



A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS: A IMPLANTAÇÃO DA FEIRA DOS AGRICULTORES FAMILIARES DE UNAÍ, MG E SEUS IMPACTOS NA RENDA DAS FAMÍLIAS

THE SOCIAL CONSTRUCTION OF MARKETS: THE IMPLANTATION OF THE FAIR OF THE FARMERS FAMILIARS OF UNAÍ, MG AND YOUR IMPACTS IN THE INCOME OF THE FAMILIES

Kaik Durães Nunes Zica¹; Warley Henrique da Silva²; Ana Paula Borges Mendonça¹;
Suzane Vieira Souza¹; Marcelo Leite Gastal³

¹FACTU - Unaí - MG; ²INESC - Unaí - MG; ³Embrapa Cerrados - Planaltina - DF

Resumo

O objetivo deste trabalho é apresentar o processo de implantação de uma feira como estratégia de construção social de novos mercados pela agricultura familiar de Unaí, MG e mostrar o impacto dessa comercialização na renda das famílias. O processo de implantação da feira seguiu as seguintes etapas: a) mobilização dos interessados; b) pesquisa para caracterizar o perfil dos potenciais consumidores; c) restituição dos resultados para o grupo de agricultores; d) solicitação do alvará de funcionamento; e) elaboração do regulamento de funcionamento; f) escolha da comissão de gerenciamento. Os principais entraves encontrados na implantação da feira foram a excessiva burocracia, a demora em liberar o alvará, e o custo das barracas. Contudo, a feira foi iniciada em dezembro de 2012, após 19 meses de planejamento, com 15 feirantes, apenas 43% do grupo inicial interessado. A média de renda bruta mensal obtida por agricultor foi de R\$ 1.053,55. A comercialização na feira tornou-se a principal fonte de renda das famílias representando em média 61% da renda dos estabelecimentos estudados. Os resultados obtidos demonstraram que uma iniciativa simples dessa natureza pode ser relevante economicamente, entretanto se mostrou mais complexo para operacionalização do que se pensa tendo em vista as dificuldades encontradas.

Palavras-chave: construção social; mercados; agricultura familiar; feira livre; comercialização

Abstract

The goal of this project is to present the process of deploying a city fair as social construction strategy for the creation of new markets for family farmers of Unai, Minas Gerais and show the impact of commercialization on their household income. The implementation process of the fair involved the following steps: a) mobilization of stakeholders, b) research to characterize the profile of potential consumers c) refund the results for the group of farmers,

d) request business license e) preparation of the operating rule, f) choice of the management committee. The main obstacles encountered in the implementation of the fair were excessive bureaucracy, the delay in releasing the license, and the cost of the tents. However, the fair started in December 2012, after 19 months of planning, with 15 stallholders, only 43% of the initial group concerned. The average monthly gross income per farmer was R\$ 1,053.55. The sale at the fair became the main source of income of households representing on average 61% of the income of the studied establishments. The results showed that such a simple initiative can be economically relevant, however proved more complex to operationalize than one would think in view of the difficulties encountered.

Keywords: social construction; markets; family agriculture; free market; commercialization

Introdução

A limitação de recursos de capital e custeio faz com que a agricultura familiar crie estratégias para minimizar riscos na produção e comercialização. É premente reforçar a autonomia dos atores desinformados e explorados das cadeias produtivas, de maneira participativa e interativa, por meio do fortalecimento de suas capacidades de representação e de análise dos elementos determinantes, de fluxos e agentes dos circuitos de comercialização (SABOURIN; CERDAN, 2002). O conhecimento de novas possibilidades de inserção de produtos da agricultura familiar nos mercados de forma mais eficiente é estratégico para a manutenção desse grupo produtivo no ambiente competitivo de cadeias produtivas estruturadas.

Nesse sentido, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) de Unaí, como instituição que representa a maioria dos agricultores familiares, vem estimulando uma reflexão coletiva de um projeto viável para a agricultura familiar do município. Dentro dessa reflexão, melhorar a comercialização é o grande rumo que os mesmos consideram como pertinente e, com isso, estão imbuídos em viabilizar meios para que se concretize. Para tal, criaram a Cooperativa Mista dos Agricultores Familiares de Unaí e Noroeste de Minas Gerais (COOPERAGRO), com o intuito de facilitar a produção e comercialização de produtos oriundos dos estabelecimentos familiares e acesso às políticas públicas.

Nas discussões com os agricultores estimuladas pelo STR, pela Cooperagro e pela Embrapa Cerrados, foram identificados dois principais nichos de mercado potenciais para os agricultores, e são eles: os mercados institucionais e a estruturação de uma feira livre. Surge então a ideia de estruturação de uma feira livre exclusiva de agricultores familiares no município, com o objetivo principal de oferecer mais uma opção de comercialização.

As feiras livres possibilitam o acesso dos agricultores ao mercado, gerando renda para compra de produtos para consumo familiar, de forma a ser considerada uma importante

política distributiva, possibilitando que a renda da população permaneça no município contribuindo para seu desenvolvimento (CASANE e MACHADO, 2010).

Steiner (2005) adverte que a criação de um mercado resulta de um importante trabalho da sociedade sobre si mesma e não pode ser considerado como um resultado espontâneo, evidente, proveniente unicamente do comportamento egoísta dos agentes. As transações mercantis resultam de decisões institucionais, de relações pessoais e culturais que sofrem e veiculam as contingências da história.

Neste sentido, o objetivo deste trabalho é sistematizar a implantação da feira, como processo de construção social de mercado e mostrar o impacto dessa comercialização de produtos na renda das famílias.

Material e Métodos

Vários autores descrevem métodos de sistematização de experiência, dentre eles CHAVES (2007), HOLLIDAY (2006) E ECKERT (2008). Para o desenvolvimento da sistematização proposta utilizou-se o método descrito por Holliday (2006), que apresenta um método com cinco tempos: 1º tempo - O ponto de partida (reunião de atores, dados, informações e relatórios envolvidos na experiência); 2º tempo - As perguntas iniciais (Para que queremos sistematizar? Quais aspectos centrais dessa experiência interessa sistematizar?); 3º tempo - Recuperação do processo vivido; 4º tempo - A reflexão de fundo (analisar, sintetizar e interpretar criticamente o processo); 5º tempo - Os pontos de chegada (formular as conclusões e comunicar a aprendizagem).

O levantamento e tratamento de dados para a determinação do impacto que a comercialização de produtos na feira causa na renda das famílias foram realizados adaptando-se os procedimentos descritos em BONNAL *et al.* (1994) e GASTAL *et al.* (2002). Os dados técnicos e socioeconômicos foram coletados em cinco estabelecimentos de agricultores familiares que participaram da Feira, o que corresponde a 25% do total de agricultores feirantes no ano de 2013. Mensalmente, durante o ano de 2013, foram levantados os fluxos de caixa: despesas e receitas dos estabelecimentos. Feito isso, calculou-se a representatividade da comercialização na renda geral das famílias feirantes.

O Processo de Implantação da Feira

Para viabilizar a implantação da feira, diversas reuniões com agricultores de todas as regiões do município foram necessárias. Nestas reuniões, foram discutidas as formas de como seria estruturada a feira, que mais tarde serviu de base para elaboração de uma proposta de regimento interno do seu funcionamento. Surgiu também à ideia da realização de uma pesquisa de mercado nos bairros próximos ao local de instalação. Os dados obtidos

com a pesquisa serviram de base para a estruturação da feira (dia, horário, preferências e sugestões dos potenciais consumidores, etc.). Tais resultados também embasaram o planejamento da produção junto aos agricultores (principais produtos demandados pelos consumidores, quantidades, frequência de compras, valores gastos, etc.).

Foi apresentado um levantamento dos elementos que compõem uma feira e também orçamentos financeiros dos mesmos para os agricultores, sendo eles: barracas, kits feira (bonés e aventais), instalações elétricas e recipientes para coleta de lixo. Ficou acordado por todos que as barracas e os kits feira deveriam ser padronizados, pois esta questão estética seria usada como vantagem competitiva em relação às outras feiras. A grande dificuldade sentida pelos agricultores foi o alto valor do investimento nas barracas. O menor orçamento obtido para aquisição foi de (R\$ 1.090,00). Isso desanimou os agricultores, mas não foi motivo de abandono da ideia por acreditarem na vantagem que isso traria.

A Cooperagro reuniu todos os documentos necessários para dar início ao processo de concessão do alvará. Foi necessário o pagamento das seguintes taxas, sendo elas: Taxa de Localização (R\$ 14,72), Taxa de Vistoria e Fiscalização (R\$ 12,90) e Taxa de Expediente (R\$ 9,45). Após o pagamento das taxas, foi protocolado o pedido do alvará junto à prefeitura de Unaí, mais especificamente à Secretaria de Fiscalização e Obras. O que era para ser um processo relativamente rápido transformou-se em um caso anormal em decorrência da burocracia e falta de experiência de certos órgãos por se tratar da primeira feira legalizada no município.

Infelizmente, a demora na emissão do alvará e o alto custo de aquisição das barracas desmobilizaram os agricultores. Para minimizar este fato foram feitas visitas às propriedades de cada agricultor/feirante. Nas vésperas da inauguração, depois de muito esperar, mais uma condicionante foi anexada ao processo. Era necessária a emissão de um laudo da fiscalização sanitária atestando que o local de funcionamento da feira estava dentro dos padrões mínimos exigidos por lei.

Dia 13 dezembro foi realizada uma reunião em que alguns dos produtores feirantes presentes decidiram começar a feira com ou sem alvará dia 22 de dezembro de 2012. Uma reunião com baixa participação de agricultores, pois além da desmotivação ser grande, já era época de plantio, o que dificulta a saída deles das propriedades. A decisão só pôde ser levada a diante, pois grande parte dos agricultores feirantes que não estavam na reunião já haviam se posicionado a favor por telefone. Neste mesmo dia às 17 horas o alvará foi emitido pela prefeitura.

Após 19 meses de planejamento, dia 22 de dezembro de 2012 a Feira da Agricultura Familiar de Unaí começou suas atividades com a participação de 15 feirantes, represen-

tando apenas 43% do total inscritos no início do projeto. Atualmente são 20 agricultores familiares que comercializam os mais variados tipos de produtos. Levando em consideração os dados da Tabela 1 e considerando uma média de quatro pessoas por família, estima-se que a renda obtida com a venda dos produtos na feira beneficia diretamente cerca de 80 pessoas, com uma renda média semanal de R\$ 263,39. Isso representa uma renda mensal de R\$ 1.053,55.

O Impacto da Comercialização na Renda das Famílias

Os dados da Tabela 1 demonstram a relação entre a participação das diversas modalidades de comercialização estabelecidas pelas unidades familiares no total do faturamento

Tabela 1. Demonstrativo geral dos ingressos e despesas dos estabelecimentos participantes da feira.

DESCRIÇÃO	VALOR R\$	%
PRODUTO BRUTO (PB)	R\$ 144.915,09	100%
Produção vendida a terceiros	R\$ 9.284,00	6%
Produção vendida para a Merenda Escolar (PNAE)	R\$ 33.608,86	23%
Produção comercializada na Feira	R\$ 88.642,73	61%
Variação do Rebanho	R\$ 13.379,50	9%
CONSUMO INTERMEDIÁRIO (CI)	R\$ 66.480,44	46%
Insumos gerais	R\$ 66.480,44	46%
VALOR AGREGADO BRUTO (VAB) = (PB) - (CI)	R\$ 78.434,65	54%

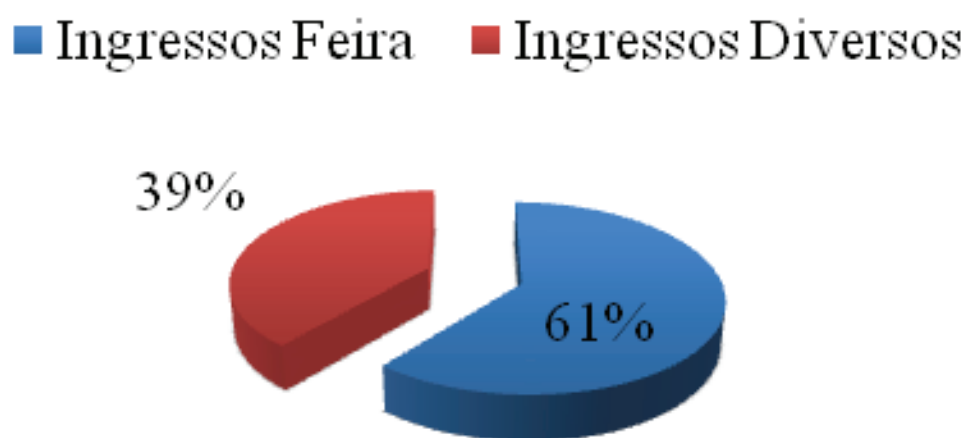


Figura 1. Comparativo entre os ingressos nos estabelecimentos familiares participantes da feira.

obtido durante o ano de 2013, permitindo assim a análise do impacto dos principais canais de comercialização no total da renda das famílias feirantes.

Destaca-se a significância da construção social de mercados, como feira da agricultura familiar do município, que representa 61% de todos os ingressos (Produção) nos estabelecimentos acompanhados. A Feira contribui de forma significativa para a composição das rendas das famílias (Figura 1).

Conclusões

Como foi mostrado, o planejamento da feira foi um processo demorado e trabalhoso, evidenciando a grande diferença que existe entre trabalhar em situação real e uma situação hipotética, teórica.

Difícilmente qualquer política ou programa de governo prevê as dificuldades e entraves que são apresentados no âmbito local, como no caso, a obtenção de um alvará de funcionamento, pois normalmente não são concebidas prevendo isso.

Este trabalho mostra como uma simples ideia, a organização de uma feira por alguns agricultores, pode se tornar um processo complexo tendo em vista os fatores externos incontroláveis, como a burocracia morosa local.

Revela como esses fatores externos nocivos que os agricultores não têm controle, a burocracia lenta e o preço das barracas, pode influenciar negativamente, desmotivando 20 agricultores dos 35 iniciais envolvidos no processo.

A renda média obtida quer seja semanal de R\$ 263,39 ou mensal de R\$ 1.053,55 mostra que a comercialização dos produtos na feira é uma ótima alternativa tendo em vista os resultados alcançados. Isso é corroborado pelo fato de que essa comercialização em praticamente um ano de funcionamento, já responde por 61% dos ingressos financeiros dos agricultores (as) feirantes.

Referências

BONNAL, P.; XAVIER, J. H. V.; SANTOS, N. A. dos; SOUSA, G. L. C. de; ZOBY, J. L. F.; GASTAL, M. L.; PEREIRA, E. A.; PANIAGO JÚNIOR, E.; SOUSA, J. B. de. **O papel da rede de fazendas de referência no enfoque de pesquisa/desenvolvimento: Projeto Silvânia**. Planaltina: Embrapa-CPAC, 1994. 31 p. (Embrapa-CPAC. Documento 56).

CAZANE, A. L.; MACHADO, J. G. C. F. **Análise das feiras livres de Tupã-SP a partir do comportamento do consumidor de FLV**. Campo Grande 2010. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/828.pdf>. Acesso em: junho de 2013.

GASTAL, M. L.; XAVIER, J. H. V.; ROCHA, F. E. de C.; MOLINA, M. C.; ZOBY, J. L. F. **Método participativo de apoio ao desenvolvimento sustentável de assentamentos de reforma agrária**. Planaltina: Embrapa Cerrados, 2002. 41 p.

HOLLIDAY, Oscar Jara. **Para sistematizar experiências**/Oscar Jara Holliday; tradução de: Maria Viviana V. Resende. 2. ed., revista. – Brasília: MMA, 2006. 128 p. ; 24 cm. (Série Monitoramento e Avaliação, 2).

SABOURIN, E. CERDAN, C. **Ficha 4. Diagnóstico sucinto e participativo de cadeias produtivas.** In: SABOURIN, E.; TEIXEIRA, O. A. ed. tec. Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais. Conceitos, controvérsias e experiências. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002.

STEINER, P. **A sociologia econômica**, trad. Maria H. C. Trylinski, São Paulo, Editora Atlas, 2006.