transformação cultural que congrega pessoas de diferentes universos.

Uma feira é, antes de mais nada, um local de encontro. Ali, vendedores e compradores estabelecem os seus negócios, mas, por outro, integram-se numa trama de papéis sociais que transcendem as funções estritamente econômicas (JUSTINO, 1989, p. 275)

É um ambiente que transcende a ação de compra e venda de produtos, muitas vezes se torna ponto de encontro cultural que mantém um sentido de permanência e de identidade com o meio. O deslocamento semanal dos produtores e dos consumidores transforma o ambiente da feira uma efervescência social permeada por uma multiplicidade de elementos e eventos que transformam de forma transitória o espaço da cidade, quebrando a rotina do local. “A feira é o ruído, a agitação, a música, a alegria popular, o mundo às avessas, a desordem, por vezes o tumulto” (BRAUDEL, 1998, p.68)

No Brasil a feira livre tem o papel de difusão cultural, principalmente no interior onde as feiras movimentam todo tipo de produto e criam um contraste de fartura e pobreza em localidades mais simples. Um exemplo são as feiras realizadas na região nordeste do país que acabaram por divulgar pequenas localidades devido as feiras de gado (CASCUDO, 1970).

Espanta e atordoa. Espanta sobremodo pelo contraste flagrante entre a fartura da feira e a pobreza da área rural circunvizinha. Atordoa, pois é verdadeiramente caótico o seu aspecto, dada a imensa profusão de mercadorias que ali surgem, ora expostas em toscas barracas ora espalhadas pelo chão (CARDOSO, 1975 apud CARDOSO; MAIA, 2007, p.521).

Tal fenômeno ocorre em todas as regiões do Brasil, cidades menores mantêm o estilo mais rústico de suas feiras preservando as relações entre produtores e consumidores mesmo com as modernizações da sociedade. A feira representa a dualidade contraditória da modernidade urbana. Segundo Martinez (2003), as feiras

valorizam a agricultura familiar e promovem o desenvolvimento das zonas rurais além de permitir um acesso da população da zona urbana a produtos diretamente junto ao produtor.

Nesse sentido pode-se considerar a feira livre como um meio para contornar a separação do agricultor do seu consumidor ocasionada pelas políticas e modernizações sociais. A feira livre é “um dos canais agro alimentares cursos de abastecimento, mais sustentáveis do ponto de vista ambiental, econômico e cultural” (POZZEBOM et al, 2015, p.7). Segundo Farina (1994), as feiras também têm como função complementar os grandes varejistas com produtos diferenciados e artesanais, em pequenas quantidades.

De acordo com Godoy e Anjos (2007) as feiras se destacam pela organização e cooperação entre os agricultores, existe um nível de confiança muito alto entre todos os envolvidos que desenvolve um ambiente com menor concorrência e individualismo. Em uma feira deseja-se o bem coletivo, sendo um espírito de cooperação, todos ganham. Frente a todos estes elementos, percebe-se ser a feira livre um dos principais canais de materialização das cadeias curtas alimentares, pois facilita a venda direta entre o agricultor e consumidor, ou seja, aumenta o nível de relação entre fornecedor primário e consumidor final. (SILVA, 2006)

3 METODOLOGIA

Segundo Rampazzo (2005), pesquisa é um processo reflexivo, ordenado e crítico que orienta o pesquisador na busca por novas hipóteses e soluções. Toda pesquisa possui o desejo intrínseco de elaborar preceitos sobre uma realidade-objeto do pesquisador. O presente estudo tem como objetivo explicar sobre a metodologia utilizada. Para Fonseca (2002), metodologia é o estudo dos caminhos que serão trilhados para a realização de uma pesquisa. A metodologia valida o caminho definido para alcançar o objetivo proposto pela pesquisa, ajuda “a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo” (SILVA, MENEZES, 2001, p.9).

A fim de responder ao objetivo geral de analisar se as feiras da cidade de Pelotas, se realmente se comportam como canais curtos de comercialização, foi realizado um levantamento (*survey*) com amostragem por conveniência. Atualmente na cidade de Pelotas estão cadastrados 218 feirantes que realizam as feiras populares distribuídas na cidade. Foram entrevistados e aplicado um questionário em 56 feirantes, em 4 feiras diferentes da cidade.

Para obtenção dos resultados, foi preparado um questionário onde buscou-se evidenciar a caracterização dos feirantes quanto ao gênero, sexo, idade, regime de trabalho, quanto a caracterização espacial onde buscou-se evidenciar as cadeias de produção e também buscou-se caracterizar a qualidade dos produtos comercializados.

Figura 2 – Tabela de caracterização

CARACTERIZAÇÃO DO FEIRANTE	
Gênero	Trabalho familiar
Idade	Regime de trabalho
Atuante em outras feiras	Possuidor de terra própria
Quantidade de hectares	Possuidor de empregados
Caracterização Espacial	

Face a face (*face-to-face*)

Proximidade espacial (*spatial proximity*):

Espacialmente estendida (*spatially extended*):

Qualidade

Comercializa produtos tradicionais

Comercializa produtos orgânicos

Fonte – Autor

Quanto aos procedimentos, o presente trabalho se caracteriza por ser uma pesquisa de campo, com coleta de dados junto as feiras da cidade de Pelotas no período de 01 de Outubro a 10 Dezembro de 2015. A análise foi realizada através de estatística descritiva: frequência das categorias e moda.

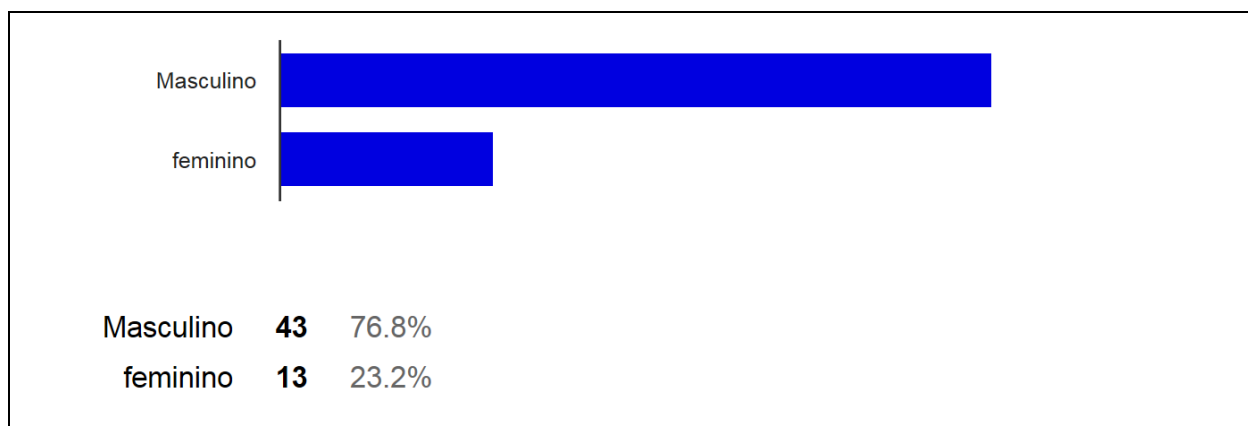
4 ANALISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A partir dos questionários aplicados nos feirantes da cidade de Pelotas, objeto deste estudo, foi possível auferir alguns dados relativos às opiniões de tais colaboradores no que tange a qualidade, métodos de comercialização dos produtos, satisfação, o atendimento e o relacionamento com os clientes, bem como identificar como se dá a comercialização dentro das cadeias de produção, além de expor o perfil profissional e pessoal dos feirantes, de modo que, abaixo seguem os respectivos dados junto aos gráficos, facilitando a apresentação e interpretação de tais informações.

4.1 Caracterizações do feirante

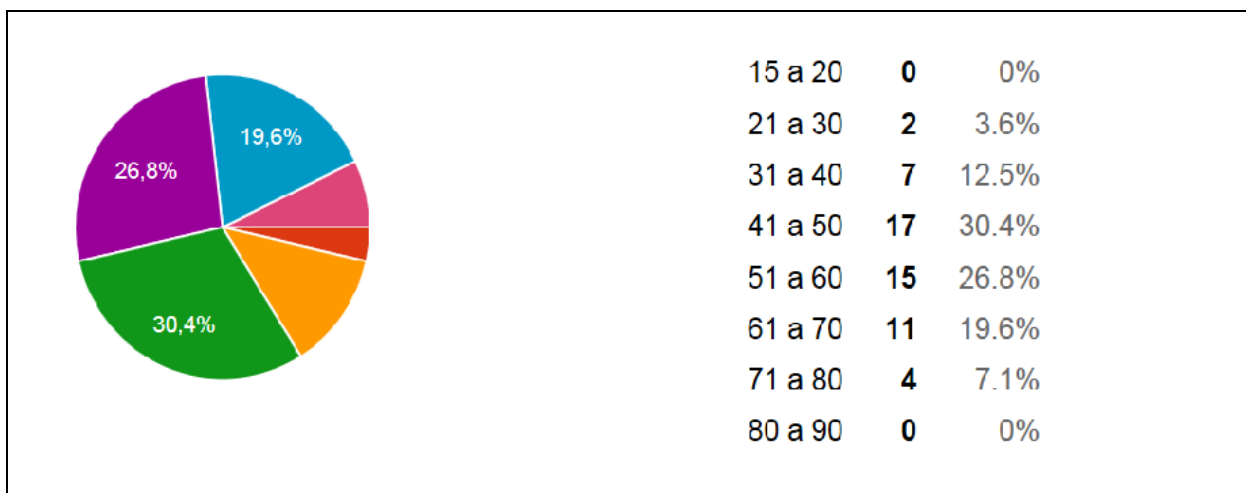
A agricultura familiar é uma forma de produção em que predomina a interação entre gestão e trabalho. São estas pessoas que dirigem o processo produtivo em suas propriedades, dando ênfase na diversificação da produção com a utilização do trabalho familiar. Na agricultura familiar, considera-se uma forma de produção importante por sua função ambiental, econômica e social. Sob o aspecto econômico, a agricultura familiar atua como meio de sobrevivência das famílias, em relação ao aspecto social ela pode garantir a melhoria na qualidade de vida das pessoas, promover uma aproximação entre produtor e comerciante gerando uma confiança mútua dentro da cadeia produtiva, gerar produtos com qualidade certificada e principalmente desenvolver a região.

Figura 3- Gênero do feirante.



O gráfico sobre o gênero do feirante expõe que a maioria dos feirantes é do sexo masculino com 76,8 % para 23,2 % são do sexo feminino. Durante a aplicação da pesquisa, em sua grande maioria, as bancas constituíam-se de casais que trabalhavam juntos, e que como em uma sociedade patriarcal, o marido que toma conta do negócio. Outro fator que se deve levar em consideração, é que mesmo tendo como feirantes a família, o predominante é pai e filho trabalharem juntos na banca de produtos. Basicamente os homens são predominantes nos processos de venda ao público, organização, compra de produtos bem como sua produção nos casos de produtores rurais.

Figura 4 – Idade dos feirantes.



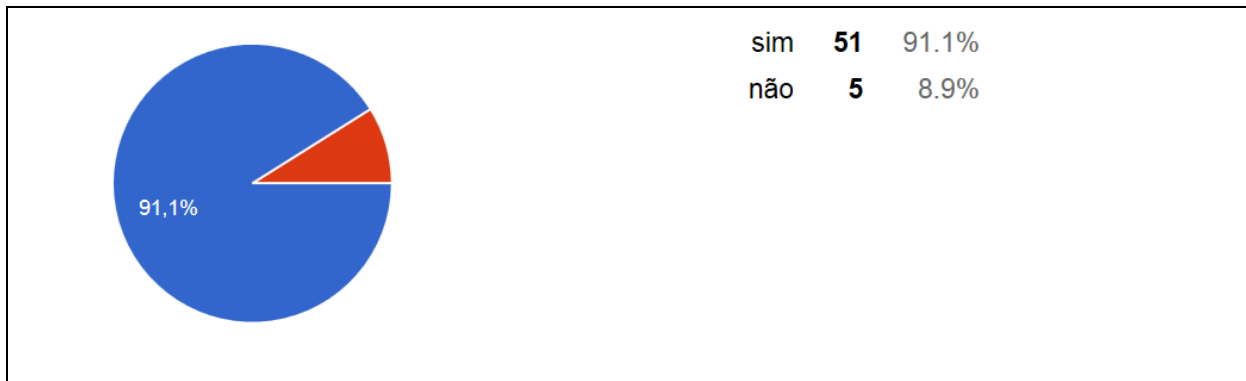
Fonte – Autor 2016.

Neste gráfico podemos analisar que em sua maioria, os feirantes têm entre 41 e 50 anos com o percentual de 30.4 %. Isto representa que o feirante de hoje está envelhecendo e que em relação a feirantes mais jovens, como por exemplo, entre 31 a 40 correspondem apenas por 12,5 %. Outro dado que representa que a classe dos feirantes de hoje está envelhecendo, e o dado que corresponde entre 51 a 60 anos com o percentual de 26,8% e a idade de 61 a 70 que corresponde a 19,6% do total.

Esta característica pode ter fundamentação visto que a maioria nasceu entre 1945 e 1978, e neste período a região era basicamente produtora rural o que culturalmente era natural a subsistência familiar da época. Cultura esta que se passava de pai para filho e conseqüentemente os filhos tornavam-se proprietários de suas próprias terras e produziam sua própria produção conforme era tradicional na região. Com o passar do tempo, as opções de novos empregos, melhores

oportunidades seduziram as pessoas mais jovens ocasionando a migração do camponês para a cidade. Isto ocasionou a redução de pequenos produtores rurais. Este fato pode ser melhor explicado analisando o gráfico onde apenas 3,6 % dos feirantes tem entre 21 e 30 anos de idade.

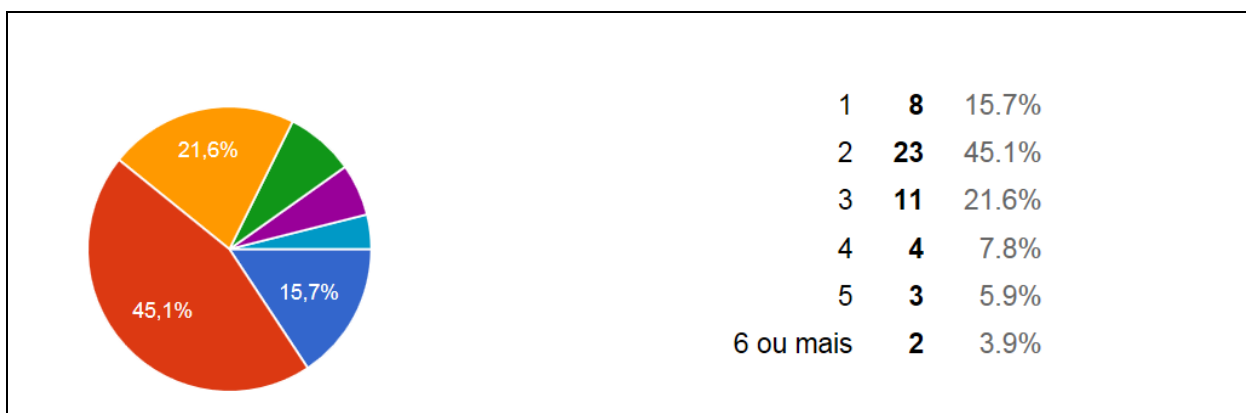
Figura 5 – O trabalho familiar nas feiras.



Fonte – autor 2016

O gráfico acima apresenta o fator de trabalho em família. Foi perguntado se trabalham em família na feira. Com o gráfico é possível analisar que mais de 90% dos feirantes da cidade trabalham no sistema familiar. Conforme LAMARCHE, a feira livre, e uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família. Com isto reforça o estudo que, principalmente, a feira está voltada para a sustentabilidade familiar de boa parte da população bem como fator determinante no desenvolvimento rural local.

Figura 6 – A quantidade de familiares que trabalham nas feiras de Pelotas.



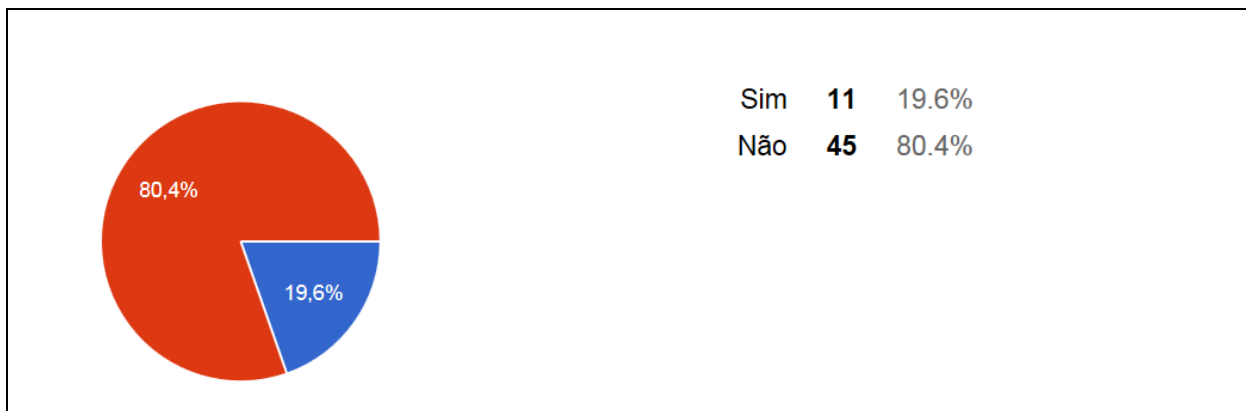
Fonte – autor 2016

No gráfico acima é notório outro fator relevante nas feiras da cidade, que é a quantidade de familiares que trabalham juntos nas feiras. Este fator observado

durante a aplicação dos questionários, foi que em sua grande maioria, as feiras são compostas por casais. Mais de 45% são marido e mulher que fazem o trabalho da feira, quanto 21,6% são basicamente o casal e mais um filho.

Ainda cabe ressaltar que esta falta de mão de obra se dá, também, pela saída do jovem do campo seja para estudar ou para buscar outras atividades econômicas vistas como mais rentáveis na cidade, como é ressaltado por Testa et al (1996).

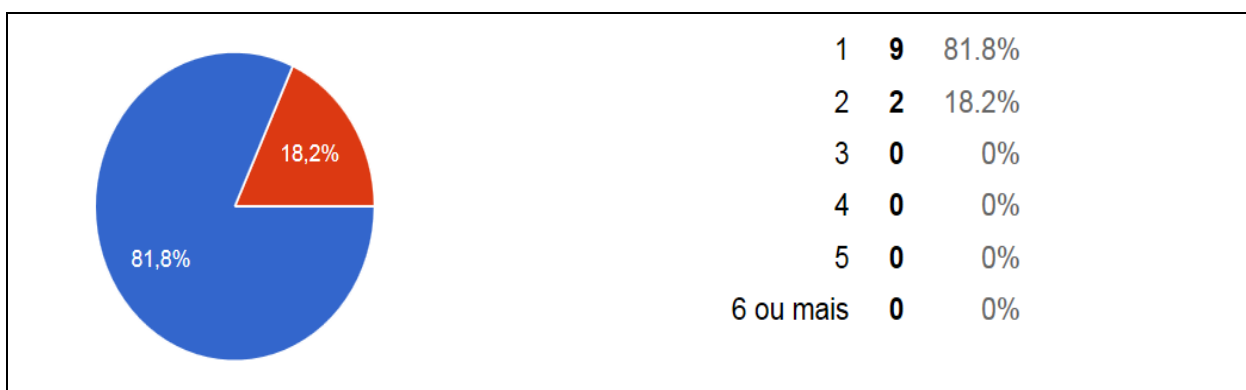
Figura 7 – Feirantes que possuem empregados.



Fonte – autor, 2016

O gráfico acima exemplifica como as feiras de Pelotas ainda são em sua maioria familiares. Foi perguntado ao feirante se possuía empregados para auxílio nas tarefas pertinentes a comercialização, produção e distribuição dos produtos. Mais de 80 % dos feirantes entrevistados trabalham em família sendo que 19,6 % possuem empregados. Mesmo estando este número bem abaixo do nível de trabalhadores familiares, ainda representa papel importante na economia local.

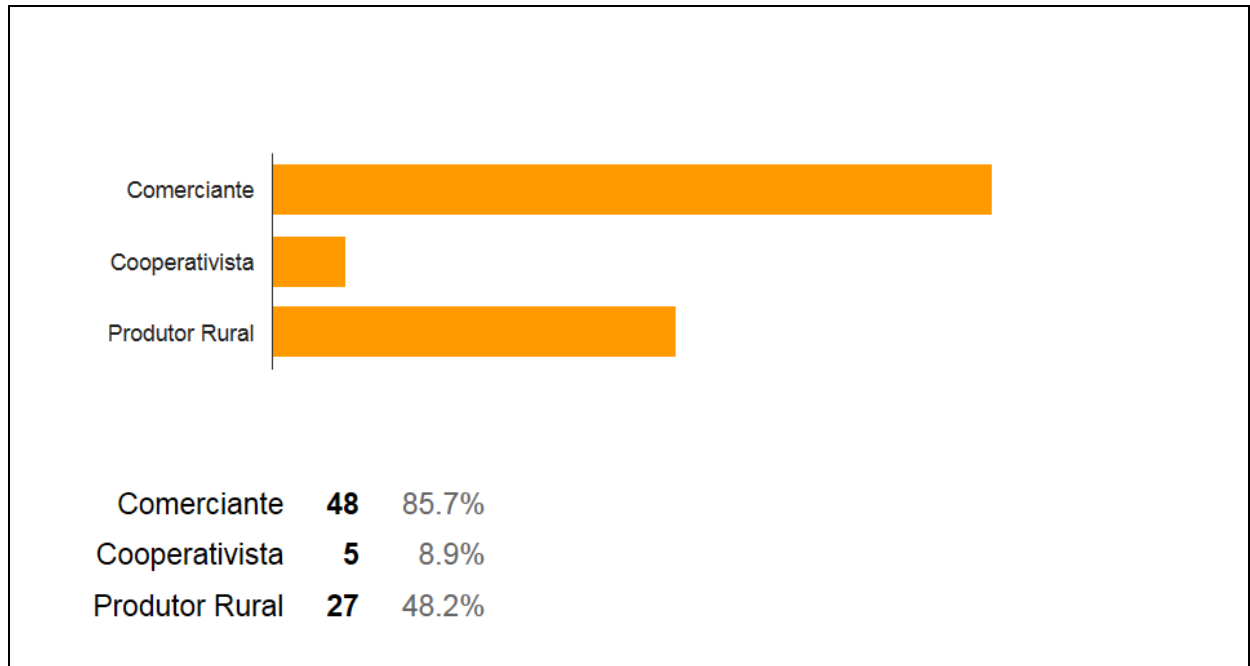
Figura 8 – Quantidade de empregados trabalhando nas feiras.



Fonte – Autor, 2016

Basicamente a quantidade de um empregado esta na casa dos 81 %, sendo que com dois empregados esta na casa dos 18 %. Isto demonstra que por se tratar de um micro comercio, a necessidade de se ter mais uma pessoa existe, porem por motivos burocráticos de se ter um empregado fixo tornam a contratação um ponto a mais a ser analisado.

Figura 9 – Regime de trabalho adotado pelo feirante.



FONTE – Autor, 2016

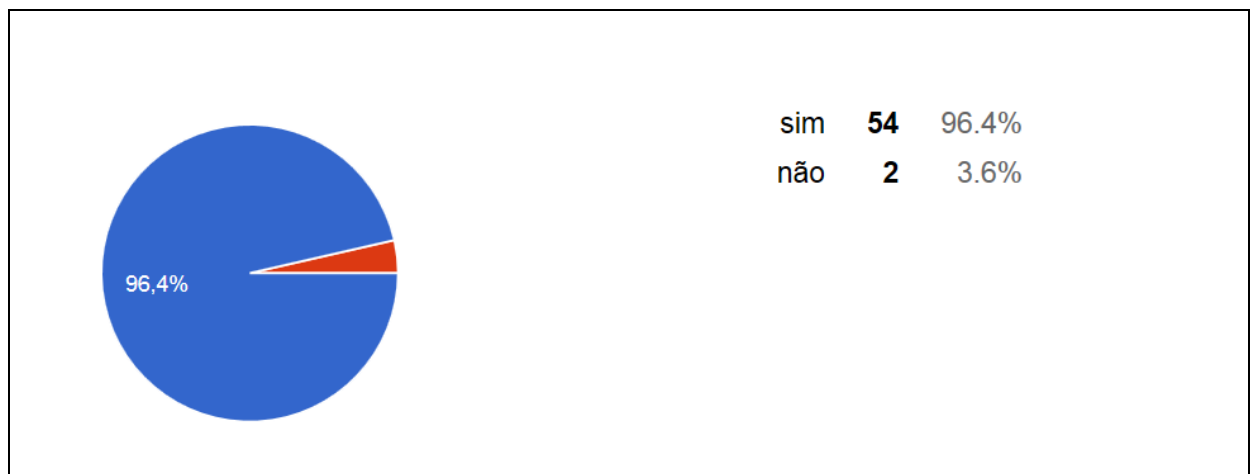
No gráfico sobre o regime de trabalho, podemos evidenciar que a maioria dos feirantes e de comerciante, ou seja, não produz os produtos que comercializa. Neste sentido, a cadeia caracteriza-se pela cadeia estendida, ou seja, os produtos comercializados são produzidos em regiões fora dos limites entendidos como micro região ou região produtora local. Esta cadeia, também é importante para o desenvolvimento local, a produção vem geralmente de um grande latifúndio onde os produtos são distribuídos em longas distancias, e entregues em centros locais de distribuição. O comerciante por sua vez desloca-se até o centro e compra variedades que irão abastecer sua banca na feira livre abastecendo as necessidades locais. Diferente disto, está o produtor rural local que produz seus produtos em pequenas propriedades localizadas nas redondezas da cidade. Esta cadeia caracteriza-se por alavancar a cultura de produção familiar. Isto se deve ao fato de que, de forma geral, a agricultura familiar está relacionada às pequenas e

tradicionais unidades de produção, com baixa tecnologia de produção, cuja organização interna tem como eixo a satisfação das necessidades da família que produz (WANDERLEY, 1999).

A cultura do cooperativismo ainda não é uma realidade frente aos outros regimes de trabalho. Muito desta situação ocorre devido a não haver uma cultura e principalmente uma política de incentivo voltada para a cooperação.

A prefeitura hoje não tem nenhum projeto com referência a formação de cooperativas voltada para o desenvolvimento da cultura de produção local ou familiar, mesmo tendo uma importância fundamental para a região, ainda e falha esta situação.

Figura 10 – Atuação em feiras da cidade.



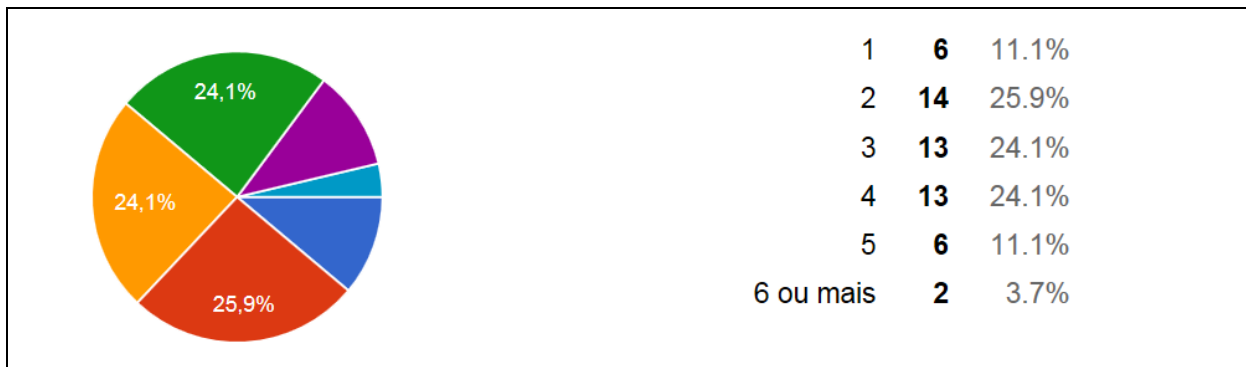
FONTE – Autor, 2016.

Como demonstra o gráfico, mais da metade dos feirantes atua em mais de uma feira na cidade. Como as feiras tem uma característica peculiar na cidade de Pelotas de não ter um único local específico, a pesquisa apontou que a maioria atua em outras feiras.

Uma característica marcante e que as feiras são realizadas tanto nos bairros como no centro da cidade. Em dias alternados e horários pré-definidos, as feiras são característica marcante na história de Pelotas.

Neste contexto, vemos as feiras não apenas como formas e lugares de anônima aglomeração periódica, mas espaços de sociabilidade específica, gestados no contexto da modernidade.

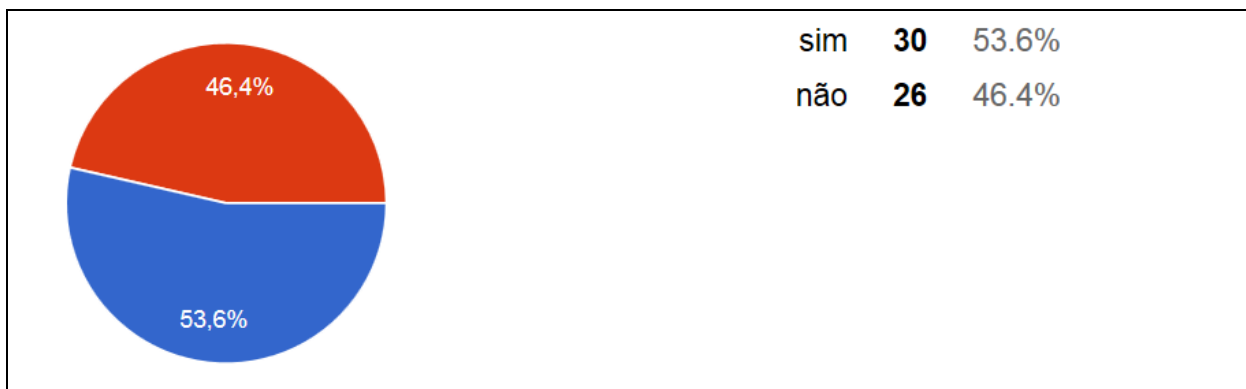
Figura 11 – Quantidade de feiras que o feirante participa.



FONTE – Autor, 2016

Conforme a figura fica evidenciado que em sua maioria, os feirantes participam de mais de uma feira. Estas feiras, muitas delas, são em locais previamente determinados pela prefeitura o que causa uma frequência de feiras na cidade. Como a feira é considerada um fator agregador, esta característica é bastante marcante, ocasiona esta troca de relação entre consumidor e feirante.

Figura 12 – Feirantes possuidores de terra própria.

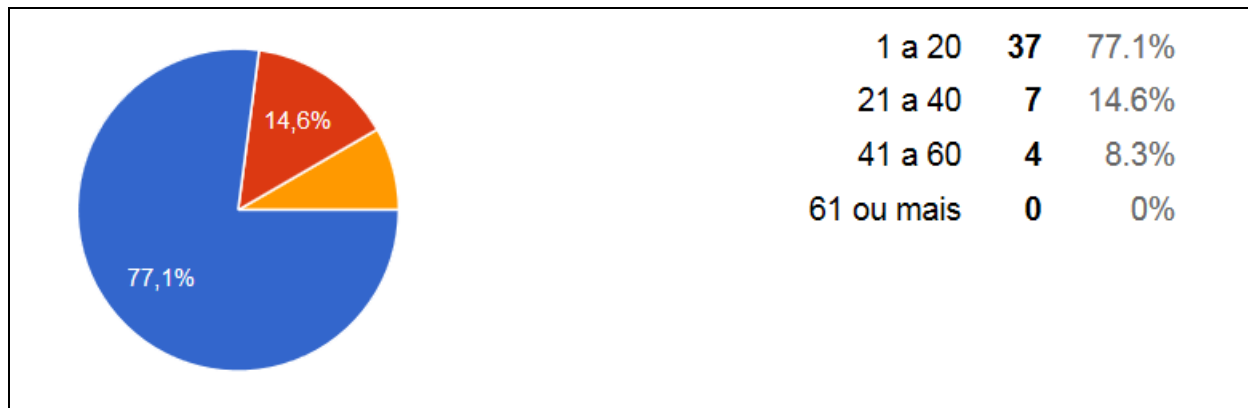


FONTE – Autor, 2016

Um fator característico do estudo, foi que, mesmo sendo maioria, o feirante que não possui terra própria 53,6%, o feirante que possui terra própria, 46,4%, muitas vezes não produz seus produtos que comercializa, ou seja, opta por ser comerciante em vez de micro produtor.

Isto se deve ao fato de que, de forma geral, a agricultura familiar está relacionada às pequenas e tradicionais unidades de produção, com tecnologia atrasada, cuja organização interna tem como eixo a satisfação das necessidades da família que produz (WANDERLEY, 1999).

Figura 13 – A quantidade de terra que o feirante possui.



FONTE – Autor, 2016

Neste gráfico podemos evidenciar que como trata-se de feirantes, fica evidenciado que em sua maioria, possui 3 hectares de terra. Um fator marcante sobre a análise do tamanho das propriedades foi que mesmo tendo terra, muitos optam por adotar o regime de comerciante, não produzindo o que vende.

Este fator aparentemente tem a ver com a idade, pois como a média de idade é de 40 a 60 anos, muitos não trabalham mais diretamente em sua propriedade produzindo pois como o cultivo ainda se dá de forma artesanal, muitos não conseguem mais realizar sua própria produção.

4.2 - Caracterização das relações de proximidade produção-comercialização.

As feiras são espaços públicos de circulação de culturas e pessoas, tornando-se um local de socialização e construção de uma identidade territorial única e democrática entre diferentes classes, crenças, idades e raças.

Nesse sentido, a produção em pequenas escalas voltada para pequenos mercados torna a relação entre produtor e consumidor mais estreita e direta, ou seja, existe uma identificação entre os agentes envolvidos no sentido de diminuir o número de atravessadores e oferecer os produtos diretamente ao consumidor.

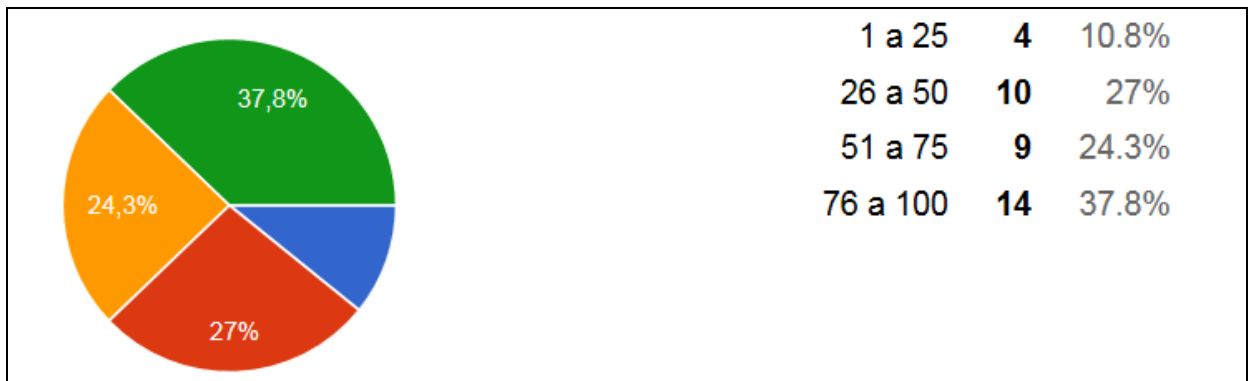
Figura 14 – A comercialização de produtos de própria produção



FONTE – Autor, 2016

A figura exemplifica um dado relevante do estudo, os produtos comercializados, são em sua maioria produzida pelos próprios feirantes. Cabe resaltar que estes produtos produzidos na região obedecem a sazonalidade local. Neste contexto o feirante comerciante tem papel relevante no abastecimento da clientela local.

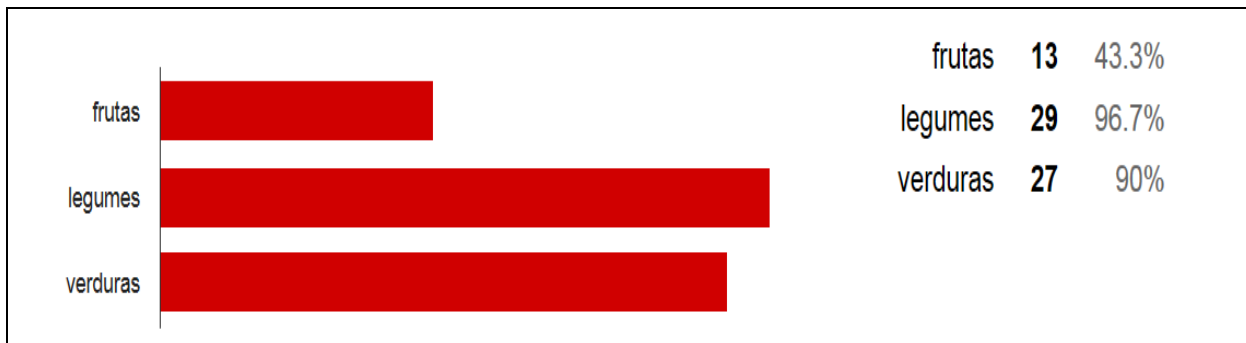
Figura 15 – A porcentagem de produtos de própria produção.



FONTE – Autor, 2016

Na casa do 80%, o gráfico exemplifica a porcentagem de produtos produzidos para a comercialização. Cabe ressaltar que esta produção é somente dos feirantes que tem terras e produzem seus produtos.

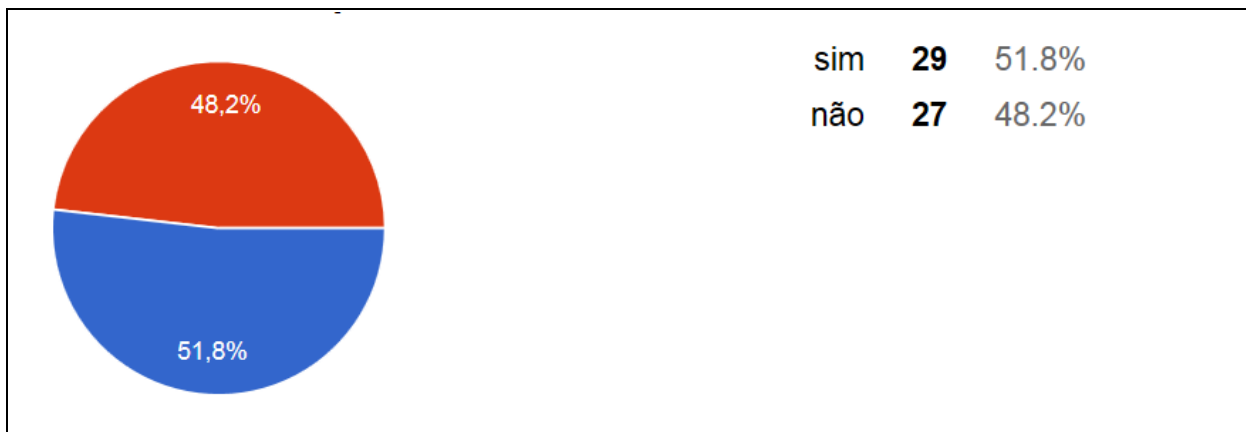
Figura 16 – Os principais produtos produzidos pelos feirantes.



FONTE: Autor, 2016

Neste quadro cabe ressaltar que, todos os produtos produzidos seguem a sazonalidade local das plantações, obtendo produtos de época. Já o feirante comerciante, como utiliza-se da cadeia espacial estendida, comercializa produtos de regiões com sazonalidades de produtos diferente da região de Pelotas. Um bom exemplo é a abóbora que vem do centro do país e é entregue no centro de distribuição, e abastece praticamente o ano inteiro a região.

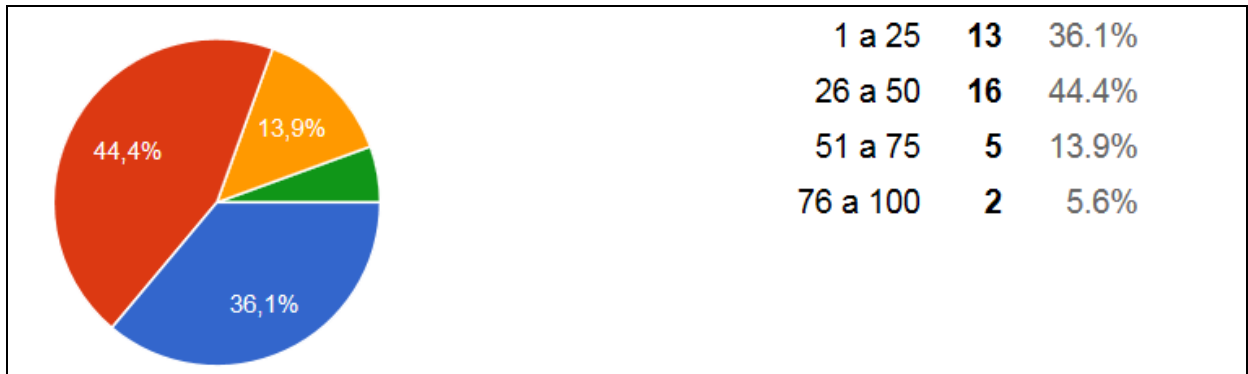
Figura 17 – A comercialização de produtos entre vizinhos.



FONTE – Autor, 2016

A comercialização de produtos entre vizinhos, fica exemplificada no gráfico acima. Nele é possível verificar que esta comercialização atende os conceitos da cadeia de proximidade espacial (*spatial proximity*): os produtores de uma mesma região realizam as vendas para varejistas locais e comercializam produtos entre si. Esta característica também auxilia as famílias de produtores rurais, pois a produção excedente ou até mesmo a produção específica para venda direta ao feirante, gera renda.

Figura 18 – A porcentagem dos produtos adquiridos entre vizinhos.



FONTE – Autor, 2016

A porcentagem dos produtos adquiridos entre os vizinhos, nos mostra que a comercialização dos produtos não é apenas ao consumidor final. Esta característica tem relação com o excedente e a necessidade de determinados produtos que por motivo de sazonalidade ou produção específica visa atender as necessidades locais.

No conceito de cadeia de proximidade espacial (*spatial proximity*): os produtores de uma mesma região realizam as vendas para varejistas locais. Esta produção, além de visar o abastecimento local, também cria laços de confiança e aproximação dentro da cadeia produtiva.

Figura 19 – Os principais produtos adquiridos entre vizinhos



FONTE – Autor, 2016

Os principais produtos comercializados entre os feirantes, são as frutas, legumes e verduras produzidas na região. Um fator que se deve ressaltar e que nem todos os produtores são feirantes.

Há produtores que se especializaram em produzir os produtos para outra pessoa comercializa-las nas feiras, ou seja, daí surge a figura do comerciante nas feiras populares da cidade.

Figura 20 – Comercialização de produtos que contenha certificação geográfica com características próprias, artesanais ou contenha selo de qualidade comprovada.



FONTE – Autor, 2016

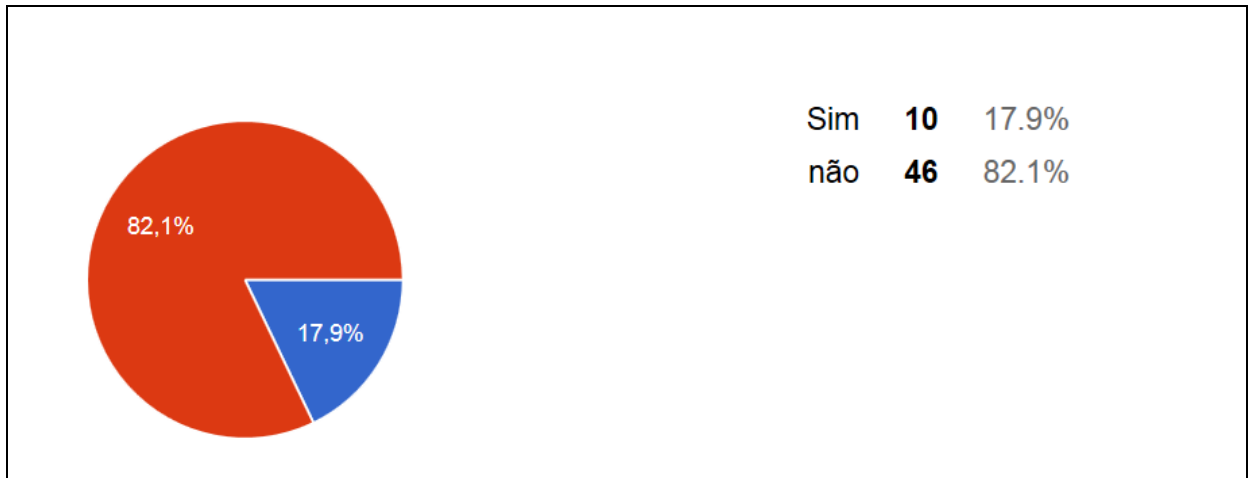
4.3 – Caracterização da qualidade

Um fator relevante na comercialização de produtos com apelo natural ou orgânicos evidenciado na pesquisa, foi que na maioria das feiras populares da cidade, não há uma diversificação de produtos tidos como normais com produtos orgânicos sendo comercializados no mesmo local.

Na comercialização dos produtos orgânicos, a comercialização ocorre em feiras distintas das feiras normais, ou seja, ainda há uma distância entre os feirantes quanto a comercialização de produtos orgânicos e produtos de produção normais.

Este fato ocorre por vários motivos, tais como: falta de informação por parte dos feirantes tradicionais, que veem o produto orgânico como competidor direto ao produto tradicional, falta de apoio por parte da prefeitura em desenvolver o capital humano nas feiras para obter um melhor aproveitamento desta cultura popular local, falta de incentivo a criação de cooperativa de produção de produtos tradicionais locais, orgânicos locais, e associações de comerciantes nas feiras tradicionais de Pelotas.

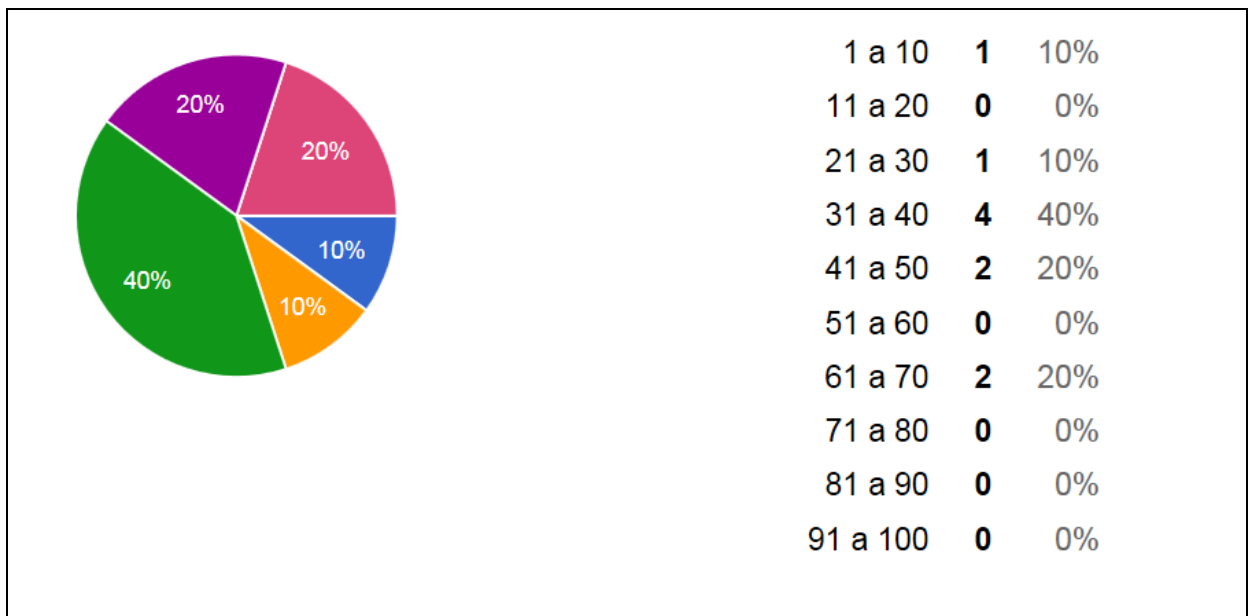
Figura 21 – Comercialização de produtos que tem apelo natural ou orgânico.



FONTE – Autor, 2016

Na cidade, as feiras são divididas, ou seja, para comercialização de produtos orgânicos há um espaço e dia determinado da semana. Para a comercialização dos produtos normais, que são a maioria, também há dia e local específico para a comercialização.

Figura 22 – Porcentagem de faturamento de produtos orgânicos e ecológicos, em relação aos produtos comuns.



FONTE – Autor, 2016

Com relação a porcentagem do faturamento entre os produtos orgânicos, ecológicos em relação aos produtos normais comercializados, fica evidente que os rendimentos dos produtos orgânicos e bem superior aos demais visto que os

produtos carregam maior valor agregado. Os produtos tidos como normais, mesmo sendo produzidos em grande escala nas cadeias, tanto na média quanto na estendida espacial, não tem tanto valor agregado. Uma mudança nos valores de consumo de produtos, vem acontecendo gradativamente nos consumidores.

Mesmo que ainda os produtos comuns tenham um maior volume de vendas, os rendimentos são superiores quando colocados em concorrência com produtos orgânicos.

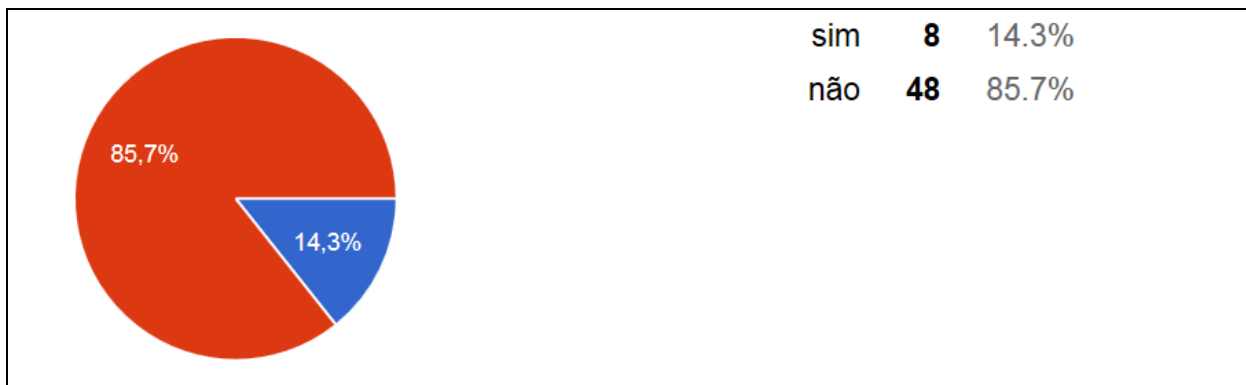
Figura 23 – Produtos de gênero orgânicos ou agro ecológicos mais comercializados.



FONTE – Autor, 2016

Mesmo sendo minoria nos produtos comercializados nas feiras devido a produção ser diferenciada, e haver poucos produtores na região, os produtos orgânicos ou agro ecológicos tem seu espaço na comercialização local. Um fator e que na sua maioria estes produtos são Legumes e vegetais pois são mais facilmente cultivados que as frutas.

Figura 24 – Porcentagem de comercialização de produtos com rotulagem ou selo ambiental.



FONTE – Autor, 2016

Este gráfico exemplifica como a produção e comercialização de produtos com selo ou rotulagem ambiental ainda é carente nas feiras da cidade. Os produtos com rotulagem além de também ter valor agregado como produtos orgânicos e agroecológicos, possuem uma cadeia diferenciada pois devido a sua certificação, a marca agrega valor e confiança ao produto comercializado. Nas feiras de pelotas há uma carência também deste tipo de produto.

Um fato que fica notório na pesquisa e que comerciantes de produtos normais e comerciantes de produtos orgânicos, agro ecológicos ou com rotulagem, não trabalham no mesmo espaço. Este afastamento causa ilhas de comércio características para cada qualidade de produtos. Hoje não se acha produtos orgânicos sem ser em uma feira ou espaço específico para este tipo de comercialização. Mesmo fator é evidenciado nas feiras tradicionais da cidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo proporcionou mostrar as características tanto das relações de comércio nas feiras livres, bem como as principais características dos feirantes.

Como características dos feirantes entrevistados observa-se que são predominante homens (78%), com idade entre 41 e 50 anos (30,4%), trabalham com a família (91,1%), geralmente em dois membros familiares (45,1%), não possuem empregados (80,4%), mas quando possuem é geralmente um empregado (81,8%), são juridicamente classificados como comerciantes (85,7%), atuam em mais de uma feira (96,4%), entre 2 e 4 (74,1%), possuem terra própria (53,6%), entre 1 e 20 ha (77,1%).

Em relação a caracterização das relações de proximidade de produção-comercialização, constatou-se que os feirantes comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%), comercializam produtos dos vizinhos (51,8%), em até 50% do que vendem (80,5%), e não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%).

Considerando que a maioria dos feirantes entrevistados declararam que comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%) é possível inferir em relação a caracterização espacial que os feirantes entrevistados participam como atores das cadeias curtas de produção do tipo face-to-face. Além disso, considerando que comercializam produtos dos vizinhos (51,8%) e em até 50% do que vendem (80,5%), pode-se inferir relações de proximidade espacial na comercialização destes produtos.

Os resultados não permitem inferir a presença de relações estendidas de comercialização nas feiras, pois os feirantes declararam que não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%). A partir desta informação é possível também inferir que os feirantes comercializam pouco produtos artesanais ou com características próprias, distintas da produção industrial, característica de qualidade das cadeias curtas.

Também relação a caracterização da qualidade, constatou-se que os feirantes não comercializam produtos com apelo natural ou orgânico (82,1%), e nem mesmo

com rotulagem ou selo ambiental (85,7%), o que indica que os feirantes comercializam predominantemente produtos do modo convencional de produção. Desde modo, é possível constatar uma contribuição dos feirantes para as relações de produção consumo do tipo face-to-face e de proximidade espacial apenas. As demais características de cadeias curtas indicam lacunas que poderiam ser aprimoradas neste modo de comercialização.

Neste sentido, a pesquisa com as feiras tidas como tradicionais da cidade, o consumidor não encontra bancas com produtos com apelo orgânico ou agroecológico. Um exemplo é a feira da Avenida Bento Gonçalves, considerada a maior feira semana da cidade, e a feira do entardecer, também na Avenida Bento Gonçalves, realizada nas terças feiras a noite. Quando da aplicação dos questionários nestes locais, quando perguntado sobre comercialização de produtos agroecológicos ou orgânicos, em sua maioria, as respostas foram que a produção orgânica é inviável para as feiras. Este pensamento ocorre principalmente pela falta de informação, e o receio de que o orgânico tomara o lugar dos produtos normais.

As feiras orgânicas da cidade, ocorrem em dias pré-determinados da semana, bem como os lugares de atuação. Este distanciamento é o causador das ilhas de comercialização. Outro fato é que durante a pesquisa, foi evidenciado que não há uma política pública de incentivo, organização do espaço, programa de capacitação do produtor familiar atuante na região. Perguntado sobre a prefeitura, como organiza e colabora para a realização das feiras, foi descrito que o envolvimento ainda é mínimo no sentido de proporcionar capacitação pessoal, incentivar o jovem a permanecer nesta área, controlar e organizar da melhor forma possível os espaços físicos da cidade onde as feiras são executadas e principalmente investir na conscientização de que o produto agroecológico e orgânico tem seu espaço no comércio local, bem como os produtos normais.

A implantação de mudanças na área da qualidade é um desafio para qualquer organização, pois requer das pessoas, compromisso, não só a mudança nos processos, mas também gerando mudança de comportamento. Há a necessidade de preparar os feirantes para entender, reter e conquistar os clientes, a fim de garantir a competitividade. Como estes não conseguem competir com os grandes latifúndios produtores devido ao fator de limitações em economias de escala, é viável utilizar-se de inovação nos conceitos de produtos, processos e satisfação do cliente para estabelecer o seu posicionamento no mercado.

Como limitações do estudo, cita-se a pouca abrangência da pesquisa, a qual apesar de ser o foco de estudo também acaba por apresentar uma fatia da realidade das feiras livre. O pequeno número de entrevistados também é considerado um limitador em uma pesquisa quantitativa, entretanto verifica-se como uma oportunidade de pesquisa pela possibilidade de levantamento mais abrangente em um futuro.

Nesse sentido, sugere-se a aplicação da mesma pesquisa em outras cidades da região sul como forma de comparar as realidades locais, buscar aperfeiçoamento da atividade de realizar as feiras populares, buscando traçar metas de otimização do processo nas cidades participantes da pesquisa.

Como profissional da área de administração, compreender os elementos que compõe a feira livre proporciona subsídios para a organização de processos de gestão eficientes que auxiliem os feirantes em sua atividade comercial. O presente trabalho permitiu compreender um pouco da realidade local dos feirantes e das feiras populares da cidade e sua dinâmica de atuação referente aos alimentos orgânicos, as cadeias de produção familiares locais, bem como traçar o perfil do feirante que atua nas feiras populares da cidade de Pelotas.

REFERÊNCIAS

- BRUMER, Anita. Transformações e estratégias produtivas na produção familiar na agricultura gaúcha. **Cadernos de Sociologia**. Porto Alegre, v.6, n.1,p. 98-11, 1994.
- CANUTO, J. C.; SILVEIRA, M. A. da; MARQUES, J. F. O sentido da agricultura familiar para o futuro da agroecologia. **Ciência & Ambiente**, Santa Maria, v. 1, n.1, p. 57-63, 1994.
- DAROLT, M.R. Agricultura Orgânica: inventando o futuro. Londrina: IAPAR, 2002. 250 p.
- FARINA, M. M. Q.; NUNES, R. Para além da agricultura: o efeito “treadmill” no sistema agroindustrial de alimentos no Brasil. In: Economia Aplicada: FIPE, v.8, n.2, 2004.
- MALUF, Renato S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004. Disponível em <http://cdn.fee.tche.br/ensaios/ensaios_fee_25_1.pdf> Acesso em 27 nov. 15.
- SILVA, Nilcéia de Jesus Alves da. **A produção hortigranjeira no município de Maringá**. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Geografia. Universidade Estadual de Maringá. Maringá, PR: 2006. Disponível em <<http://www.pge.uem.br/documentos-para-publicacao/dissertacoes-1/dissertacoes-2006-pdfs/a%20producao%20hortigranjeira%20final%20para%20impressao.pdf>> Acesso em 27 nov. 15
- ABRAMOVAY, Ricardo. Agricultura familiar e desenvolvimento territorial. **Reforma Agrária**, Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária, v. 28 n. 1, 2, 3 e 29, nº1. jan/dez 1998 e jan/ago 1999. Disponível em <<http://wp.ufpel.edu.br/ppgdtsa/files/2014/10/Texto-Abramovay-R.-Agricultura-familiar-e-desenvolvimento-territorial.pdf>> Acesso em 27 nov. 15
- GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. O perfil dos feirantes ecológicos de Pelotas-RS. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007, p. 1461-1464. Disponível em: < <http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rbagroecologia/article/view/6580/4885>> . Acesso em: 27 nov. 15
- BOJANIC, A. FAO: agricultura familiar e agronegócio são chave para crescimento. Depoimento [17 julho 2015]. Brasil: Portal Brasil. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/07/fao-agricultura-familiar-e-agronegocio-sao-chave-para-crescimento>>. Acesso em 27 nov. 15
- FAO. Perspectivas agrícolas no Brasil: desafios da agricultura brasileira 2015-2024. OCDE, 2015. Disponível em < www.agri-outlook.org> Acesso em 27 nov 15.
- SILVA, Edna Lúcia da / MENEZES, Estera M. Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. 3ª edição, Florianópolis : Laboratório de Ensino a

Distância da UFSC, 2001.

DESLAURIERS J-P. Recherche qualitative; guide pratique. Québec (Ca): McGrawHill, Éditeurs, 1991.

RAMPAZZO, Lino. *Metodologia Científica: Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação*. São Paulo: Loyola, 2005.

CHIZZOTTI, A. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. Petrópolis: Vozes, 2006.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v.40, n.4, p.424-438, 2000.

TREGGAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, v. 27, n. 4, p. 419-430, 2011.

CRUZ, F.T. Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra – RS. 2012. 292f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2012.

GOODMAN, D.; SORJ, B.; WILKINSON, J. **Da lavoura às biotecnologias: agricultura e indústria no sistema internacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.
GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-7, 2003.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, Série Estudos Rurais, 2008.

MARSDEN, T. Rural Futures: The Consumption Countryside and its Regulation. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 39, n. 4, p. 501-520, 1999.

MARSDEN, T. Theorising food quality: some key issues in understanding its competitive production and regulation. In: HARVEY, M.; MCMEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). **Qualities of food**. New York: Palgrave, 2004. p. 129-155.

RICOTTO, A. J. **Uma rede de produção e comercialização alternativa para a agricultura familiar: O caso das feiras livres de Misiones, Argentina**. Porto Alegre: UFRGS, 2002. (dissertação de mestrado), Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

BRAUDEL, F. (1979). *Civilização material, economia e Capitalismo séculos XV-XVIII. O jogo das trocas*. Tomo 2. Tradução de Telma Costa. Editorial Teorema. Lisboa.

JUSTINO, D. (1989). *A Formação do Espaço Económico Nacional. Portugal, 1810-1913*. Vol. 1. Vega. Lisboa.

CARDOSO, C. A. de A; MAIA, D. S. Das feiras às festas: as cidades médias do interior do nordeste. In: SPÓSITO, M. E. B. **Cidades Médias: espaços em transição**. SP: Expressão Popular, 2007. p. 517-550.

CASCUDO, Luís da Câmara. Tradições Populares da pecuária nordestina. Documentário da vida rural. N.9. RJ: Ministério da Agricultura, Secretaria de Informação Agrícola, 1956.

CHIARELLO; Maralucia. ORLOWSKI, Rosemari Fátima; WACKULICZ; Gilmar Jorge. Feiras livres: uma alternativa de geração de renda aos agricultores familiares de Chapecó (SC) 2008. Disponível em http://www.apec.unesc.net/II%20EEC/sessoes_tematicas/Regional/Artigo15.pdf. Acesso em 15 nov. 2015.

POZZEBOM, L. et al. Repercussões territoriais das feiras de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó/SC: Considerações sobre a SAN e o autoconsumo dos agricultores familiares.

GAZOLLA, Márcio; SCHNEIDER, Sérgio. A produção da autonomia: os papéis do autoconsumo na reprodução social dos agricultores familiares. **Revista Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro: v15, p.89-122, 2007.

GAZOLLA, Márcio. **Agricultura familiar, segurança alimentar e políticas públicas**: uma análise partir da produção para autoconsumo no território do Alto Uruguai/RS. 2004. 306 f. Dissertação (Mestrado Desenvolvimento Rural) Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

MARTINEZ, Ernesto Álvaro. Feiras de produtos coloniais e agroecológicos. In **Segurança alimentar e nutricional**: a contribuição das empresas para a sustentabilidade das iniciativas locais. São Paulo: Instituto Pólis, 2003.

LAMARCHE, H. (Coord.). **Agricultura familiar**: comparação internacional. Tradução de Ângela M. N. Tijiwa. Campinas: Unicamp, 1993. v. 1. (Coleção Repertórios).

ALTMANN, R. (Coord.). Perspectivas para a agricultura familiar: horizonte 2010. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002.

BLUM, R. **Agricultura familiar**: um estudo preliminar da definição, classificação e problemática. In: TEDESCO, J. C. (Org.). Agricultura familiar: realidades e perspectivas. 3.ed. Passo Fundo: UPF, 2001. p. 57-104.

CONAB - COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - Disponível em < <http://www.conab.gov.br/> > Acesso em 27 nov 15

CASTRO, Moysés Araújo. **Importância da agricultura para o desenvolvimento regional**. Disponível em:<<http://www.geografia.uema.br/re/2003nov/06agric.htm>> Acesso em: 27 nov 15.

OLALDE, Alicia Ruiz. **Agricultura familiar e desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <http://www.ceplac.gov.br/radar/Artigos/artigo3.htm>. Acesso em: 27 nov 15.

TEDESCO, João Carlos (Org.) (1999). **Agricultura familiar: Realidades e perspectivas**. 2ª ed. Passo Fundo: EDIUPF. 405p.

PRETTI, F. Valor nutricional das hortaliças. *Horticultura brasileira.*, v. 18, 2000, Suplemento Julho. p. 16-20.

Apêndices:**Questionário aplicado na pesquisa.****Questionário:****Caracterização do feirante**

Gênero: M () F () Idade _____ anos.

Trabalha com a família? SIM () NÃO () Se sim, quantos? _____

Possui empregados? SIM () NÃO () Se sim, quantos? _____

Regime de trabalho (Jurídico). Comerciante (), Cooperativista () Produtor rural ()

Atua em outras feiras? SIM (), Quantas _____ NÃO ()

Possui terra própria? SIM (), Quantidade de Hectares _____ NÃO ()

Caracterização da cadeia

1. Comercializa produtos de sua própria produção? SIM (), qual a porcentagem _____%,
Quais os principais produtos adquiridos _____ NÃO ()

2. Adquire produtos de vizinhos produtores? SIM (), qual a porcentagem _____% Quais
os principais produtos adquiridos _____ NÃO ()

3. Comercializa algum produto que tem apelo natural (orgânico, agroecológico etc...)
Sim () Qual a porcentagem do faturamento destes produtos em relação aos demais _____,
Quais são estes produtos _____

4. Comercializa algum produto com certificação, rotulagem ou selo AMBIENTAL. SIM () NÃO ()
Se sim, qual a certificadora _____, Quais os produtos _____

5. Comercializa produtos que tenham identificação de algum lugar específico que tenham características próprias, artesanal, ou algum outro tipo de selo, como por exemplo, de produção familiar ou sabor gaúcho. SIM (), Qual a porcentagem _____, Quais produtos _____ NÃO ()