

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ENGENHARIA
CAMPUS DE ILHA SOLTEIRA**

DANIELA CAPELAS CENTENO NAKAO

**FEIRAS LIVRES MUNICIPAIS COMO ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO
DOS AGRICULTORES FAMILIARES EM JALES-SP**

Ilha Solteira
2021

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONOMIA
SISTEMAS DE PRODUÇÃO

DANIELA CAPELAS CENTENO NAKAO

**FEIRAS LIVRES MUNICIPAIS COMO ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO
DOS AGRICULTORES FAMILIARES EM JALES-SP**

Tese apresentada à Faculdade de
Engenharia de Ilha Solteira – UNESP para
obtenção do título de Doutora em Agronomia.
Especialidade: Sistemas de Produção
Orientador: Prof. Dr. Antônio Lázaro
Sant'Ana

Ilha Solteira
2021

FICHA CATALOGRÁFICA
Desenvolvido pelo Serviço Técnico de Biblioteca e Documentação

Nakao, Daniela Capelas Centeno.
N163f Feiras livres municipais como alternativa de comercialização dos agricultores familiares em Jales-SP / Daniela Capelas Centeno Nakao. -- Ilha Solteira: [s.n.], 2021
88 f. : il.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira. Especialidade: Sistemas de Produção, 2021

Orientador: Antônio Lázaro Sant'Ana
Inclui bibliografia

1. Características da produção. 2. Perfil dos consumidores. 3. Venda direta.
4. Economia local.

Rafaela da Silva Santos
Rafaela da Silva Santos

Supervisora Técnica de Serviço
Seção Técnica de Referência, Atendimento ao usuário e Documentação
Biblioteca Técnica de Biblioteca e Documentação
CSB-01 - 2020

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO DA TESE: Feiras livres municipais como alternativa de comercialização dos agricultores familiares em Jales-SP.

AUTORA: DANIELA CAPELAS CENTENO NAKAO

ORIENTADOR: ANTONIO LÁZARO SANT'ANA

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Doutora em AGRONOMIA, área: Sistemas de Produção pela Comissão Examinadora:



Prof. Dr. ANTONIO LÁZARO SANT'ANA (Participação Virtual)
Departamento de Fitotecnia, Tecnologia de Alimentos e Sócio Economia / Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira - UNESP

Profª. Drª. SILVIA MARIA ALMEIDA LIMA COSTA (Participação Virtual)
Departamento de Fitotecnia, Tecnologia de Alimentos e Sócio Economia / Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira - UNESP

Profª. Drª. ALINE DE OLIVEIRA MATOSO (Participação Virtual)
Departamento de Agronomia / Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM

Profª. Drª. FLAVIANA CAVALCANTI DA SILVA (Participação Virtual)
Faculdade de Ciências Agrárias, Biológicas, Eng. e da Saúde / Universidade do Estado de Mato Grosso - UNEMAT

Profª. Drª. CRISTINA TONDATEO (Participação Virtual)
Departamento de Agronegócio / Faculdade de Tecnologia de Jales - FATEC

Ilha Solteira, 13 de janeiro de 2021

DEDICATÓRIA

Dedico esta pesquisa aos agricultores familiares e consumidores das feiras livres de Jales, pois foram eles os protagonistas.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus por me ajudar e me acompanhar em todos os momentos.

A meu orientador Antônio Lázaro Sant'Ana pela orientação e ensinamentos.

A minha família por ser a minha base em tudo.

A meu marido Allan Hisashi Nakao pelo apoio de sempre.

A meus amigos e em especial a Glaucia Luciane Cham Menezes Cândido de Paula por ser minha parceira de viagem todos os dias e a Débora Pavani Silva por me acompanhar durante toda essa jornada.

Por fim, aos meus cachorrinhos por tirarem meu estresse e serem companheiros de todas as horas.

“Nada é por acaso! ”. Chico Xavier.

RESUMO

Os circuitos curtos de comercialização são definidos como a venda direta dos agricultores/produtores aos consumidores ou, no máximo, com um grau de intermediação. Nos primórdios da agricultura era a forma predominante de venda dos produtos e, após modernização da agricultura, voltou a ser revalorizada, especialmente pelos agricultores familiares, como alternativa de geração de renda em pequena escala. Este trabalho objetivou analisar as características dos agricultores que participam em circuitos curtos de comercialização e as suas diferentes estratégias de inserção no mercado, e também avaliar o perfil e comportamento dos consumidores das feiras livres do município de Jales - SP. Foi aplicado um questionário a 21 agricultores que comercializam em feiras livres e outro questionário específico, dirigido a 70 consumidores que frequentam as feiras livres do referido município. Constatou-se que 90,48% dos agricultores são familiares, tem a agropecuária como sua principal fonte de renda e apresentam grande diversificação de produção e comercialização, composta por olerícolas, frutas e alguns alimentos de origem animal. A maioria dos agricultores participam em mais de um canal de comercialização, inclusive em circuitos longos, embora considerem mais vantajosa a venda em circuitos curtos, o que envolve além da comercialização direta ao consumidor, também a venda a agentes ligados ao comércio varejista. A comercialização em circuitos curtos é responsável por mais de 80% da renda agropecuária para mais de 70% desses agricultores, contribuindo para a manutenção dessas famílias no campo. Os consumidores pesquisados possuem um perfil semelhante aos consumidores de feiras livres do país. A maioria vai à feira semanalmente e gasta em média até R\$50,00 a cada visita, adquirindo com maior frequência hortaliças e frutas. A qualidade dos produtos é o maior motivo de comprarem regularmente há vários anos nas feiras (maioria a mais de 10 anos), porém, parte dos consumidores também compram os mesmos alimentos de outros agricultores. Dificuldades relatadas em comprar os alimentos nas feiras foram relatadas por um quarto dos consumidores (25,71%) e ainda, três quartos (77,14%) disseram que complementam as compras, dos mesmos alimentos, em supermercados e quitandas. A inserção em circuitos curtos de comercialização constitui-se em estratégia muito relevante para os agricultores familiares do município de Jales- SP.

Palavras-chave: Características da produção. Perfil dos consumidores. Venda direta. Economia local.

ABSTRACT

Short marketing channels are defined as the direct sale of farmers / producers to consumers or, at most, with a degree of intermediation. In the early days of agriculture it was the predominant way of selling products and, after modernization of agriculture, it was revalued again, especially by family farmers, as an alternative for small-scale income generation. This work aimed to analyze the characteristics of the farmers who participate in short marketing circuits and their different strategies of insertion in the market, and also to evaluate the profile and behavior of the consumers of the free fairs in the municipality of Jales - SP. A questionnaire was applied to 21 farmers who trade in open markets and another specific questionnaire, addressed to 70 consumers who attend free fairs in that municipality. It was found that 90.48% of the farmers are family members, with agriculture as their main source of income and have great diversification of production and commercialization, composed of vegetables, fruits and some foods of animal origin. Most farmers participate in more than one marketing channel, including long circuits, although they consider selling short circuits to be more advantageous, which involves not only direct marketing to consumers, but also sales to agents linked to retail trade. Commercialization in short circuits is responsible for more than 80% of the agricultural income for more than 70% of these farmers, contributing to the maintenance of these families in the countryside. The consumers surveyed have a profile similar to the consumers of free markets in the country. Most go to the fair weekly and spend an average of up to R \$ 50.00 each visit, purchasing vegetables and fruits more frequently. The quality of the products is the biggest reason to buy regularly at the fairs for several years (most of them for more than 10 years), however, some consumers also buy the same food from other farmers. Difficulties reported in buying food at fairs were reported by a quarter of consumers (25.71%) and yet, three quarters (77.14%) said that they complement purchases of the same food in supermarkets and greengrocers. The insertion in short marketing channels is a very relevant strategy for family farmers in the municipality of Jales-SP.

Key words: Production characteristics. Consumer profile. Direct selling. Local economy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- Distribuição percentual dos estabelecimentos rurais, enquadrados como familiares no Estado de São Paulo, em função do principal tipo de atividade agropecuária desenvolvida, segundo o Censo Agropecuário 2017.....	18
Figura 2	- Número de estabelecimentos rurais, enquadrados como familiares no município de Jales - SP, em função do principal tipo de atividade agropecuária desenvolvida, segundo o Censo Agropecuário 2017.....	20
Figura 3	- Estrutura dos canais de comercialização para os bens de consumo.....	23
Figura 4	- Tipologia de circuitos curtos de produtos ecológicos no Brasil....	25
Figura 5	Croqui do Brasil, estado de São Paulo e município de Jales com divisão dos respectivos limites territoriais.....	30
Figura 6	- Pesquisa de campo com agricultores familiares feirantes, em algumas feiras do município de Jales – SP.....	31
Figura 7	- Croqui de parte da cidade de Jales - SP com a localização das feiras livres.....	33
Figura 8	- Visão parcial da Feira Municipal do “Comboio”, em Jales - SP....	35
Figura 9	- Visão parcial da Feira Municipal do “Comboio”, em Jales - SP....	35
Figura 10	- Visão parcial da Feira do Produtor Rural Roque Viola, em Jales - SP.....	36
Figura 11	- Visão parcial da Feira do Produtor Rural do Bairro Arapuã, em Jales-SP.....	36
Figura 12	- Visão Parcial da Feira da Rodoviária, em Jales - SP.....	37
Figura 13	- Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos agricultores pesquisados, no município de Jales – SP.....	38
Figura 14	- Distribuição percentual, em função da escolaridade, dos agricultores pesquisados no município de Jales – SP.....	38
Figura 15	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do número total de pessoas e do número de familiares que trabalham na propriedade, no município de Jales – SP.....	39
Figura 16	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em Jales - SP, em função do tipo de renda externa dos membros da família.....	40
Figura 17	- Distribuição percentual das propriedades pesquisadas, em função do tamanho das áreas (em hectares), no município de Jales – SP.....	41
Figura 18	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que possuem a propriedade e/ou trabalham na área agropecuária e o tempo (anos) que comercializam para circuitos curtos, no município de Jales – SP.....	43
Figura 19	- Número de agricultores pesquisados de acordo com o destino da produção, em Jales-SP.....	45
Figura 20	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do canal de comercialização mais vantajoso.....	46

Figura 21	- Número de agricultores pesquisados, em função do tipo de vantagem que atribuem às vendas diretas ao consumidor, em Jales – SP.....	47
Figura 22	- Número de agricultores pesquisados, em função do tipo de desvantagem que atribuem às vendas diretas ao consumidor, em Jales – SP.....	48
Figura 23	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da pretensão (ou não) de realizar modificações na produção.....	50
Figura 24	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da pretensão (ou não) de realizar modificações na comercialização.....	50
Figura 25	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do recebimento de assistência técnica.....	52
Figura 26	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da classificação do recebimento de assistência técnica...	52
Figura 27	- Número de agricultores pesquisados, em função dos cursos recebidos quanto à formação técnica.....	53
Figura 28	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta agropecuária familiar, obtida por meio da propriedade, no município de Jales – SP.....	54
Figura 29	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta agropecuária familiar, obtida por meio dos circuitos curtos, em Jales- SP.....	55
Figura 30	- Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da faixa salarial familiar obtida na propriedade rural, no município de Jales - SP.....	56
Figura 31	- Distribuição percentual em função da faixa etária, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.....	57
Figura 32	- Distribuição percentual em função da escolaridade, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.....	57
Figura 33	- Distribuição percentual, em função da condição de ocupação, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.....	58
Figura 34	- Distribuição percentual em função da origem da renda dos principais provedor(es) das famílias dos consumidores pesquisados, em feiras livres, no município de Jales – SP.....	59
Figura 35	- Distribuição percentual em função da quantidade de pessoas que compõe a família dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.....	60
Figura 36	- Distribuição percentual em função da renda familiar dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.....	60
Figura 37	- Alimentos mais comprados pelos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.....	61
Figura 38	- Tipos de hortaliças mais compradas pelos consumidores e produzidas pelos agricultores pesquisados nas em feiras livres, no município de Jales-SP.....	62

Figura 39	- Tipos de frutas mais compradas pelos consumidores e produzidas pelos agricultores pesquisados nas feiras livres, no município de Jales - SP.....	63
Figura 40	- Distribuição percentual em função da frequência de compra de alimentos pelos consumidores pesquisados nas feiras livres de Jales - SP.....	64
Figura 41	- Distribuição percentual em função da quantidade de tempo que os consumidores pesquisados compram alimentos nas feiras livres de Jales - SP.....	65
Figura 42	- Distribuição percentual em função do valor médio gasto pelos consumidores, em cada visita às feiras livres de Jales – SP.....	65
Figura 43	- Número de consumidores em função da motivação de consumo de alimentos provenientes das feiras livres de Jales - SP.....	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	- Principais culturas permanentes cultivadas de acordo com o número de estabelecimentos rurais, quantidade produzida e área total dos agricultores enquadrados como familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.....	21
Quadro 2	- Principais culturas temporárias cultivadas de acordo com o número de estabelecimentos rurais, quantidade produzida e área total dos agricultores enquadrados como familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.....	21
Quadro 3	- Principais culturas da horticultura cultivadas de acordo com o número de estabelecimentos rurais e quantidade produzida dos agricultores enquadrados como familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.....	22
Quadro 4	- Distribuição da participação dos agricultores familiares nas feiras livres de Jales - SP.....	34
Quadro 5	- Tipo de canais de comercialização utilizados e opinião dos agricultores feirantes pesquisados, em Jales-SP, quanto ao canal mais vantajoso para aqueles que utilizam mais de um tipo.....	46

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CC	Circuito Curto
CDRS	Coordenadoria de Desenvolvimento Rural Sustentável
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CSA	Comunidade que Sustenta a Agricultura
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
UFMS	Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	AGRICULTURA E COMERCIALIZAÇÃO.....	15
2.1	Agricultura familiar.....	15
2.2	Agricultura familiar no município de Jales.....	19
2.3	Canais e circuitos curtos de comercialização.....	22
3	METODOLOGIA.....	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	33
4.1	Características das feiras livres municipais de Jales – SP.....	33
4.2	Pesquisa com os agricultores feirantes.....	37
4.3	Pesquisa com os consumidores.....	56
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
	REFERÊNCIAS.....	70
	APÊNDICE A – Formulário de entrevistas aplicado aos agricultores que vendem sua produção em circuitos curtos de comercialização em Jales – SP.....	81
	APÊNDICE B – Questionário aplicado aos consumidores.....	86

1 INTRODUÇÃO

Desde os tempos antigos os agricultores já comercializavam diretamente para os consumidores finais, no entanto, o conceito de “circuito curto” surgiu formalmente no Japão, em 1965, no momento em que algumas mães preocupadas com o alto uso de agrotóxicos, criaram as primeiras *teikei* (alianças) entre consumidores e pequenos agricultores que se comprometeram a fornecer alimentos livres de agrotóxicos em troca da fidelização na compra por parte dos consumidores (CEPAL, 2013). Esse tipo de comercialização se concretiza pelo simples fato do produto chegar até o consumidor final, com informações de onde foi produzido, por quem foi produzido e como foi produzido (PLOEG, 2008), sendo admitido, no máximo, a presença de um intermediário entre produtor e o consumidor (CHAFFOTTE; CHIFFOLEAU, 2007).

Enquadra-se como circuitos curtos a comercialização em feiras livres, para grupos de consumidores organizados tais como CSA – Comunidade que Sustenta a Agricultura e políticas públicas como o Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE e o Programa de Aquisição de Alimentos - PAA (RETIÈRE, 2014). Também incluem a comercialização nas propriedades rurais (ligadas ou não ao turismo rural), entregas em domicílio “delivery”, por meio de cestas, em associações e cooperativas de produtores, em restaurantes, no varejo local e em lojas virtuais (DAROLT *et al.*, 2016).

O município de Jales, assim como a região do seu entorno teve como característica, desde a colonização, a expressiva presença de pequenas propriedades rurais, trabalho familiar e diversificação agrícola (NARDOQUE, 2007). A fruticultura, a pecuária leiteira e de corte são as principais atividades agrícolas da microrregião geográfica de Jales. A olericultura também tem importante papel no mercado agrícola, pois é responsável por abastecer grande parte da demanda regional. Cabe ressaltar ainda que a partir de 2000, a cultura de cana de açúcar também obteve grande expansão na microrregião geográfica de Jales (SANT’ANA, 2011).

O município de Jales apresenta 719 estabelecimentos familiares (71,04% do total) que ocupam 12.540 hectares correspondendo a 39,61% da área total. As principais atividades agropecuárias são a pecuária leiteira, lavoura permanente (uva de mesa, laranja e borracha) e horticultura (alface, cebolinha e rúcula) e floricultura (muda de plantas ornamentais) (IBGE, 2017a).

A agricultura familiar possui presença predominante nos circuitos curtos de comercialização, pois a mão de obra familiar intensa aliada a diferentes competências (produção, transformação e comercialização), reduz custos e agrega valor ao produto (DAROLT *et al.*, 2016). Exime *et al.* (2021), relatam que o escoamento da produção familiar tem sido promissor nesse sistema de comercialização, principalmente quando se trata das feiras livres.

Diante deste cenário, buscou-se responder aos seguintes questionamentos: como se dá a comercialização dos agricultores no município de Jales? Quais são as estratégias que os produtores utilizam para comercializarem seus produtos diretamente aos consumidores, evitando os atravessadores? Qual o perfil socioeconômico desses agricultores? E como os consumidores se comportam e quais suas opiniões? A hipótese é que os agricultores utilizem as feiras livres como principal estratégia de inserção no mercado e aproximação dos consumidores, e que esse canal de comercialização é relevante para a renda destas famílias.

Em função disso, a pesquisa que originou esse trabalho visou analisar as características socioeconômicas e as diferentes estratégias de inserção no mercado dos agricultores familiares do município de Jales (SP), em circuitos curtos de comercialização de produtos *in natura* ou com algum tipo de agregação de valor e ainda avaliar o perfil socioeconômico e o comportamento dos consumidores dos produtos desses agricultores.

2 AGRICULTURA E COMERCIALIZAÇÃO

2.1. Agricultura familiar

A importância da agricultura familiar é vista como social e produtiva. Para tanto, após a década de 90 foram criadas algumas políticas públicas com o objetivo de garantir a reprodução, a produção de alimentos, a fixação do homem no campo e melhorar sua qualidade de vida (ESQUERDO; BERGAMASCO, 2014).

Segundo Schneider (2003), os estudos sobre agricultura familiar no Brasil se iniciaram a partir desse período e foram marcados por dois eventos, sendo o primeiro (1990) pelos movimentos sociais no campo e manifestações políticas e o segundo (1996) a partir da criação do Pronaf - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar como resposta as manifestações iniciadas em 1990. Para Machado (2020) houve ainda um terceiro evento, que foi a criação do PAA – Programa de Aquisição de Alimentos, em 2003, que tinha como objetivo promover a segurança alimentar e a sustentabilidade.

O PRONAF foi a principal política agrícola voltada para a agricultura familiar (GRISA; SCHNEIDER, 2014) e tinha como finalidade apoiar os agricultores familiares. A princípio o programa abrangia apenas o crédito de custeio, mas a partir de 1997 foi ampliado para a modalidade investimento (SCHNEIDER; MATTEI; CAZELLA, 2004).

Foi a partir da criação do PRONAF, que agricultura familiar ganhou visibilidade para a sociedade e o setor público (LIMA; SILVA; IWATA, 2019) e, por consequência disso, esse fato resultou na elaboração das normas que definem agricultura familiar (EMBRAPA, 2014). Para Serafim Júnior *et al.* (2021), a organização da agricultura familiar é marcada pelos modos de exploração, tamanho e gestão da propriedade, baseado na terra, mão de obra e família, se diferenciando assim, da patronal que por sua vez é caracterizada pelo maior nível de tecnificação, investimento e produção em grande escala.

Lamarche (1997) também destaca que a produção agrícola familiar é caracterizada pela junção da propriedade e o trabalho familiar, possuindo como objetivo garantir o sustento da família. Ploeg (2014) complementa que esse tipo de agricultura é definido pelo modo como as pessoas cultivam e convivem.

Lima, Silva e Ivata, (2019) afirmam que este tipo de agricultura se caracteriza pela gestão da propriedade compartilhada pela família e que a principal fonte de renda é proveniente da atividade agropecuária. Os autores ainda declaram que agricultor familiar possui uma forte ligação com a terra, seu local de trabalho e moradia.

É importante ressaltar que o termo agricultura familiar passou a ser o mais utilizado, porém, ainda persiste o emprego de outros termos como pequeno produtor, pequena produção, camponês e agricultura de baixa renda ou de subsistência (DENARDI, 2001).

Azevedo e Santos (2017) destacam que o camponês e agricultor familiar são o mesmo sujeito e são caracterizados por uma organização econômica que tem como base o trabalho familiar, mesmo que possua algum grau de integração aos mercados e de tecnificação. De acordo com Felício (2006) para o paradigma do capitalismo agrário, o camponês é visto como atrasado e tende a desaparecer, conforme o capitalismo avança, se transformando em agricultor familiar que se integra ao agronegócio. Porém, ainda de acordo com o autor para o paradigma da questão agrária, o agricultor familiar e o camponês não se diferenciam, pois são definidos pelo emprego da mão de obra e gestão da propriedade familiar.

Silva e Mendes (2009) consideram como agricultores familiares, aqueles que assumem diretamente com a família (ou parte desta) o trabalho, a gestão da propriedade e os meios de produção. Em termos legais, a Lei N° 11.326 de 24 de julho de 2006, estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais, ou seja, enquadra como agricultor familiar, aquele que simultaneamente atende os seguintes critérios (BRASIL, 2006):

- I – não detenha a qualquer título, área maior que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II – utilize predominante mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - tenha renda familiar predominante originada das atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
- IV - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas de seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; (Redação dada pela Lei ° 12.512, de 2011)
- V- Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

SOUZA *et al.* (2019) destacam que a agricultura familiar é constituída por vários tipos de agricultores, condições de acesso à terra, tamanho das propriedades,

desempenho econômico, acesso a políticas, acesso a mercados, entre outros aspectos. Ou seja, para os autores a agricultura familiar apresenta uma grande diversidade de situações, contrariando a ideia de homogeneidade que o conceito demasiado abrangente, tende a induzir.

Ainda na década de 1980, Pereira e Stülp (1982) já destacavam o papel importante dessas pequenas propriedades na produção de alimentos de primeira necessidade, atendendo ao autoconsumo das famílias e a venda/comercialização dos excedentes.

Cruz (2019) também afirma que a agricultura familiar é fundamental no abastecimento da população rural e urbana, principalmente quando se trata da manutenção da produção de alimentos que fazem parte da alimentação básica como o arroz, feijão, mandioca, amendoim, cana-de-açúcar, milho, produtos da horticultura e frutas.

Para Mattei (2014) além da agricultura familiar estar relacionada com a produção de alimentos básicos, está também apresenta importância em relação a geração de emprego na área rural e à preservação dos recursos naturais.

Sproesser *et al.* (2004) consideram o setor da agricultura familiar extremamente importante para o crescimento econômico do país. Guilhoto *et al.* (2006) afirmam que as estimativas do PIB voltado para o agronegócio familiar entre os anos de 1995 a 2003, demonstraram que os agricultores familiares são responsáveis por boa parte da riqueza nacional, apesar destes disporem de poucas terras, dificuldades creditícias, menor aporte tecnológico, fragilidade da assistência técnica e a subutilização da mão de obra. Ainda de acordo com os autores cerca de 1/3 do agronegócio brasileiro conferido a produção agropecuária é praticada pela agricultura familiar, que inclusive vem se destacando positivamente e superando até mesmo as taxas de crescimento relativas ao segmento patronal.

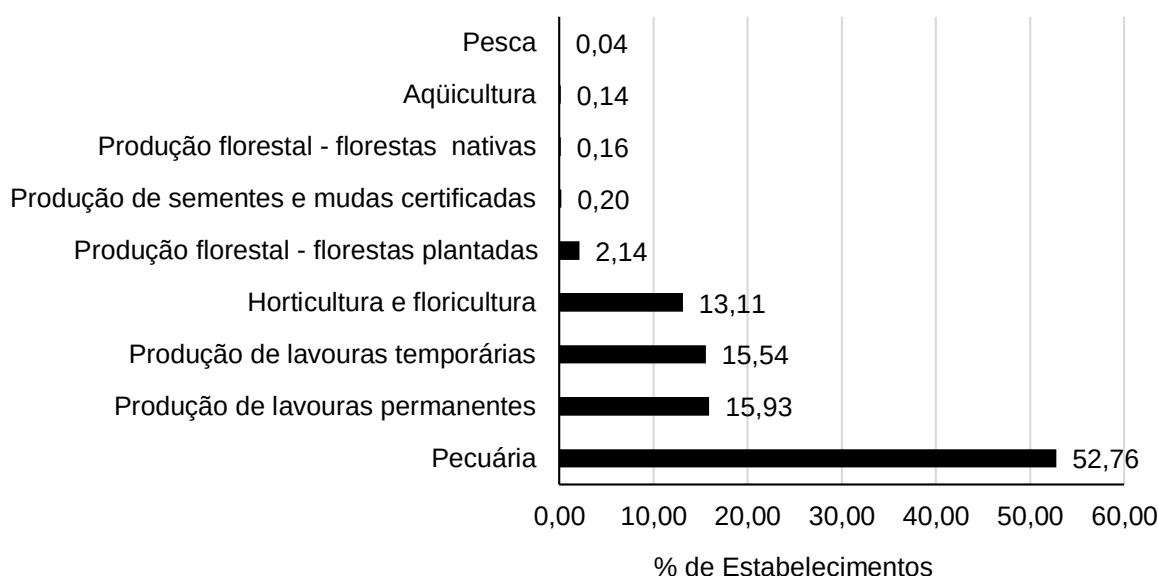
Aquino, Gazolla e Schneider (2018) afirmam que a agricultura familiar é responsável pela geração de emprego, ocupações, renda e ainda pela produção de alimentos destinados ao mercado doméstico, o que a torna extremamente importante para a estrutura agrária nacional. Tanto que Borges *et al.* (2020), afirmam que a agricultura familiar é fundamental para a população, pois grande parte dos alimentos consumidos são oriundos desse setor. E ainda de acordo com os autores fortalecer a permanência desses agricultores, representa respeito além de garantir a segurança

alimentar, à produção de matérias primas, o desenvolvimento local e regional e ainda conservar a natureza.

Para Lima, Silva e Iwata, (2019, p.57) a importância da agricultura familiar está vinculada “a capacidade de promover a segurança alimentar, a geração de emprego e renda, a mitigação da pobreza, a conservação da biodiversidade e a preservação das tradições culturais”.

O Brasil possui 5.073.324 estabelecimentos rurais, destes 3.897.408 (76,82%) se enquadram na agricultura familiar. Na Região Sudeste são 688.945 estabelecimentos, dos quais 122.555 no Estado de São Paulo (64,97% do total do Estado). Em termos atividades agropecuárias, a maioria trabalha com a pecuária (52,76%), 15,93% com as lavouras permanentes, 15,54% com as lavouras temporárias, 13,11% à horticultura e floricultura e os demais (2,66%) são estabelecimentos que voltam suas atividades à produção florestal (florestas plantadas e nativas), sementes e mudas certificadas, aquicultura e pesca (Figura 1) (IBGE, 2017a).

Figura 1 – Distribuição percentual dos estabelecimentos rurais, enquadrados como familiares no Estado de São Paulo, em função do principal tipo de atividade agropecuária desenvolvida, segundo o Censo Agropecuário 2017.



Fonte: IBGE (2017a). Adaptado pela autora.

A maioria dos produtos provenientes da agricultura é comercializada *in natura* e considerados perecíveis. Por esse motivo, necessitam de uma distribuição e

comercialização rápida. A venda para supermercados, restaurantes, açougues, padarias, instituições governamentais e feiras livres são exemplos de vários destinos para o comércio desses produtos. No entanto, devido a fatores como barganha e perecibilidade, que acabam afetando direta e indiretamente a renda dos agricultores, estes adotaram como estratégia as feiras livres que permitem contato direto ao consumidor, se tornando assim, em alguns casos, o canal mais utilizado por eles (CARVALHO; GROSSI, 2019).

2.2. Agricultura familiar no município de Jales

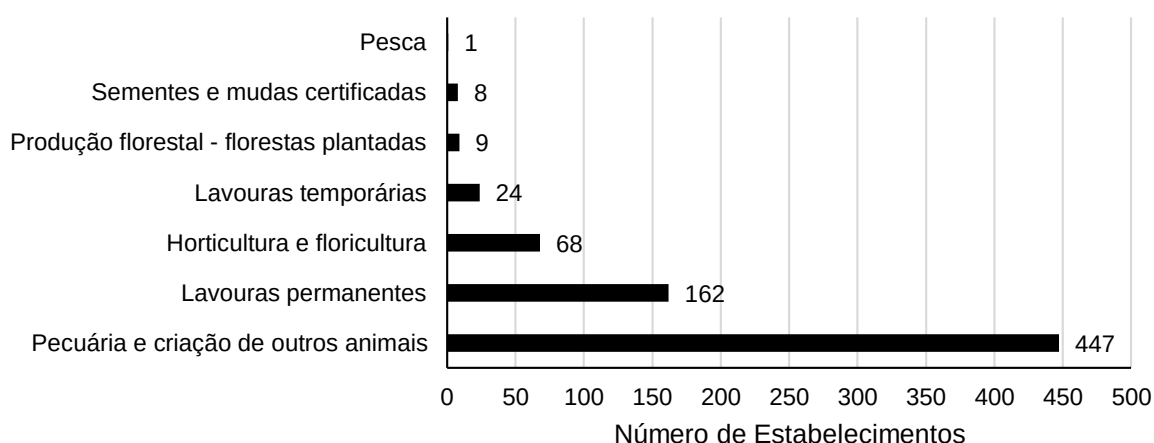
O processo inicial de ocupação de terras, na região de Jales, foi realizado por grileiros e fazendeiros do café por volta de 1920 (LOCATEL; LOCATEL, 2013). Nardoque (2007) relata que a origem de Jales e de outros municípios da região ocorreu com a divisão de uma grande gleba de terras, da Fazenda Ponte Pensa. Especificamente no município de Jales se efetivou com a grilagem das terras e pelo retalhamento de uma das glebas da referida fazenda.

De acordo com Coordenadoria de Desenvolvimento Rural Sustentável-CDRS (2013), a história da ocupação da região de Jales, por população não indígena, se inicia na década de 1930, com a chegada de colonizadores que implantaram as lavouras cafeeiras. Mas o principal fato, que levou ao desenvolvimento econômico, foi a chegada da via ferroviária, com a formação pequenos povoados, próximos à ferrovia (LOCATEL; LOCATEL, 2013), dando origem aos municípios de Jales, Urânia, Três Fronteiras e Santa Fé do Sul (CDRS, 2013).

Os imigrantes italianos, espanhóis e japoneses foram os grandes responsáveis pelo desenvolvimento da região, já que os mesmos, em sua maioria, eram ex-colonos de grandes fazendas de café de outras regiões do estado. Por esse motivo, até a década de 1960, houve o desbravamento da área e a instalação dos cultivos de café. No entanto, em 1975 ocorreu uma forte geada na região, que provocou uma grande crise no setor cafeeiro, sendo substituído por atividades agropecuárias diversificadas, como a pecuária leiteira e corte, fruticultura, seringueira e olerícolas. Com o passar do tempo, e devido à crise no setor cafeeiro, os japoneses foram pioneiros na diversificação das atividades agrícolas em direção à fruticultura, com a introdução da cultura da uva (viticultura) que aos poucos conquistou mais agricultores da região (CDRS, 2013).

Atualmente, segundo o Censo Agropecuário 2017, o município possui 1.012 estabelecimentos rurais desses 719 (71,04%) são familiares, com uma área média de 31,28 ha e 2,46 pessoas ocupadas por propriedade. As atividades econômicas mais expressivas são a pecuária e criação de outros animais, lavoura permanente e horticultura/floricultura (Figura 2). Quanto à pecuária e criação de outros animais, essa ganha destaque, pois 447 (62,16%) estabelecimentos rurais familiares detém esse tipo de atividade (IBGE, 2017a).

Figura 2 – Número de estabelecimentos rurais, enquadrados como familiares no município de Jales - SP, em função do principal tipo de atividade agropecuária desenvolvida, segundo o Censo Agropecuário 2017.



Fonte: IBGE (2017a). Adaptado pela autora.

Quando se trata das principais culturas permanentes cultivadas pelos agricultores familiares no município, é possível afirmar que em relação ao número de estabelecimentos a uva de mesa é a mais cultivada, já em relação à quantidade produzida e área total a laranja ganha destaque dentre as demais culturas (Quadro 1) (IBGE, 2017a).

Quadro 1 – Principais culturas permanentes cultivadas em termos do número de estabelecimentos rurais, quantidade produzida e área total dos agricultores familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.

Tipo de Atividade	Número de estabelecimentos	Quantidade produzida (toneladas)	Área total (hectares)
Uva (mesa)	70	1.636	166
Laranja	67	17.067	704
Borracha (látex coagulado)	36	141	272
Limão	14	494	44
Tangerina, bergamota, mexerica	11	57	13
Manga	8	91	13
Uva (vinho ou suco)	5	103	8

Fonte: IBGE (2017a).

Quanto às principais culturas temporárias cultivadas pelos agricultores familiares no município, é evidente que quanto ao número de estabelecimentos rurais e quantidade produzida a cana forrageira é a mais cultivada, porém, quando se trata de área colhida o milho forrageiro é a cultura mais expressiva (Quadro 2) (IBGE, 2017a).

Quadro 2 – Principais culturas temporárias cultivadas de acordo com o número de estabelecimentos rurais, quantidade produzida e área total dos agricultores enquadrados como familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.

Tipo de Atividade	Número de estabelecimentos	Quantidade produzida (toneladas)	Área colhida (hectares)
Cana forrageira	37	1.191	37
Mandioca (aipim, macaxeira)	30	46	9
Milho forrageiro	20	3.371	106
Milho em grão	17	183	40
Cana-de-açúcar	8	32	1
Sorgo forrageiro	5	738	27

Fonte: IBGE (2017a).

Já as culturas da horticultura (olerícolas) mais cultivadas pelos agricultores familiares no município, a alface lidera o ranking em relação ao número de estabelecimentos e também na quantidade produzida. Em seguida se destaca a cebolinha e a rúcula como as mais frequentes em relação ao número de estabelecimentos. É importante ressaltar o cultivo da couve que quando se trata de número de estabelecimentos fica em quarto lugar, porém, quanto a quantidade produzida fica em segundo (Quadro 3).

Quadro 3 – Principais culturas da horticultura cultivadas de acordo com o número de estabelecimentos rurais e quantidade produzida dos agricultores enquadrados como familiares no município de Jales - SP, segundo o Censo Agropecuário 2017.

Tipos de Atividade	Número de Estabelecimentos	Toneladas
Alface	41	270
Cebolinha	33	27
Rúcula	32	26
Couve	30	54
Almeirão	28	25
Salsa	27	*

Fonte: IBGE (2017a).

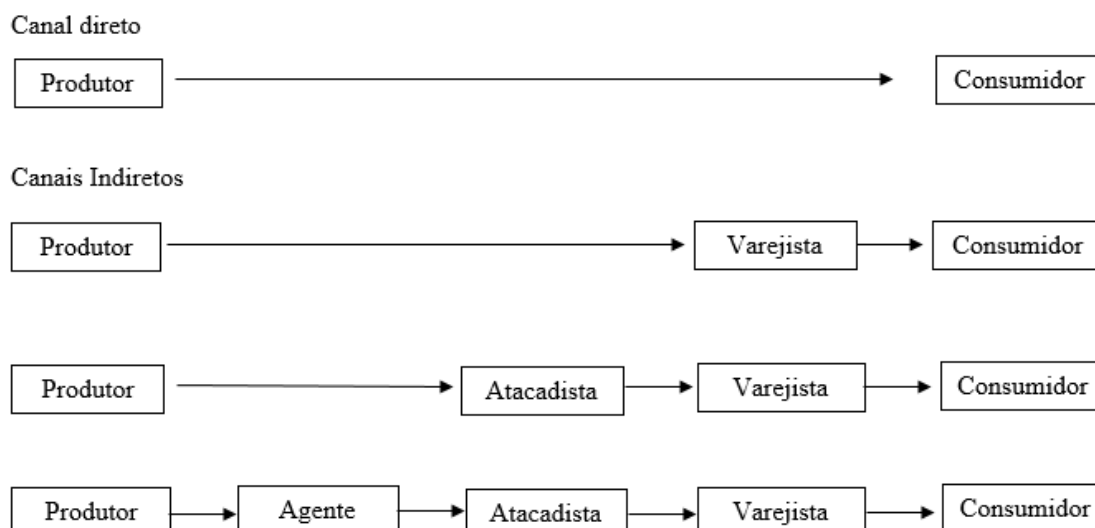
Ainda de acordo com o Censo Agropecuário de 2017, dentre os agricultores familiares, apenas 37,27% utilizam agrotóxicos, somente 16,69% recebem assistência técnica e 69,54% estudaram no máximo até o final do ensino fundamental (IBGE, 2017b).

2.3. Canais e circuitos de comercialização

Canal de comercialização ou canal de distribuição é definido pelas etapas que um produto agrícola passa até chegar ao consumidor final (WAQUIL; MIELE; SCHULTZ; 2010). Já Kotler (1998, p.466), afirma que canais de comercialização “são conjuntos de organizações interdependentes envolvidos no processo de tornar-se um produto ou serviço disponível para uso ou consumo”.

Existem quatro tipos de canais de comercialização para bens de consumo, em que a presença do produtor e do consumidor são essenciais em todos. O canal direto ou de nível zero é caracterizado pela presença do produtor e consumidor; já o canal de nível um pelo produtor, um intermediário (varejista) e o consumidor; o canal de nível dois pelo produtor, dois intermediários (atacadista e varejista) e o consumidor; e o canal de nível três pelo produtor, três intermediários (agente, atacadista e varejista) e o consumidor (Figura 3). Em alguns casos há mais de um agente de intermediação (CHURCHILL; PETER, 2012).

Figura 3 – Estrutura dos canais de comercialização para os bens de consumo.



Fonte: Churchill e Peter (2012).

Os canais curtos e longos de alimentos se diferenciam pelo número de intermediários envolvidos entre a produção e o consumo. Ou seja, quanto mais intermediários presentes, mais longo é o canal (DAROLT *et al.*, 2016). Normalmente canais longos tendem a desfavorecer os produtores, devido ao valor agregado ao produto pelos intermediários durante o processo de comercialização.

Fantini *et al.* (2018), destaca que os circuitos curtos permitem aos produtores uma melhor remuneração, devido a prática do preço justo junto ao consumidor. Além disso, ainda de acordo com os autores, esse tipo de canal viabiliza o aproveitamento da produção local, gera emprego e estimula a economia local. Em uma perspectiva semelhante Schneider e Ferrari (2015) consideram que as três principais dimensões que caracterizam as cadeias curtas são a espacial que refere-se à redução da distância percorrida pelos alimentos entre produção e consumo; a dimensão social que o fato de permitir o contato face a face entre produtores e consumidores, portanto facilita o estabelecimento de relações de confiança; e a econômica, pois propicia aos agricultores obter um valor maior pelos seus produtos, sem onerar os consumidores.

No Brasil não há uma definição legal de circuitos curtos (CC), já na França estes são conceituados pela proximidade entre produtores e consumidores finais, permitindo ainda a presença de no máximo um intermediário entre eles (CHAFFOTTE; CHIFFOLEAU, 2007).

Denominada também por cadeias curtas de abastecimento alimentar ou *short food supply chain*, são caracterizadas, segundo Renting, Marsden e Banks (2003), por

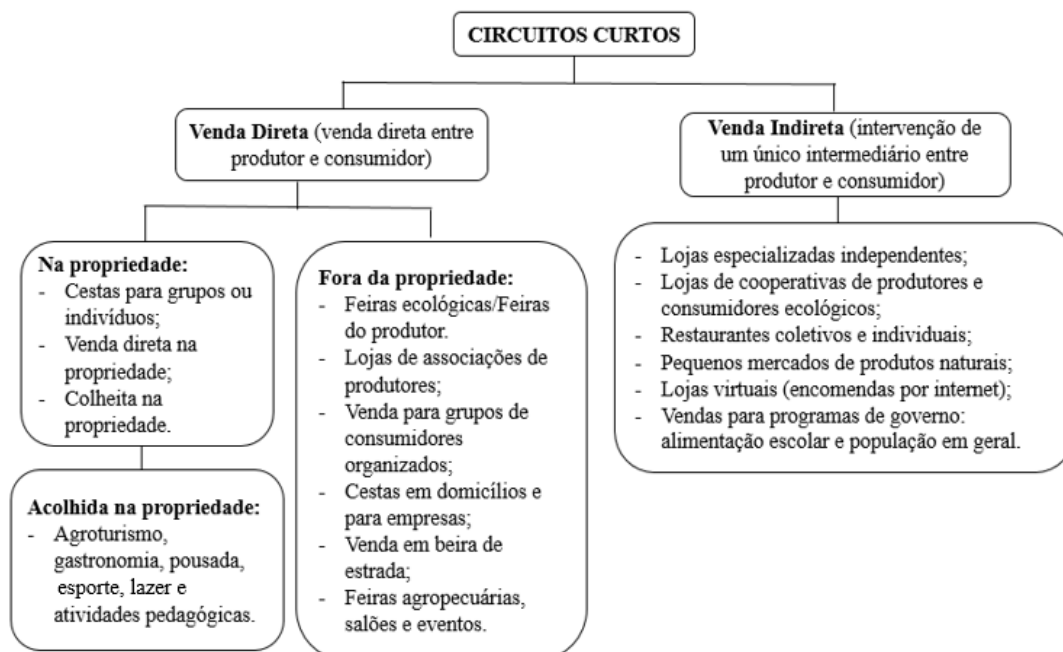
estabelecerem relações próximas entre quem produz, transforma e distribui daqueles que consomem. De forma semelhante, Messmer (2013) conceitua o circuito curto como um processo de distribuição de produtos, em que é permitida a presença de apenas um intermediário entre o produtor e o consumidor.

Marsden, Banks e Bristow (2000) especificam que esse tipo de canal (CC) utiliza a venda direta (quando o próprio produtor comercializa direto para o consumidor) e a venda indireta (quando há a presença de um intermediário podendo ser: outro produtor, cooperativa, associação, loja especializada, restaurante e/ou pequenos mercados). Ainda segundo os referidos autores, os canais ou cadeias curtas são classificados em três modalidades: face a face, cadeia de proximidade espacial e cadeia espacial estendida. No canal face a face os produtos são adquiridos diretamente com o produtor, já na cadeia de proximidade espacial os produtos são produzidos e comercializados em locais específicos e os consumidores conhecem o local de origem, e por fim, na modalidade cadeia espacial estendida os consumidores também sabem a origem e procedência do produto, porém por meio de selos e independentemente do local de comercialização.

A Figura 4 apresenta a tipologia de circuitos curtos da comercialização de produtos ecológicos no Brasil. Esta tipologia foi baseada em Darolt *et al.* (2016), mas com modificações, pois no artigo os autores comparam o Brasil e a França. Observa-se que os agricultores possuem diversas formas para comercializarem seus produtos por meio dos circuitos curtos, adaptando-os para cada realidade local.

No Brasil grande parte dos produtores utilizam somente de dois a três canais curtos como: as feiras livres, entrega de cestas em domicílio e compras governamentais (DAROLT, 2012).

Figura 4 - Tipologia de circuitos curtos de produtos ecológicos no Brasil.



Fonte: Adaptado de Darolt *et al.* (2016), modificado pela autora.

Para Franzoni e Silva (2016), o governo possui grande influência no surgimento de cadeias curtas, como por exemplo o incentivo de políticas públicas que visem excluir os intermediários e aproximar o produtor do consumidor final.

Alguns autores afirmam, a partir de pesquisas realizadas, que os programas provenientes de políticas públicas como o PAA e PNAE possuem grande influência no incremento da renda de agricultores familiares (SALGADO; DIAS, 2013; SANTORELLI; MARQUES, 2013; SOUZA; LORETO, 2019).

De acordo com Fantini *et al.* (2018), os produtores se reportam aos circuitos curtos não só devido as motivações econômicas, mas também devido aos benefícios de imagem, comodidade da entrega e distribuição, cultivação da relação entre produtor e consumidor a longo prazo, fidelização dos consumidores, difusão de boas práticas agrícolas, relação com outros produtores e diferenciação nos momentos da venda.

A agricultura familiar se caracteriza pela diversidade produtiva (BRASIL, 2016) e possui presença predominante nos circuitos curtos de comercialização, devido a mão de obra familiar intensa aliada a diferentes competências (produção, transformação e comercialização), e ao objetivo de reduzir custos e possibilitar aos agricultores a agregação de valor aos produtos através da venda direta (que exclui

intermediários) e a transformação/processamento em outros meios de potencializarem os serviços na propriedade, por meio de vendas no próprio local, acolhida com restaurante e alojamento e turismo rural (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG; 2013; DAROLT *et al.*, 2016).

Ainda é importante salientar que as vendas virtuais também se enquadram na modalidade de vendas diretas, visto que permite aos produtores comercializarem via redes sociais. Guzmán *et al.* (2012), enfatizam que este tipo de comercialização favorece tanto os produtores quanto consumidores.

Aguiar, Grossi e Thomé (2018) afirmam também que os circuitos curtos são ótimas oportunidades para os agricultores familiares se inserirem no mercado, pois estes fornecem produtos tradicionais/artesanais, e além disso os métodos empregados na produção e o *saber-fazer* dos agricultores são valorizados, o que gera maior valor agregado ao produto.

Sabourin (2007) destaca que a independência adquirida pelos produtores durante o processo de comercialização, proporciona uma diversificação no acesso aos consumidores, por meio da venda direta (roça, feiras, dias de festa por produto típico, cooperativas de consumo etc.). Este conjunto de práticas, segundo autor, acaba evitando ou limitando a concorrência com a produção capitalista.

A partir de todas essas informações, será tratado nesse trabalho como circuito curto de comercialização a aproximação entre produtor e consumidor final, mesmo quando há a presença de um intermediário. Ainda cabe destacar que este tipo de canal possibilita o aumento na renda do agricultor, quando este exclui ou reduz ao mínimo o grau de intermediação.

Entre os canais curtos de comercialização são particularmente importantes as feiras livres. Elas são um dos espaços mais antigos utilizados para a comercialização de produtos agrícolas e se apresentam como um dos canais de comercialização mais importantes para os agricultores familiares (PAULINO *et al.*, 2015; SILVEIRA *et al.*, 2017).

Almeida e Santos (2019) as consideram grandes influenciadoras sociais, pois estão presentes no cotidiano das cidades, são encontradas em locais públicos e abraça grande parte da população. Roberto *et al.* (2018), mencionam que esse tipo de canal de comercialização permite a troca de saberes, por meio do contato direto entre produtor e consumidor final.

Ao se enquadrarem na modalidade de circuitos curtos, as feiras oferecem preços mais acessíveis aos consumidores e ainda permitem maior renda ao produtor, já que exclui a presença dos intermediários (CASSOL; SCHNEIDER, 2015). Essas são estrategicamente promissoras quanto ao escoamento da produção dos agricultores familiares (EXIME *et al.*, 2021). Além de apresentarem caráter diversificado, pois nelas circulam vendedores, consumidores fixos e eventuais (ALMEIDA; SANTOS, 2019). Ainda cabe ressaltar, que nesse tipo de comercialização há uma relação de confiança entre produtor e consumidor (GUIMARÃES, 2010).

Em suma, é possível afirmar que as feiras livres são locais que permitem a comercialização de produtos, principalmente de agricultores familiares aos consumidores finais, pois apresentam uma rotina (regularidade), facilitam o escoamento dos produtos agrícolas, abastecem os centros urbanos, oferecem um preço acessível dos produtos aos clientes, aumentam a renda do agricultor e estabelece uma relação de confiança entre vendedor e comprador.

Silvestre, Ribeiro e Freitas (2011) destacam que para os consumidores, as feiras livres são essenciais, principalmente pelo fato de haver abastecimento semanal de alimentos adaptados aos hábitos culturais locais e também por estes terem um transporte reduzido, quando se trata da distância, o que se torna um diferencial quando comparado aos produtos das centrais de distribuição. Ainda segundo os autores, em seus estudos realizados no vale do São Francisco – MG, sobre a feira livre, constataram que muitos consumidores preferem comprar na feira, pois a mesma proporciona o contato direto com os produtores, que por consequência transmitem mais segurança na compra, além de fornecer alimentos frescos.

Silva *et al.* (2017b), também constataram em sua pesquisa os mesmos motivos, e ainda ressaltaram a importância do bom relacionamento entre produtores e consumidores, o que evidencia que os circuitos curtos promovem um vínculo maior entre eles, além da troca de mercadorias.

Segundo Fante *et al.* (2020) os consumidores, principalmente aqueles com idade avançada são motivados a participar das feiras livres, não só pelo fato dessas oferecerem produtos, mas também por propiciarem espaços para diálogos e troca de saberes.

Para Marsden, Banks e Bristow (2000) e Darolt *et al.* (2016) os circuitos curtos permitem que os consumidores obtenham informações mais confiáveis sobre a produção, por meio da capacidade de ressocializar e localizar o produto alimentar.

No processo de comercialização em circuitos curtos, observar os consumidores é fundamental, pois são eles quem escolhem e adquirem os alimentos, e seu comportamento no momento da compra varia entre motivação, desejo e necessidade, ao qual é influenciado pela sua necessidade e importância (SILVA *et al.*, 2019). Porém, os autores ainda afirmam que não há um padrão correto de consumo, já que os fatores sociais, culturais e psicológicos interferem na escolha do produto.

Para Cazane, Machado e Sampaio (2014), o comportamento do consumidor, pode ainda ser influenciado pelas questões sociais e pessoais, como por exemplo: influências da família e amigos, sexo, idade, renda familiar, grau de instrução e estado civil.

Cada vez mais o consumidor consciente busca nos mercados locais produtos ecológicos, de época e com preços justos, mas também quer adquirir produtos com a cara do produtor, em que sejam ressaltadas as características locais das comunidades, como as tradições, o modo de vida, a valorização do saber-fazer, o cuidado com a paisagem, etc. Esse conjunto de características singulares pode ser a marca local que os consumidores procuram. Não se trata apenas de um ganho em escala (quantidade), mas em qualidade (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013, p.13).

Outra modalidade relevante de circuito curto de comercialização relaciona-se com os programas de compras governamentais, com destaque para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Esses dois programas são potencializadores dos circuitos curtos, pois promovem o comércio local e excluem os intermediários (RAMBO; POZZEBOM; DENTZ, 2019).

Com o objetivo de incentivar as ações de segurança alimentar e auxiliar a comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar surgiu o PAA e foi reestruturado o PNAE (CUNHA; FREITAS; SALGADO, 2017).

O PAA foi criado em 2003 e é regido pela Lei 10.696/03, Art.19 (uma política pública), que propõe contribuir para o enfrentamento da fome e da pobreza no Brasil e ainda incentivar a produção da agricultura familiar (BRASIL, 2003). Essa política pública atua na compra da produção familiar, estimula os processos de agregação de valor aos produtos (BRASIL, 2015), gera renda e emprego e permite que a agricultura familiar se torne essencial na manutenção da segurança alimentar (BECKER; SACCO DOS ANJOS, 2010).

Assim como o PAA, o PNAE também é uma política pública, só que caracterizada por comprar alimentos para a merenda escolar. Esse Programa iniciou-se na década de 1940, quando o então Instituto de Nutrição sugeriu ao Governo Federal que oferecesse alimentação às escolas. Porém, foi só a partir de junho de 2009, que surgiu a Lei nº 11.947 (BRASIL, 2009), no qual determinava que do total dos alimentos comercializados/comprados para a merenda escolar, no mínimo, 30% deveria ser proveniente da agricultura familiar (BRASIL, 2018).

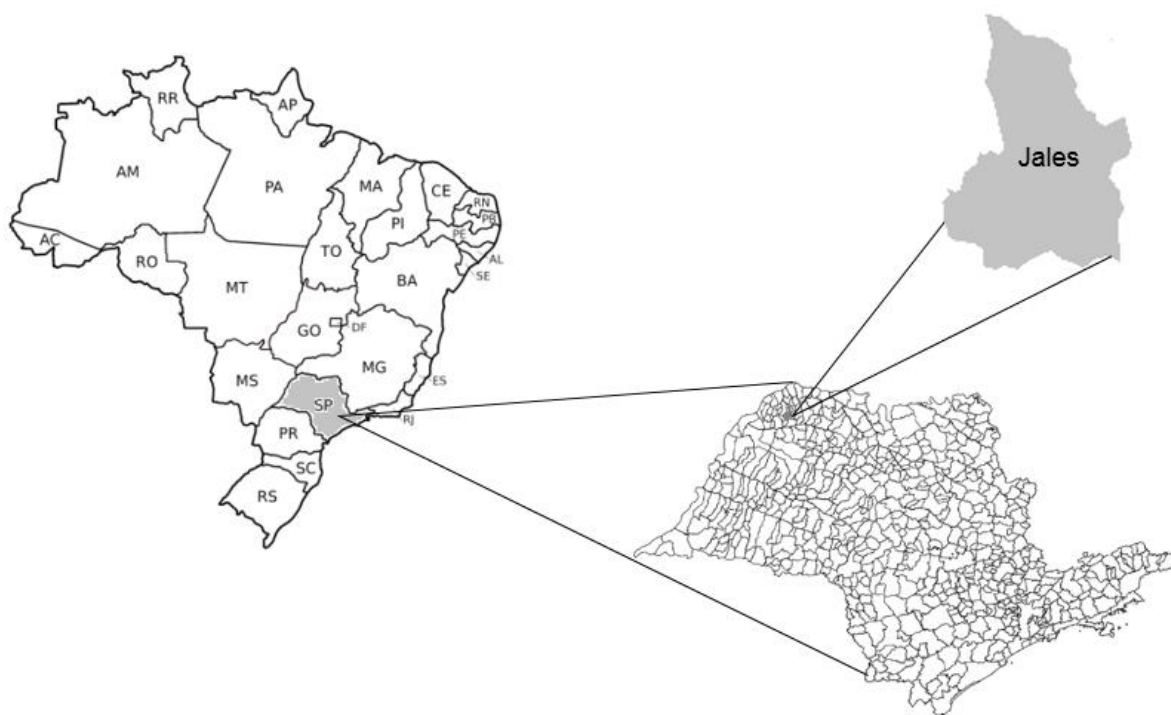
Esses programas governamentais (PAA e PNAE) ao comprar os produtos da agricultura familiar (inclusive produtos ecológicos), vinham beneficiando os agricultores familiares, os alunos da rede pública de ensino e as pessoas assistidas por entidades de assistência social (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG; 2013). Segundo Torres (2016), esses programas governamentais, assim como as feiras livres, são importantíssimos para o desenvolvimento social, econômico e cultural dos produtores familiares.

O PAA estava operando e cooperando no processo de comercialização dos produtores familiares através da compra direta da sua produção (até o limite anual legal), excluindo assim a participação dos intermediários, aumentando a renda, proporcionando a inclusão socioproductiva e melhoria nas condições de vida das famílias (GRISA, 2017; COLNAGO; HESPANHOL, 2014; MARQUES; MOAL; ANDRADE, 2014). No entanto, a drástica redução nos recursos destinados ao PAA, nos últimos anos, praticamente excluiu a participação dos agricultores familiares dessa importante política pública de comercialização (BRASIL, 2018).

3 METODOLOGIA

A pesquisa buscou caracterizar o conjunto de agricultores familiares feirantes do município de Jales-SP (Figura 5) e analisar as estratégias que utilizam para comercializarem seus produtos, principalmente ao consumidor final.

Figura 5 – Croqui do Brasil, estado de São Paulo e município de Jales com divisão dos respectivos limites territoriais.



Fonte: Google Maps adaptado pela autora (2021).

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que segundo Macedo (1994) consiste na busca de informações relacionadas a pesquisa que posteriormente pode ser utilizada na identificação do material ou na bibliografia final. Após, foi realizada uma pesquisa de campo que, segundo Marconi e Lakatos (2021), consiste em adquirir informações e/ou conhecimentos de um problema, no qual procura-se resposta ou hipótese, com o propósito de comprovar, ou até mesmo identificar novos fenômenos ou relações entre eles. Para Andrade (2010) esse tipo de pesquisa utiliza técnicas específicas, como por exemplo a observação direta e a entrevista, com a finalidade de recolher e registrar dados sobre o assunto em estudo.

Para a realização dessa pesquisa de campo foi utilizado um questionário (Apêndice A), aplicado em forma de entrevista (GIL, 2019) com os agricultores que se enquadravam no perfil da pesquisa, isto é, produtores que comercializavam diretamente para os consumidores finais nas feiras livres de Jales-SP. Vergara (2016), realça que a entrevista consiste em perguntas feitas a alguém que lhe responde oralmente (Figura 6).

Figura 6 – Pesquisa de campo com agricultores familiares feirantes, em algumas feiras do município de Jales – SP.



Fonte: Autora.

O questionário continha perguntas abertas e fechadas, portanto trata-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, em que é permitido transformar os dados qualitativos em quantitativos sempre que for possível contabilizar o número de vezes que o mesmo dado aparece nos textos (CRESWELL, 2010), permitindo a comparação de resultados quantitativos e qualitativos.

O questionário abordava questões sobre as características do estabelecimento, da produção e da comercialização realizada, e possíveis políticas públicas e outros tipos de apoio que os agricultores obtiveram. Cabe destacar que antes de realizar as entrevistas, foi executado um pré-teste do questionário, fim de julgar, avaliar e efetuar a formatação final do mesmo (VERGARA, 2016).

Para a aplicação da pesquisa de campo, foi necessário visitar todas as feiras do município, ou seja, cinco feiras, que acontecem quase todos os dias da semana (exceto na sexta-feira) em diferentes locais da cidade, nos meses de junho e julho de 2019. Foi importante realizar a pesquisa nestes locais, pois são estratégias promissoras para o escoamento de muitos produtos provenientes da agricultura familiar (SILVA *et al.*, 2017a).

A localização dos primeiros agricultores pesquisados fundamentou-se no conhecimento dos autores sobre as atividades desenvolvidas por eles (pesquisas anteriores). A continuidade da pesquisa ocorreu devido a informações obtidas com os próprios produtores sobre outros agricultores que também se enquadravam no perfil da pesquisa, método este denominado de “bola de neve” muito utilizado em amostragens não probabilísticas (VINUTO, 2014). Sendo assim, foram investigados todos os agricultores do município que vendem diretamente para os consumidores, em feiras livres, totalizando 21 agricultores. Nota-se que é um percentual pouco expressivo, pois de 1.012 estabelecimentos rurais existentes em Jales - SP (IBGE, 2017a), apenas 0,48% utilizam esse canal de comercialização para escoar sua produção.

Mais tarde, nos meses de outubro e novembro de 2019, foi realizada uma pesquisa de campo com 70 consumidores escolhidos aleatoriamente nas feiras, também por meio de questionário (Apêndice B), aplicados na forma de entrevista, compostos de perguntas abertas e fechadas e com espaço adicional destinado a anotações de outras informações, com o objetivo de avaliar as características das compras e o perfil do consumidor.

A complementação das informações sobre as características das feiras foi realizada em janeiro de 2021, com os presidentes das feiras, outros agricultores participantes da mesma e outros informantes-chave.

Após a obtenção de todos os dados, foi realizada a tabulação, sistematização e análise por meio da estatística descritiva que, segundo Silvestre (2007), é um tipo de análise constituído de um conjunto de métodos que permite organizar e descrever os dados coletados através de indicadores sintéticos ou sumários.

Quadro 4 – Distribuição da participação dos agricultores familiares nas feiras livres de Jales - SP.

Agricultores	Feira do Comboio (Segunda, Quarta e Sábado)	Feira do Arapuã (Domingo)	Feira do Produtor Rural (Segunda e Terça)	Feira da Rodoviária (Quinta)
1	X		X	
2	X		X	
3	X		X	X
4			X	
5	X			
6	X			X
7	X			
8	X	X		
9	X	X		
10	X	X		X
11	X			
12	X			
13	X			
14	X			X
15	X			
16	X			
17	X			
18	X			
19	X			
20	X			
21	X			
Total	20	3	4	4

Fonte: Elaborado pela autora.

O Comboio é feira mais antiga da cidade, pois há registro de fichas cadastrais de produtores desde 1982. Segundo o presidente da feira, o nome desta surgiu após a mudança da moeda cruzeiro para cruzado, que resultou na falta de alimentos hortifrutigranjeiros no município, já que os mercados não abasteciam suficientemente a população, surgindo assim muitos caminhões de atravessadores que juntos com produtores se aglomeravam no barracão (local da feira) em forma de “comboio”. Com o passar do tempo os caminhões se extinguiram e ficaram alguns atravessadores e os produtores. Uma informação diferente foi dada por um informante-chave que atribui o nome da feira ao fato de que diante da falta de abastecimento de alguns produtos, algumas carretas do governo do estado de São Paulo deslocavam-se, em comboio, para o interior e vendiam alguns produtos não oferecidos pelos feirantes locais (arroz, feijão, pescado, etc.)

Atualmente a feira é composta por em média de 130 barracas, que contemplam produtores rurais de Jales e região e ainda atravessadores (Figura 8). É caracterizada como fixa e ocorre toda segunda-feira e quarta-feira das 15:30h às 20:00h e sábado das 5h ao meio dia.

Ainda de acordo com o presidente da feira, o grupo de agricultores que participa dela, é caracterizado como formal, pois trata-se de uma associação com CNPJ e que garante à todos o direito a voto. Outra informação revelada por ele é que aos sábados a feira se inicia às 4:00hs com a venda na forma de atacado aos intermediários e comerciantes da região. Outro dado importante é que para aqueles não venderem seus produtos até o final da feira, podem doar para a Casa do Imigrante do município, o que evita desperdício e gera uma boa ação.

Figura 8 – Visão parcial da Feira Municipal do “Comboio”, em Jales - SP.



Fonte: Autora.

A Feira do Produtor Rural ocorre em dois locais diferentes. Aquela que acontece toda segunda-feira, ao lado da Rodoviária, é nova quando comparada ao Comboio, pois funciona há apenas 3 anos, das 15:00h às 19:00h. É composta em média por 12 barracas somente de agricultores, embora haja um caso de agricultor que não produz todos os produtos que comercializa. Cabe ressaltar que a feira é considerada móvel, pois parte dos produtores se dirige às feiras da Praça do Roque Viola e também do Comboio (Figura 9).

Figura 9 – Visão parcial da Feira do Produtor Rural, na Rodoviária, em Jales - SP.



Fonte: Página do Facebook “Feira do Produtor Rural de Jales” (2021).

A Feira do Produtor Rural que acontece na praça Roque Viola é caracterizada por em média 5 barracas e ocorre toda terça-feira das 16h às 20h (Figura 10).

Figura 10 – Visão parcial da Feira do Produtor Rural Roque Viola, em Jales - SP.



Fonte: Autora.

A Feira do Bairro Arapuã é uma feira que ocorre há 30 anos. Essa acontece todo domingo das 6:30hs às 8hs. Se trata de uma feira móvel, devido ao fato de todos os feirantes desse local participarem também da Feira do Comboio. É composta por 3 agricultores e uma feirante (intermediária), totalizando 4 barracas (Figura 11).

Figura 11 – Visão parcial da Feira do Produtor Rural do Bairro Arapuã, em Jales - SP.



Fonte: Autora.

Quanto à Feira da Rodoviária (Figura 12), essa faz 25 anos que acontece toda quinta-feira das 6hs às 9hs (ocorre no local próximo da Feira do Produtor Rural que acontece todas as segundas-feiras à tarde/noite). É caracterizada como móvel, pois todos dessa feira se unem aos demais agricultores e intermediários da Feira do Comboio, sendo composta em média por 10 barracas. De acordo com um dos

produtores entrevistados e porta voz da feira, disse que antigamente a feira era composta por muito mais agricultores, no entanto, com o passar dos anos esse número vem diminuindo.

Figura 12 - Visão Parcial da Feira da Rodoviária, em Jales - SP.



Fonte: Autora.

4.2. Pesquisa com os agricultores feirantes

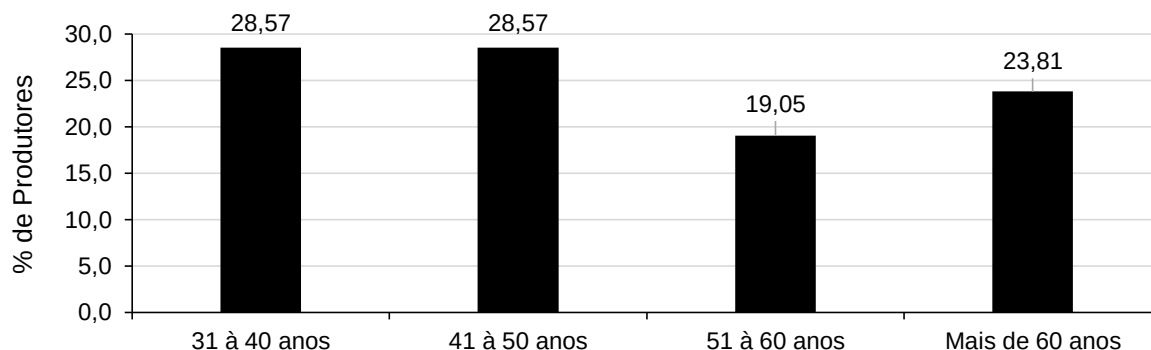
A partir das informações coletadas, na pesquisa de campo, foi possível identificar o perfil dos agricultores, que se apresentaram como responsáveis pelo estabelecimento. Constatou-se que 66,67% são do sexo masculino e 33,33% feminino, porém vale ressaltar que muitas esposas conduzem as barracas nas feiras.

Petinari (2007) afirma que o papel da mulher é importante para a sobrevivência da família e para o crescimento patrimonial, tanto que detectou em sua pesquisa sobre a importância da fruticultura para os agricultores da região de Jales-SP, que as esposas trabalham tanto com seus maridos nas atividades da propriedade, quanto nos serviços da casa, demonstrando execução de jornada dupla. Fato este, também identificado na presente pesquisa, pois em 90% do total das entrevistas foi mencionado que as mulheres trabalham com seus maridos diariamente nas atividades agropecuárias, além de exercerem as atividades domésticas e participarem da comercialização dos alimentos.

Quanto à faixa etária dos entrevistados 57,14% possuem de 31 a 50 anos de idade, 19,05% de 51 a 60 anos e 23,81% mais de 60 anos, portanto, verifica-se uma variação considerável entre as idades dos agricultores, sendo que a maioria encontra-se em idade plenamente produtiva do ponto de vista do trabalho (Figura 13). No

entanto, verifica-se a falta de agricultores feirantes com menos de 30 anos, o que traz preocupação em relação à manutenção das feiras livres municipais no futuro.

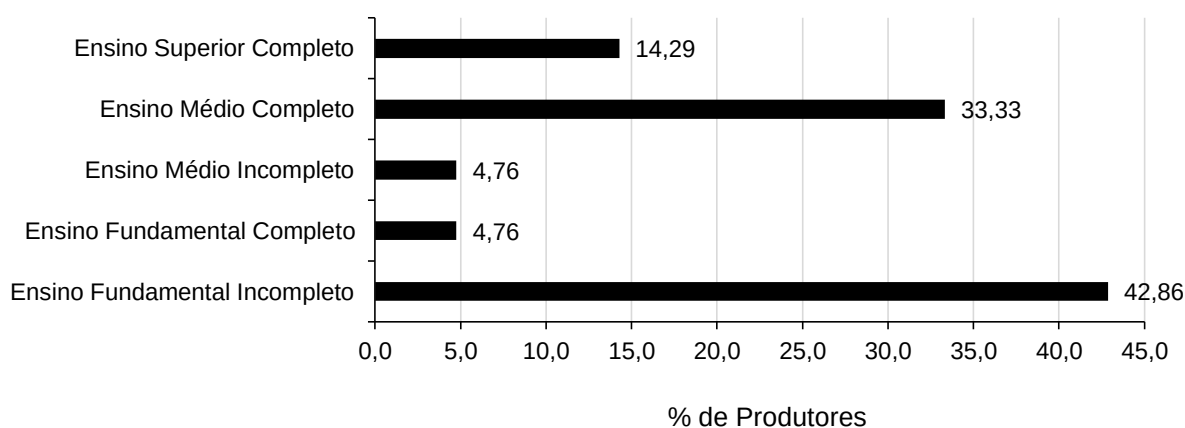
Figura 13 - Distribuição percentual, em função da faixa etária, dos agricultores pesquisados, no município de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Outra característica identificada em relação ao perfil dos agricultores é a escolaridade, em que 47,62% possuem até o ensino fundamental (Figura 14), dado este, que coincide com o Censo Agropecuário 2017 do município de Jales, pois 44,16% dos produtores possuem até o ensino fundamental (IBGE, 2017b).

Figura 14 - Distribuição percentual, em função da escolaridade, dos agricultores pesquisados no município de Jales – SP.



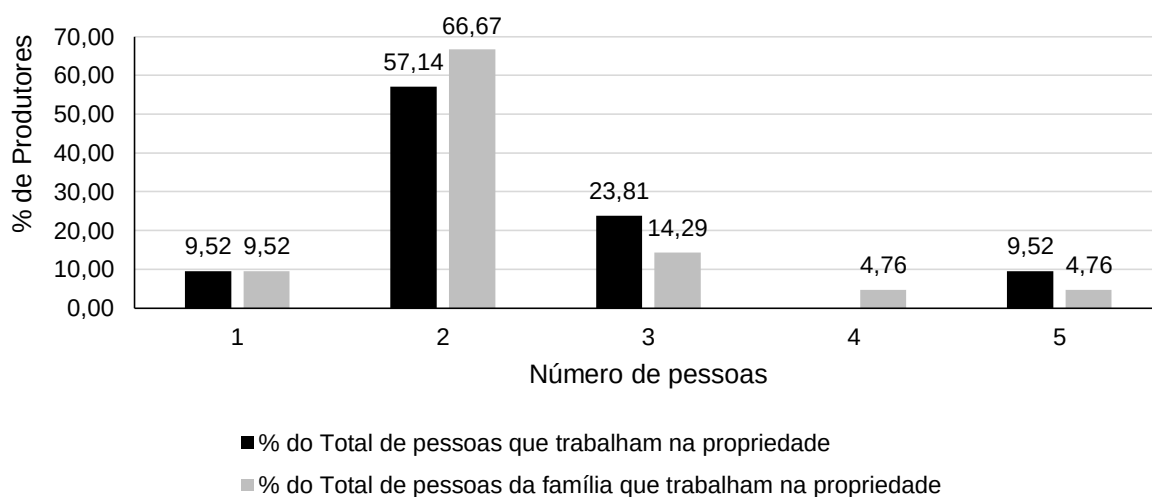
Fonte: Elaborado pela autora.

Esse baixo índice de escolaridade, constatado na Figura 14, pode afetar na comercialização dos agricultores, visto que podem encontrar dificuldades em

incorporar algumas inovações que exigem conhecimentos e habilidades ligadas à educação formal ou que demandariam uma formação complementar em interação com extensionistas rurais em um trabalho de assistência técnica e extensão rural que não dispõem de forma regular (como será visto a seguir).

Em relação aos dados gerais do estabelecimento e da produção, 57,14% dos produtores afirmaram que trabalham apenas duas pessoas na propriedade, em sua maioria representada pelo marido e esposa. Já em 23,81% das propriedades pesquisadas, o trabalho é desenvolvido por três pessoas, 9,52% citaram cinco pessoas e outros 9,52% uma pessoa, ou seja, somente o entrevistado (Figura 15). Constata-se um número pequeno de pessoas que trabalham por estabelecimento, porém, o dado da maior parte dos pesquisados coincide com a média municipal que é de 2,46 pessoas por estabelecimento rural (IBGE, 2017b). Quanto às informações obtidas sobre a quantidade de pessoas da família que trabalham no estabelecimento, em dois terços dos casos (66,67%) correspondem a duas pessoas, em 14,29% a três pessoas, em 9,52% a uma pessoa, enquanto em apenas 9,52% das propriedades há mais de três membros da família envolvidos no trabalho (Figura 15). Quando comparado o total de pessoas que trabalham na propriedade e a quantidade de pessoas que são da família, percebe-se que há predominância do trabalho familiar, um dos quesitos que caracterizam os estabelecimentos enquadrados como familiares.

Figura 15 – Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do número total de pessoas e do número de familiares que trabalham na propriedade, no município de Jales – SP.



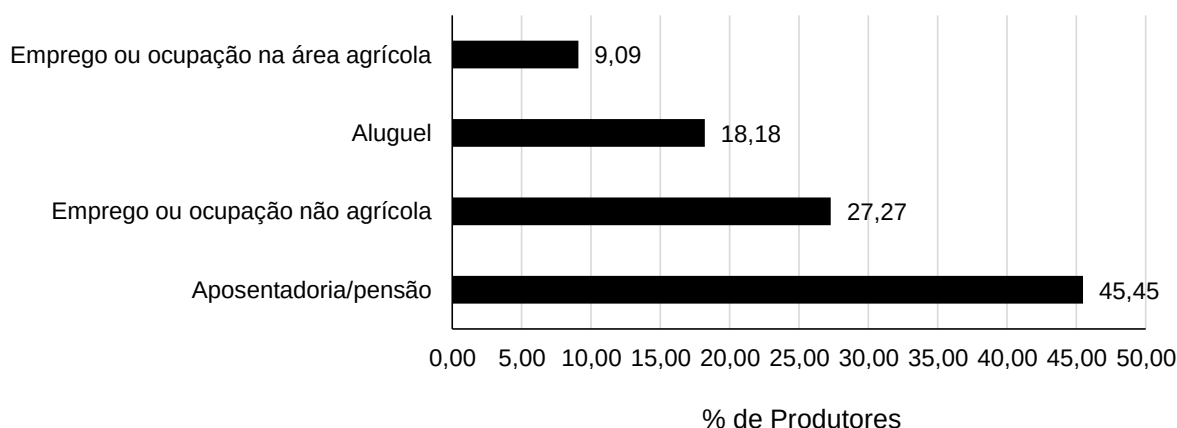
Fonte: Elaborado pela autora.

Quando se trata sobre a quantidade de pessoas que trabalham fora ou possuem renda externa, a maioria (52,38%) dos entrevistados afirmou que uma ou duas pessoas da família obtém esse tipo de renda. Dentre essas, em 45,46% dos casos são aposentadorias, em 27,28% são emprego ou ocupação não agrícola, em 18,17% aluguel e em 9,09% trata-se de ocupação na área agrícola (Figura 16).

Mendonça (2016) em sua pesquisa sobre o perfil do produtor rural da feira de Marialva – PR, também identificou que alguns agricultores possuíam renda externa, com o objetivo de complementar a renda familiar e buscar melhores condições de vida. Carneiro (2006) considera como pluriatividade quando há a complementação da renda agropecuária, por meio da combinação de trabalho agrícola e não agrícola, se tornando uma importante ferramenta estratégica, muito utilizada pela agricultura familiar para permanecer na terra.

No que se refere a mão de obra, constatou-se que 57,14% só utilizam familiar e dentre os 42,86% que disseram empregar mão de obra externa, dois terços contratam, eventualmente, apenas diaristas, sendo pouco frequente a presença de empregado permanente nos estabelecimentos. Este fato não indica necessariamente que a mão de obra familiar é suficiente, já que os agricultores têm dificuldade de bancar a contratação de mão de obra externa.

Figura 16 – Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em Jales - SP, em função do tipo de renda externa dos membros da família.



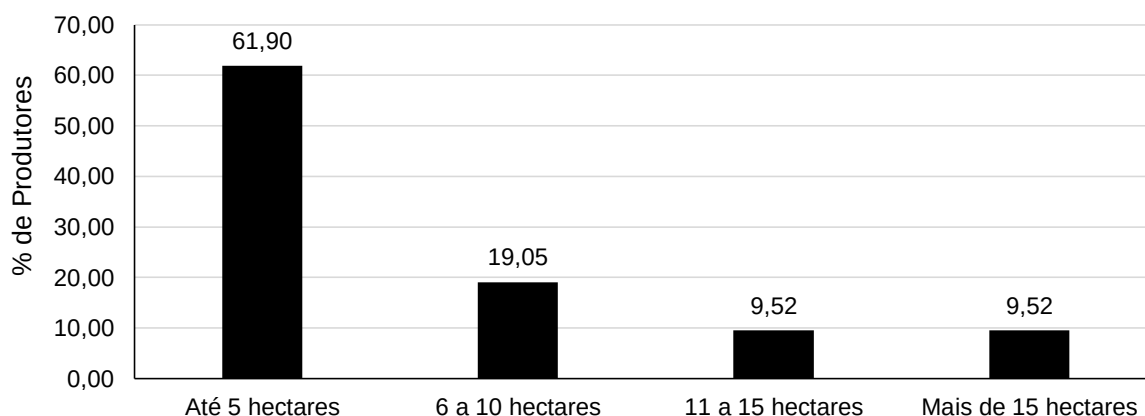
Fonte: Elaborado pela autora.

Pereira Júnior, Mendes e Muniz (2018), em pesquisa realizada no município de Olinda Nova do Maranhão - MA sobre o cenário atual da agricultura familiar, relata que a mão de obra é um problema para os agricultores, devido à migração dos seus

filhos para as cidades grandes, em busca de uma outra fonte de renda e vida melhor. Outra dificuldade citada pelos autores são os problemas de saúde dos agricultores, o que aumenta a necessidade de recorrer a mão de obra de terceiros.

Em relação às características dos estabelecimentos dos agricultores pesquisados, um dos aspectos levantados foi a área total. Verificou-se que 61,90% possuem até 5 ha⁻¹, 19,05% detêm de 6 a 10 ha, enquanto de 11 a 15 ha e mais de 15 ha representam, cada faixa, 9,52% do total (Figura 17). Todos os pesquisados possuem menos de um módulo fiscal, que no município de Jales é de 26ha (BRASIL, 2013), o que permite o enquadramento de todos os entrevistados como agricultores familiares, quanto a este requisito. O mesmo ocorre quando são somadas as áreas arrendadas de terceiros por aqueles que também são proprietários. No total 23,81% dos pesquisados arrendam terras, mas apenas no caso de um agricultor a área é de mais de 15 hectares (19 hectares), mas mesmo assim é considerado agricultor familiar, pois este detém menos de 1 módulo de fiscal, visto que quando somada a área da sua propriedade (3 hectares), dá um total de 22 hectares.

Figura 17 – Distribuição percentual das propriedades pesquisadas, em função do tamanho das áreas (em hectares), no município de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com os dados do Censo Agropecuário de 2017, o tamanho médio das propriedades rurais de Jales é de 31,28 ha (IBGE, 2017b), demonstrando que em geral o município de Jales se caracteriza por propriedades pequenas, embora seja uma média bem maior do que a área média dos pesquisados que é de 5,3 ha. A feira livre (assim como outros circuitos curtos de comercialização) apresenta-se como uma estratégia importante para os agricultores com áreas muito exíguas.

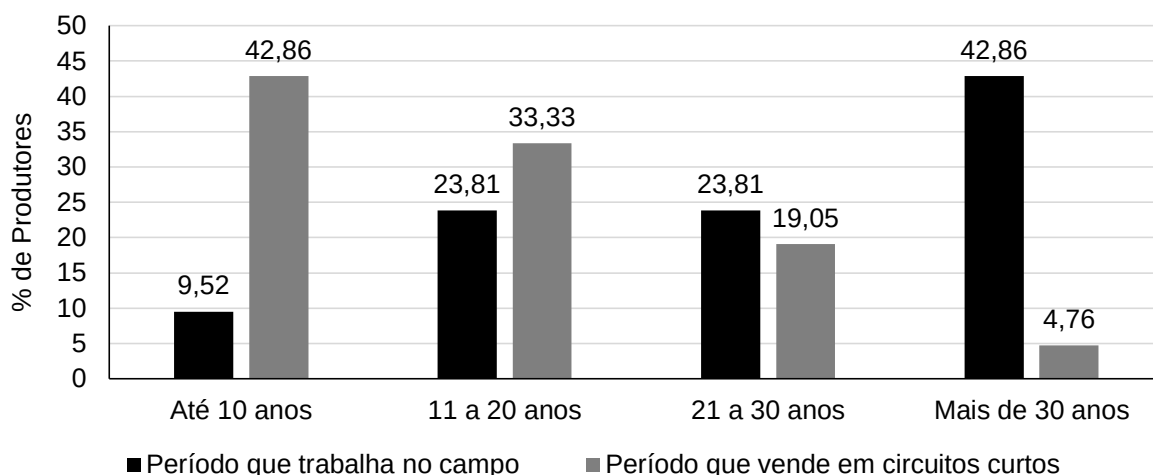
Thomé (2017) também identificou em sua pesquisa, que os agricultores de Santa Rosa – RS que utilizam circuitos curtos de comercialização são classificados como minifundiários, pois possuem áreas menores do que um módulo fiscal do referido município. De forma semelhante aos dados do presente trabalho, o autor descreve que 53,3% dos produtores pesquisados possuem até 5 hectares, 23,7% de 6 a 10 hectares, 18,4% de 11 a 20 hectares e somente 2,6% mais de 20 hectares.

De acordo com Darolt *et al.* (2016), em média as propriedades de agricultores orgânicos que fazem parte de circuitos curtos tanto no Brasil quanto na França apresentam áreas menores que 20 hectares, possuem mão de obra familiar e uma grande diversificação nos produtos, quando comparados aos circuitos longos.

A maioria dos agricultores é experiente quanto ao trabalho no campo, pois 42,86% possui mais de 30 anos de trabalho na agricultura e 23,81% de 21 a 30 anos; enquanto apenas 9,52% tem até 10 anos nessa função (Figura 18). Porém, quando comparada à quantidade de tempo que comercializam em circuitos curtos, observa-se que esta forma de comercialização é uma estratégia mais recente, provavelmente de adaptação às mudanças que vem ocorrendo na agricultura familiar, inclusive processos de reconversão produtiva. Grande parte dos entrevistados, representando 42,86% do total, inseriu-se em circuitos curtos nos últimos 10 anos e outros 33,33% faz de 11 a 20 anos. Menos de um quarto dos agricultores vendem em circuitos curtos há mais de 20 anos (Figura 18).

Essa diferença encontrada em relação a quantidade de tempo que trabalham no campo e o tempo que comercializam em circuitos curtos (CC), está relacionada com o fato dos produtores trabalharem desde criança no campo com os pais, enquanto a comercialização em CC inicia-se somente depois de assumirem a gestão dos negócios de uma propriedade.

Figura 18 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do tempo (anos) que possuem a propriedade e/ou trabalham na área agropecuária e o tempo (anos) que comercializam para circuitos curtos, no município de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Esses dados condizem com a pesquisa de Mendonça (2016), visto que a maioria dos produtores que participam da Feira do Produtor de Marialva (PR) apresentavam um período de 25 a 30 anos de tempo na atividade rural, no entanto, quanto à participação na feira o período de tempo situava-se entre 10 e 15 anos.

Um dos aspectos que essa experiência contribui é para manejar diferentes culturas e criações, o que resulta em uma expressiva diversificação de itens produzidos e comercializados pelos agricultores. No total, foram citados 55 produtos que abrangeram hortaliças (olerícolas), frutas, condimentos e produtos de origem animal. Dentre as hortaliças, alface, abóbora, almeirão, rúcula, salsa e cebolinha destacaram-se em termos de frequência de agricultores que as comercializam. Já no caso das frutas são mais comercializadas banana, limão, mamão, laranja e uva. Em relação aos alimentos de origem animal, a carne (bovinos e aves), leite e queijo são os produtos mais presentes nos estabelecimentos e na comercialização.

Essa diversificação agrícola foi identificada na região, ainda em 2005/2006, por Petinari, Tereso e Bergamasco (2008), sendo que os autores consideraram que a mesma estava propiciando a revitalização das propriedades em função dos bons resultados econômicos, o que, por sua vez, reduzira a intensidade do êxodo rural e até mesmo vinha provocando o retorno daqueles que já haviam migrado para os centros urbanos.

Diversificar é estratégia importante para inserção e manutenção do agricultor no mercado, pois como verificado por Centeno (2018) a pouca disponibilidade de produtos ofertados, afeta negativamente a comercialização.

Outro aspecto a destacar é que a diversificação nos alimentos é base para uma alimentação saudável (EMBRAPA, 2017) e essa vem crescendo em ritmo acelerado, assim como os minimamente processados que estão relacionados à “plataforma saudável, fresca e natural” (RODGERS, 2016). Os alimentos orgânicos, também considerados saudáveis, são ou já foram consumidos, em algum momento, por 6 em cada 10 brasileiros (CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL, 2017). Portanto, tornou-se importante saber se os agricultores produzem dentro dos parâmetros da agricultura orgânica ou estão em algum estágio de transição agroecológica.

A partir das informações coletadas, 76,19% afirmaram que estão reduzindo a aplicação de agrotóxicos e outros produtos químicos sintéticos, mas destes, somente 9,52% disseram atender todas as exigências da produção orgânica, em termos de certificação.

Segundo o último Censo Agropecuário (IBGE, 2017b), apenas 39,74% dos produtores rurais familiares de Jales-SP utilizam agrotóxicos, ou seja, esse dado demonstra que os agricultores têm buscado reduzir ou não utilizar esses produtos, em função do preço elevado e/ou pelo fato de se preocuparem com a saúde de sua família e do consumidor (muitas vezes os consumidores cobram a não utilização dos agrotóxicos, o que leva os agricultores a buscar atendê-los).

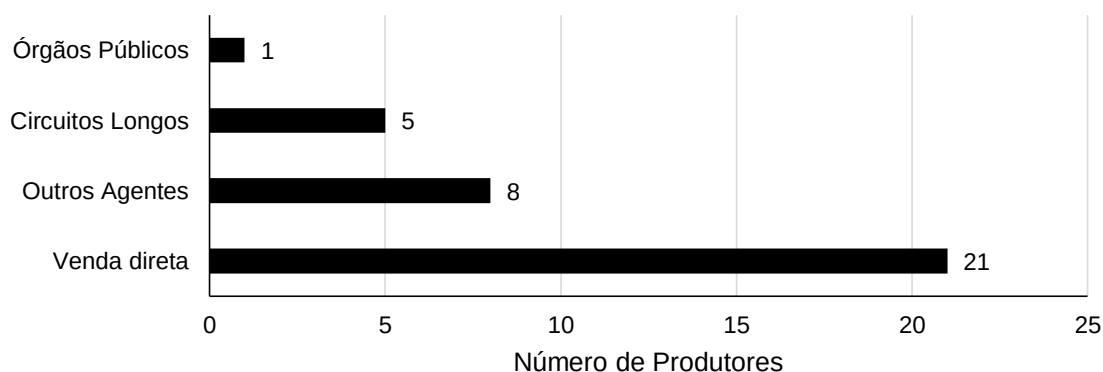
Duarte e Medeiros (2018), em pesquisa sobre o perfil dos agricultores familiares da feira livre de Dom Pedrito – RS, também constataram que muitos produtores não utilizam agrotóxicos em seus sistemas de produção, pois estão preocupados com os possíveis efeitos colaterais que os produtos químicos causam tanto a eles, quanto aos consumidores.

Há uma crescente conscientização em termos de hábitos alimentares saudáveis por parte dos consumidores, independentemente da idade ou do nível da escolaridade, visto que estes estão mais informados via meios de comunicação em massa, especialmente a internet. Também é crescente o número de agricultores que têm buscado ter mais cuidado na produção, de modo a entregar produtos que não afetem a saúde do consumidor e contribuam para a melhoria da mesma (CENTENO, 2018).

Quando questionados sobre o destino de sua produção, todos os agricultores declararam vender diretamente para o consumidor final (pois este era um pré-requisito para participarem da pesquisa), porém 57,14% dos produtores utilizam mais de um canal de comercialização.

Do total dos pesquisados, oito (38,10%) vendem também para outros agentes locais/regionais (supermercados, quitandas, restaurantes, feirantes ou outros tipos de comércio varejista) e uma produtora (4,76%) vende para órgãos públicos (PAA e PNAE), caso que também se enquadra dentro dos circuitos curtos (um grau de intermediação entre produtor e consumidor). Vendem para agentes inseridos em circuitos longos (intermediários, agroindústrias, atacadistas etc.) cinco (23,80%) do total de agricultores pesquisados (Figura 19).

Figura 19 – Número de agricultores pesquisados de acordo com o destino da produção, em Jales-SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Total com repetição (parte dos agricultores citaram mais de uma forma de comercialização).

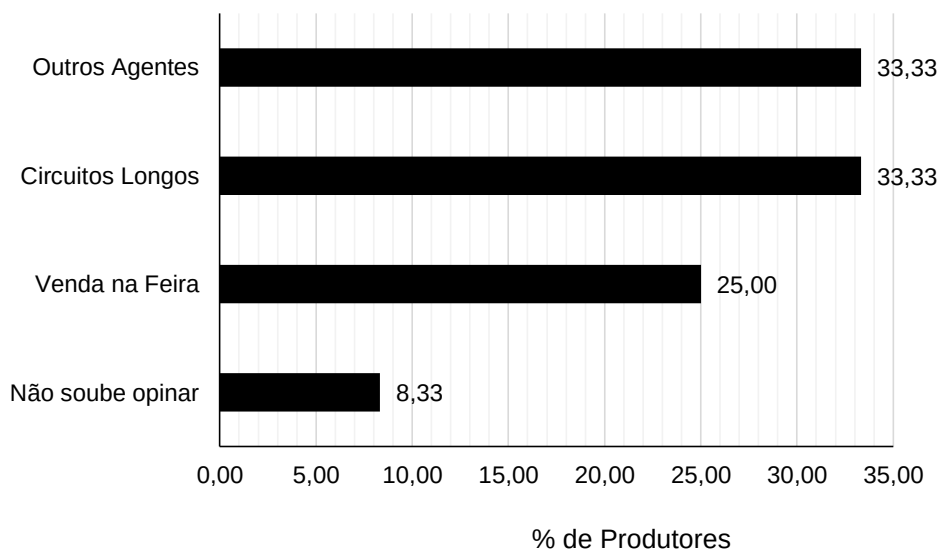
O Quadro 5 apresenta os mesmos dados mencionados na Figura 19, mas com detalha o destino da produção de cada agricultor pesquisado e a opinião destes frente ao canal mais vantajoso (no caso dos agricultores que vendem para mais de um canal). Foi possível identificar que 12 produtores (57,14%) utilizam mais de um canal, destes, quatro (33,3%) preferem outros agentes, outros quatro (33,3%) consideram melhor a venda para os circuitos longos, três (25,0%) acham a venda na feira mais vantajosa e apenas um (8,3%) não soube opinar (Figura 20). Nota-se que poucos mencionaram a venda na feira como mais vantajosa, talvez devido à maior exigência de mão de obra e ao tempo necessário para participarem da feira.

Quadro 5 – Tipo de canais de comercialização utilizados e opinião dos agricultores feirantes pesquisados, em Jales-SP, quanto ao canal mais vantajoso para aqueles que utilizam mais de um tipo.

Produtor	Venda na Feira	Outros Agentes	Circuitos Longos	Órgãos Públicos	Canal mais vantajoso
1	X	X			Outros agentes
2	X	X			Outros agentes
3	X	X			Outros agentes
4	X	X			Venda na feira
5	X				-
6	X				-
7	X	X	X	X	Circuitos longos
8	X				-
9	X				-
10	X				-
11	X				-
12	X		X		Circuitos longos
13	X	X			Venda na feira
14	X				-
15	X		X		Não soube opinar
16	X	X			Outros agentes
17	X				-
18	X				-
19	X		X		Venda na feira
20	X		X		Circuitos longos
21	X	X			Circuitos longos

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 20 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do canal de comercialização mais vantajoso.

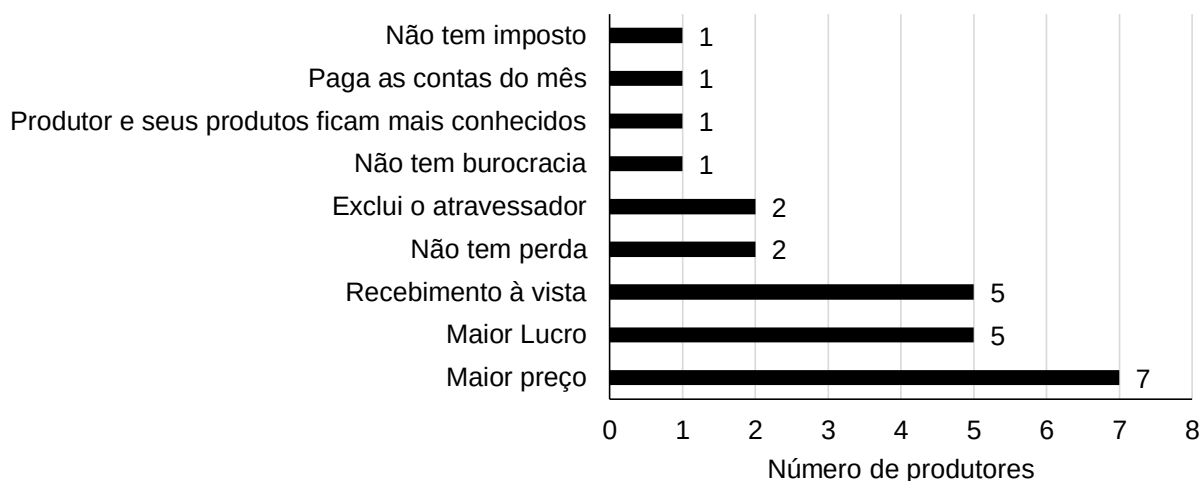


Fonte: Elaborado pela autora.

A escolha do canal adequado não se refere apenas à renda que o produtor pode obter, mas também à qualidade de vida e às perspectivas de crescimento no negócio além de ainda diversificar os canais e por conseguinte reduzir os riscos na comercialização (SCALCO *et al.*, 2017).

Quanto às vantagens da venda para o consumidor final ocorreu certa dispersão das respostas entre os agricultores, sendo que tiveram certo destaque o maior preço, citado por sete entrevistados, o lucro obtido e o fato de receber à vista, ambos mencionados por cinco agricultores. Também foram lembrados como aspectos positivos, por dois entrevistados, a função de excluir os atravessadores (intermediários) e não ocasionar perdas, enquanto outros motivos tiveram a menção de apenas um agricultor, inclusive o fato de se tornarem mais conhecidos, o que diz respeito a sociabilidade que a feira proporciona (Figura 21).

Figura 21 – Número de agricultores pesquisados, em função do tipo de vantagem que atribuem às vendas diretas ao consumidor, em Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

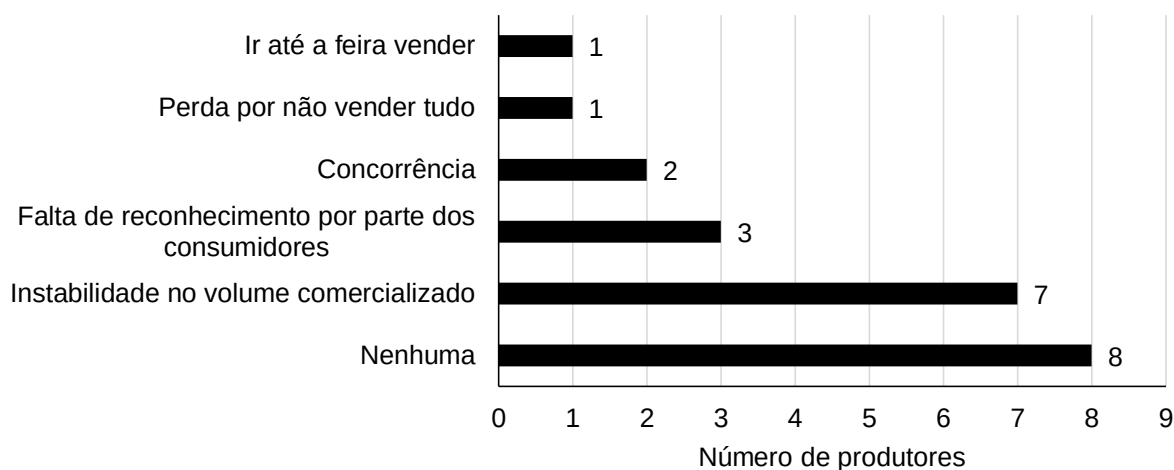
Nota: Total com repetição (parte dos agricultores citaram mais de uma vantagem).

Outros autores também identificaram aspectos semelhantes ao declarados pelos agricultores pesquisados em Jales - SP. Coelho *et al.* (2018) mencionam que as vendas nas feiras possibilitam o recebimento à vista, exclui os intermediários, permite a socialização através da troca de experiências e proporciona satisfação com o resultado obtido. Costa (2017) identificou em sua pesquisa que a principal motivação dos feirantes é a parte financeira, pois ajuda no pagamento de gastos da família e

complementa a renda através da venda direta. Possani (2016) revela que os produtores Itaqui-RS escolhem a comercialização na feira, pois há a garantia da venda de produtos que estragariam no campo, resulta em maior rentabilidade, além de criar vínculos sociais que possibilitam melhor negociação e fidelização.

Quanto às desvantagens citadas pelos produtores em relação à venda direta para os consumidores finais, 8 produtores citaram não encontrar nenhuma dificuldade. Já para aqueles que arrolaram algum tipo de desvantagem, essas são: instabilidade no volume de vendas, principalmente no frio e no final do mês que é quando os consumidores possuem menos dinheiro (6 agricultores), falta de reconhecimento por parte dos consumidores (3 agricultores), concorrência (2), perdas devido a sobras e o custo do deslocamento, ambos os aspectos citados por um agricultor (Figura 22).

Figura 22 – Número de agricultores pesquisados, em função do tipo de desvantagem que atribuem às vendas diretas ao consumidor, em Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Total com repetição (parte dos agricultores citaram mais de uma desvantagem).

Romão e Bezerra (2019) e Morel, Resende e Sette (2015), em pesquisas realizadas em feiras livres, relatam que os feirantes também possuem dificuldade no deslocamento até o local de venda, ou seja, o transporte. Scalco *et al.* (2017) identificaram como grande problema deste canal, o aumento da mão de obra dos produtores, o que os leva, às vezes, a optar por canais indiretos.

Dentre os oito agricultores que vendem para outros agentes, foram apontadas como vantagens a facilidade no escoamento e a garantia de compra (cada aspecto

citado por dois agricultores), enquanto outros aspectos, como preço melhor, pagamento à vista, não ter atravessador, volume de venda maior foram mencionadas por apenas um agricultor. Também um agricultor considerou não ter nenhuma vantagem em vender para esse tipo de canal.

Quando se trata das desvantagens na venda para outros agentes, três agricultores afirmaram não encontrar nenhum tipo de desvantagem, já outros quatro entrevistados citaram a falta de fidelidade, a exigência na entrega de produto de qualidade, vendas a prazo, burocracia e lucro menor como fatores que interferem nesse tipo de comercialização.

Os agricultores mencionaram como vantagens da inserção em circuitos longos (referem-se quase sempre aos intermediários que são o primeiro agente desse tipo de circuito) a comercialização em grande quantidade, até mesmo dos produtos que não foram vendidos na feira (4 agricultores), e o melhor preço obtido (1 agricultor).

Quando se trata das desvantagens na comercialização de circuitos longos, os produtores citaram vários aspectos, como o lucro menor (1 agricultor), limite no volume de compra (1 agricultor), dificuldade no transporte em relação ao frete (1 agricultor) e pagamento em lugar diferente da entrega (1 produtor). Apenas um produtor afirmou não encontrar nenhuma dificuldade.

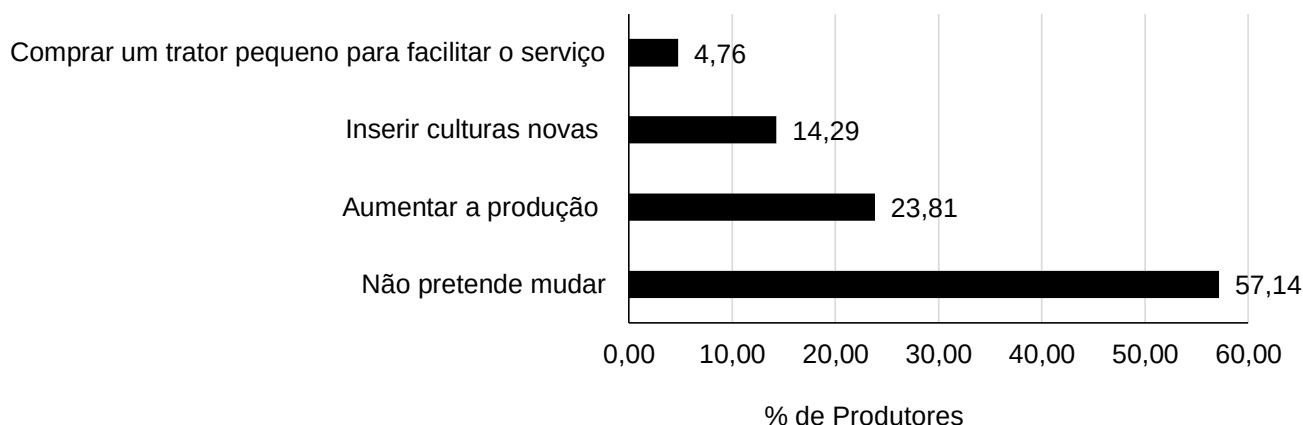
Outra forma de se reduzir os riscos na comercialização é a construção de grupos formais e informais com o intuito de aumentarem suas vendas, por isso foi questionado aos agricultores, se estes fazem parte de algum grupo. De acordo com as respostas obtidas, foi possível notar que apenas uma produtora faz parte de um grupo formal que é a Cooperativa Agrícola Mista de Produtores da Região de Jales. Essa mesma produtora também faz parte do grupo informal que todos os demais entrevistados fazem parte, que são as feiras livres do município de Jales – SP.

Já que todos fazem parte de um grupo informal que possui como objetivo atrair os consumidores por meio das feiras livres e assim reduzir os riscos associados à comercialização, buscou-se também investigar se esses pretendem ampliar ou fazer alguma mudança na produção ou na comercialização para aumentarem suas vendas e rendas. Do total, 57,14% afirmaram que não querem ampliar e nem mudar a produção, já 42,86% almejam fazer mudanças, como aumentar a produção (23,81%), inserir novas culturas (14,29%) ou investir em maquinários (4,76%) (Figura 23).

Quanto à comercialização, a expressiva maioria (76,19%) também não querem ampliar e fazer mudanças na comercialização, contra a apenas 23,81% que

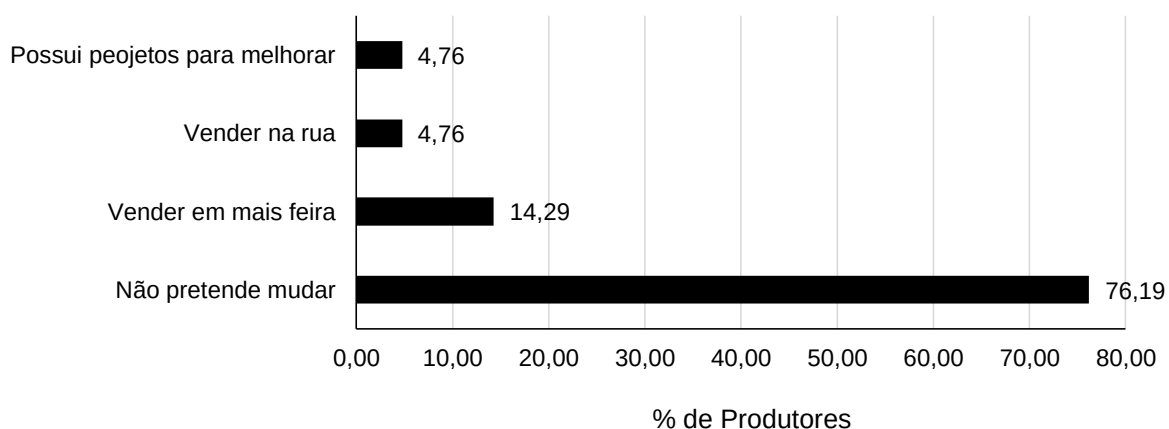
pretendem realizar alterações na comercialização, como participar em mais feiras (14,29%), vender na rua (4,76%) ou melhorar seus negócios (4,76%) (Figura 24).

Figura 23 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da pretensão (ou não) de realizar modificações na produção.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 24 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da pretensão (ou não) de realizar modificações na comercialização.



Fonte: Elaborado pela autora.

O fato da maioria dos produtores não pretender fazer mudanças na produção e na comercialização, talvez esteja associado à mão de obra, visto que para aumentar a produção ou comercializar em mais locais, demandaria a contratação de mão de obra, já que não dispõem na família.

Outro aspecto analisado referiu-se ao grau de acesso às linhas de créditos rurais governamentais e, de acordo com os dados obtidos, constatou-se que 80,95%

não tem interesse em obter, 14,29% acessam ou já acessaram e apenas 4,76% afirmou não ter conseguido crédito pelo fato de ser aposentado e não conseguir a DAP – Declaração de Aptidão ao Pronaf. Segundo o Censo 2017 (IBGE, 2017a), 143 estabelecimentos rurais realizaram financiamentos, destes 111 (77,62%) eram agricultores familiares, ou seja 15,43% de todos os agricultores familiares do município realizaram financiamentos.

Quanto aos agentes financeiros responsáveis pelos financiamentos de todos os estabelecimentos, 94,41% são os bancos, 2,80% as cooperativas de crédito, 1,40% o governo e 0,70% outras instituições financeiras. Quando se trata dos financiamentos realizados pelos estabelecimentos familiares 73,43% são os bancos, 0,70% as cooperativas de crédito, 1,40% o governo e 0,70% outras instituições financeiras.

Portanto, é possível afirmar que a partir dos dados coletados e dos dados cedidos pelo Censo Agropecuário 2017, são poucos os produtores familiares que buscam financiamentos, principalmente quando se trata daqueles provenientes do governo.

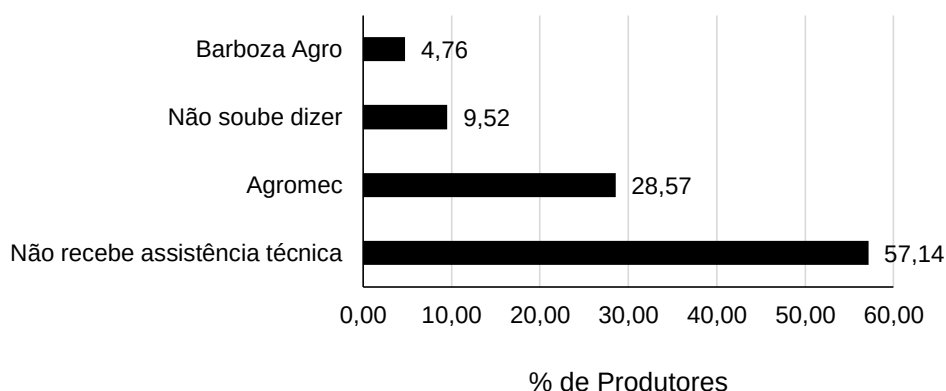
Para terem acesso as linhas de créditos, os produtores necessitam de assistência técnica para elaborarem projetos como também para acompanhamento da execução. De acordo com o levantamento de dados notou-se que 57,14% não recebem assistência técnica. Os demais (42,86%) disseram contar com assistência técnica eventualmente, sendo que, do total de entrevistados, 28,57% recebem da Agromec (revenda de produtos), 4,76% da Barboza Agro (revenda de produtos) e 9,52% não souberam dizer de qual empresa recebem consultoria (Figura 25). Dentre os agricultores que tinham acesso à assistência técnica, 77,78% a classificaram como boa, 11,11% excelente e 11,11% razoável (Figura 26).

De acordo com Censo 2017, apenas 16,68% dos agricultores familiares recebem assistência técnica. Ou seja, para ambas as pesquisas, a minoria dos produtores familiares de Jales – SP recebem assistência técnica.

É provável que o baixo índice no recebimento de assistência técnica e extensão rural, influencie no acesso a linhas de créditos e também na comercialização para órgãos públicos, pois se alguns agricultores não têm acesso ao crédito por falta de interesse, outros carecem de maiores informações sobre as condições e os benefícios oferecidos. Cabe salientar também, que nenhum produtor afirmou receber assistência técnica da casa de agricultura do município.

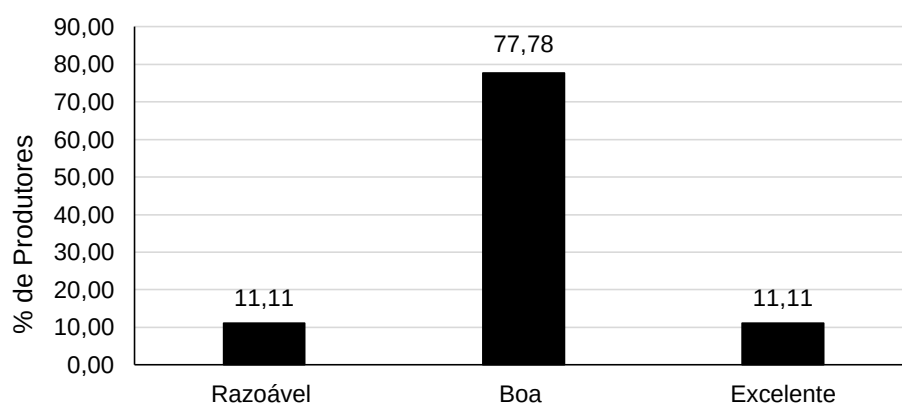
Por outro lado, é importante destacar que grande parte dos produtores afirmou ter realizado alguma capacitação técnica promovida por organizações sociais. Embora esporádica constitui-se em um aspecto positivo, pois pode auxiliar na produção e/ou comercialização.

Figura 25 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função do recebimento de assistência técnica.



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 26 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da classificação do recebimento de assistência técnica.

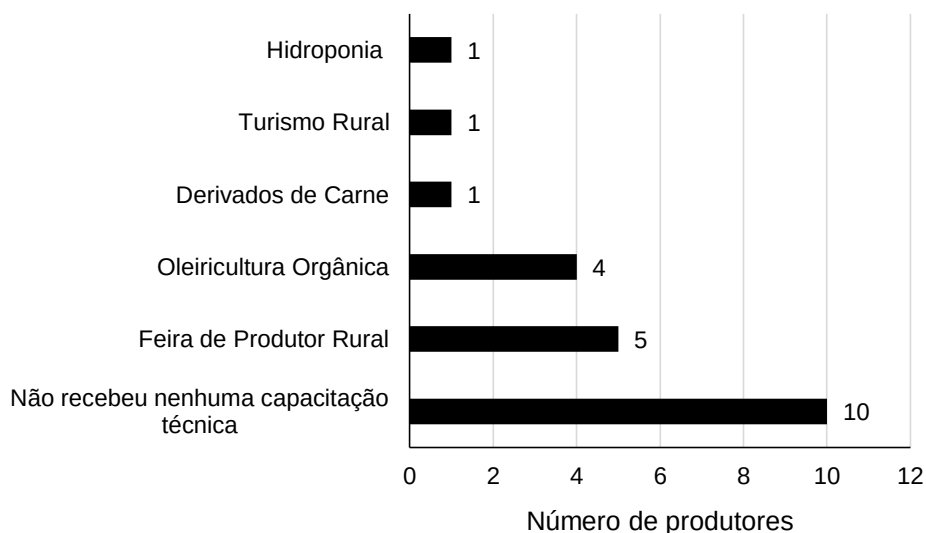


Fonte: Elaborado pela autora.

Identificar o recebimento de formação ou capacitação técnica desses produtores permite visualizar o conhecimento deles quanto aos assuntos relacionados à produção e à comercialização. Ficou nítida a atuação do SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural no município, pois 11 dos agricultores (52,38% do total) que disseram receber uma formação ou capacitação, mencionaram cursos organizados pelo SENAR. Participaram do curso sobre “Feira do produtor rural” (5 do total de

agricultores pesquisados), “Olericultura orgânica” (4), “Derivados de carne” (1), Turismo rural (1) e Hidroponia (1). Do total pesquisado 10 produtores (47,62%) não frequentaram nenhum curso (Figura 27). Segundo o Censo 2017, 71,76% dos produtores familiares concluíram algum tipo de curso, portanto um percentual maior do que o observado nessa pesquisa, demonstrando que os produtores familiares de Jales buscam algum tipo de formação técnica para aprimorem seus conhecimentos, mas em média com menor ênfase do que a média brasileira.

Figura 27 – Número de agricultores pesquisados, em função dos cursos recebidos quanto à formação técnica.



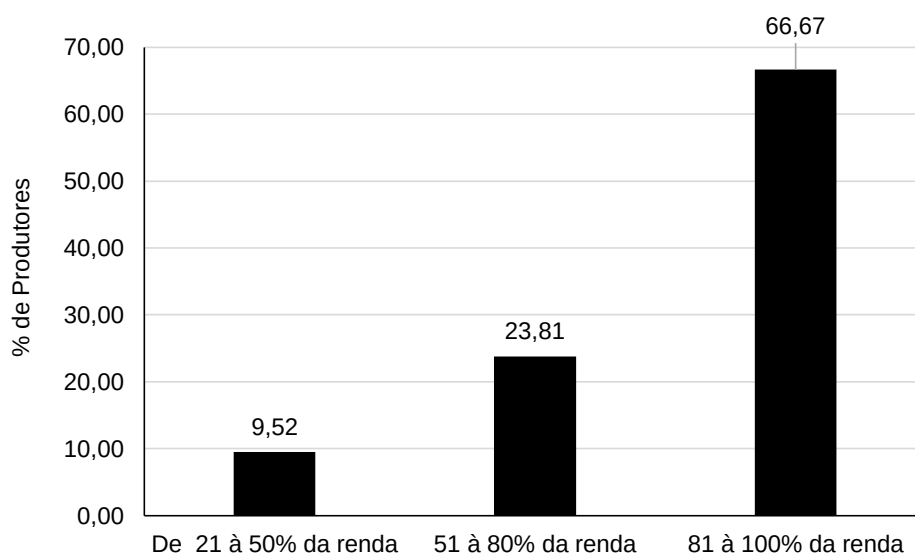
Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Total com repetição (parte dos agricultores citaram mais de um curso).

Do mesmo modo que a formação técnica contribui para o aprimoramento da produção e da comercialização, a divulgação dos produtos e disponibilização dos locais para venda, como forma de incentivo por parte das organizações sociais é extremamente importante para alavancar a comercialização local dos produtos agrícolas. No entanto, 100% dos agricultores disseram que não recebem apoio de organizações sociais, tanto na divulgação quanto na disponibilização de local para comercializarem. Mencionaram que somente a prefeitura de Jales cede os locais para venda. Ou seja, falta um apoio e incentivo das organizações sociais quanto na divulgação e disponibilização de locais para venda, o que poderia facilitar e aumentar a venda de produtos oriundos da agricultura familiar.

Outro aspecto importante para a caracterização dos agricultores e de suas estratégias é avaliar a renda bruta total das famílias e a origem desta. Em relação a esse aspecto, 90,48% dos agricultores afirmaram possuir mais da metade da renda bruta total obtida da propriedade, sendo que dois terços destes (66,67%) possuem de 81% a 100% da renda proveniente das atividades desenvolvidas no estabelecimento (Figura 28).

Figura 28 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta agropecuária familiar, obtida por meio da propriedade, no município de Jales - SP.



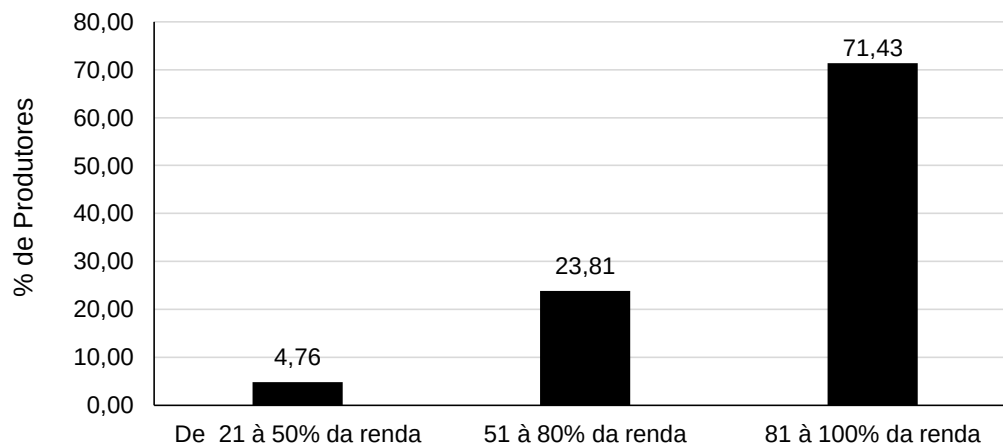
Fonte: Elaborado pela autora.

Ao verificar também a renda bruta proveniente da comercialização em circuitos curtos, constatou-se que para 71,43% dos pesquisados, os circuitos curtos têm extrema importância, pois representam de 81% a 100% da renda agropecuária, outros 23,81% dos agricultores obtêm de 51% a 80% neste tipo de comercialização e apenas 4,76% (representado por apenas um produtor) disse que os circuitos curtos correspondem de 21% a 50% do total de sua renda agropecuária (Figura 29). Silveira *et al.* (2017), ao pesquisar agricultores feirantes de Nova Andradina (MS), também identificaram que a feira livre era a principal fonte de renda das famílias.

Para Corona, Vasques e Godoy (2018), mais de 50% dos agricultores familiares de Chapecó tem como sua principal fonte de renda a comercialização nas feiras livres.

Damacena (2018) também constatou em sua pesquisa com feirantes de Cacoal – RO, que a feira livre para 60% dos agricultores é a única fonte de renda.

Figura 29 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da renda bruta agropecuária familiar, obtida por meio dos circuitos curtos, em Jales- SP.

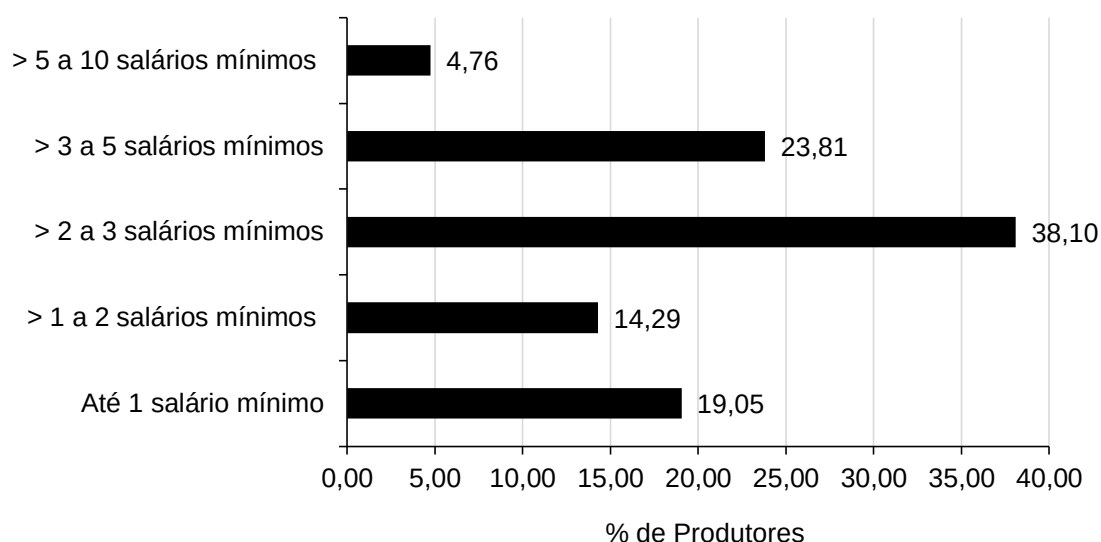


Fonte: Elaborado pela autora.

Se para a maioria predomina a renda bruta obtida da propriedade, cabe investigar quanto isso representa em salários mínimos. Do total de agricultores pesquisados, 61,91% informou que o rendimento se situa entre dois e cinco salários mínimos (em 2019 um salário mínimo – SM - correspondia a R\$998,00 – piso nacional). Por outro lado, 33,34% declarou obter entradas monetárias de no máximo dois salários mínimos. Apenas um agricultor (4,76%) enquadrou-se na faixa de 5 a 10 salários mínimos (Figura 30).

De acordo com Centeno (2018), a maior parte dos agricultores familiares de orgânicos do Território Noroeste Paulista (mesma região de estudo desta pesquisa), obtêm renda bruta da propriedade de 1 a 3 salários mínimos. Já Coelho *et al.* (2018) constatou que 64,28% das famílias participantes de feiras de Nova Olímpia - MT conseguem obter renda oriunda da propriedade de até dois salários mínimos.

Figura 30 - Distribuição percentual dos agricultores pesquisados, em função da faixa salarial familiar obtida na propriedade rural, no município de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

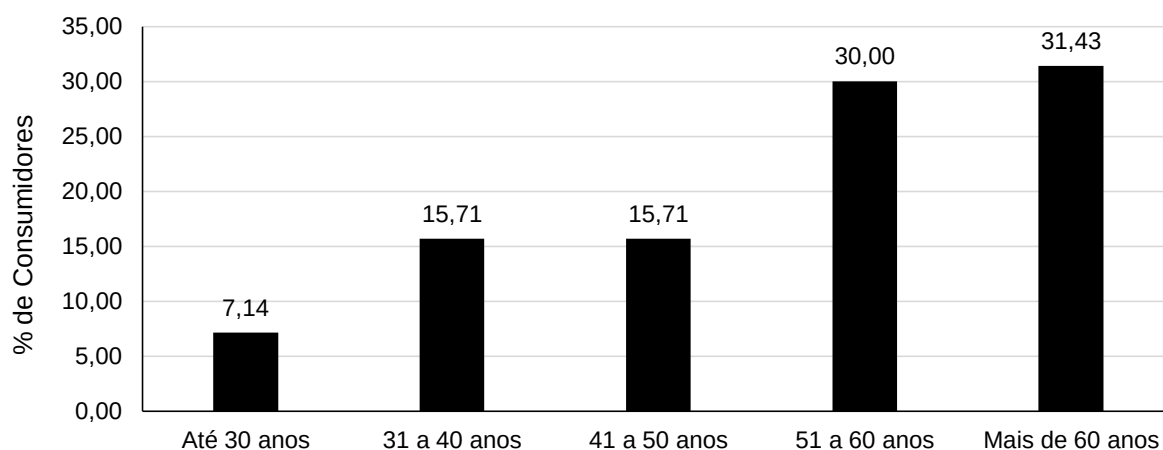
Observa-se, de acordo com os dados obtidos e as pesquisas mencionadas, uma heterogeneidade em relação às faixas de renda. É possível que esse fato esteja associado ao tipo de produção (orgânica e não orgânica) e/ou às características de cada região.

4.3. Pesquisa com os consumidores

Do total de 70 consumidores pesquisados, que frequentam as feiras livres de Jales, verificou-se que 81,43% residem no próprio município. Esse resultado indica que o público das feiras é predominantemente local. Do total de entrevistados, 61,43% são mulheres e 38,57% homens. Estudos semelhantes realizados sobre o perfil socioeconômico dos consumidores de feiras livres, como o de Specht *et al.* (2019), Fante *et al.* (2020), Bettencourt *et al.* (2017), Costa, Andrade e Felipe (2016), Dorneles *et al.* (2019), identificaram que as mulheres possuem presença predominante nas feiras.

Quanto à faixa etária, 61,43% possuem mais de 50 anos (Figura 31), e somente 7,14% até 30 anos, resultado semelhante ao da pesquisa de Fante *et al.* (2020), em que 72% possuem mais de 45 anos e apenas 8% até 30 anos.

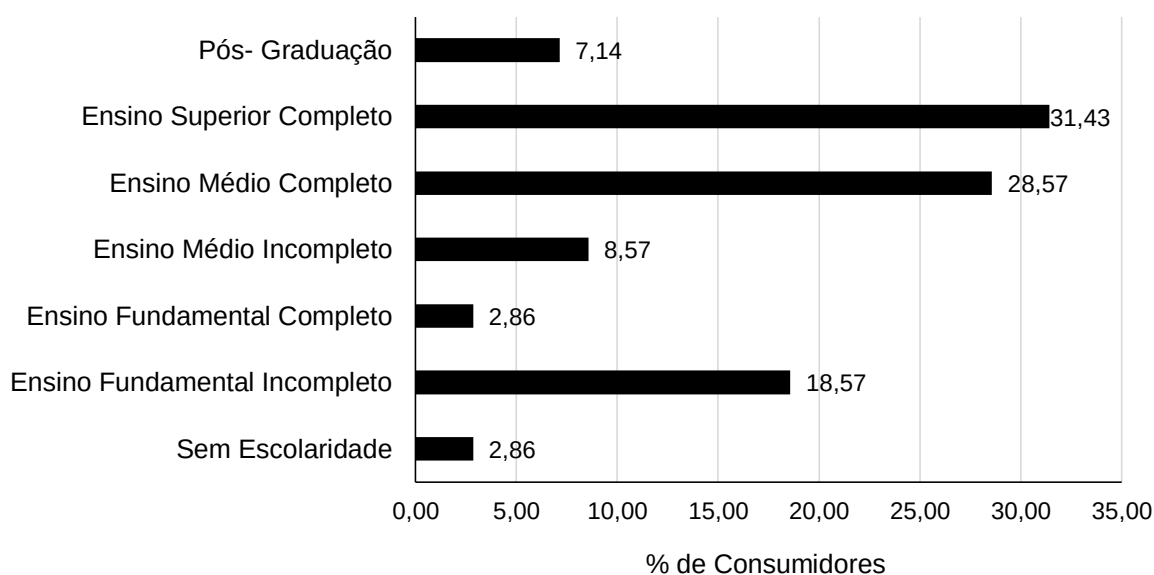
Figura 31 - Distribuição percentual em função da faixa etária, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Já em relação à escolaridade, percebe-se que a maioria dos consumidores (67,14%) possui no mínimo o ensino médio completo, sendo que a maioria destes possui curso superior ou pós-graduação (Figura 32). Costa, Andrade e Felipe (2016) também identificaram em sua pesquisa sobre o comportamento dos consumidores das feiras livres na Microrregião Geográfica de Formiga - MG, que 67% dos entrevistados também haviam no mínimo completado o ensino médio ou cursado o superior completo.

Figura 32 - Distribuição percentual em função da escolaridade, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.



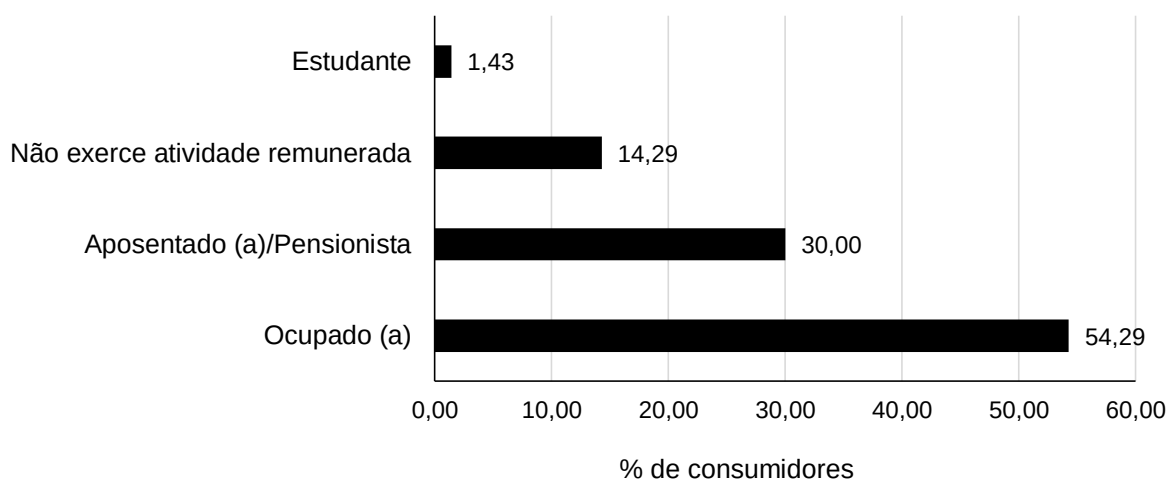
Fonte: Elaborado pela autora.

Diante das informações obtidas é possível observar que os consumidores das feiras livres de Jales são em sua maioria representados por mulheres com mais de 50 anos e com uma escolaridade relativamente alta. Esse resultado condiz com a pesquisa de Centeno (2018), que também procurou identificar o perfil de consumidores de orgânicos da Feira de Orgânicos de Jales-SP, e evidenciou as mesmas características.

O fato da maioria dos consumidores das feiras livres serem mulheres com mais de 50 anos, pode estar relacionado com mais uma das responsabilidades domésticas assumidas por elas.

Ao investigar-se a condição de ocupação dos consumidores das feiras livres, 54,29% mencionaram ter algum tipo de trabalho, com predominância do setor da agropecuária e do acadêmico; e com menor frequência também foram pesquisados consumidores que se identificaram como empresários e trabalhadores da construção civil (construtores, mestre de obras, pedreiros e gesseiros), da saúde e diaristas. Entre os demais 30% são aposentados, 14,29% não exercem atividade remunerada e apenas 1,43% (1 consumidor) declarou-se como estudante (Figura 33). Centeno (2018) também apurou que a maioria dos consumidores da Feira de Orgânicos do município de Jales são aposentados e professores. Esses dados, evidenciam que apesar das pesquisas serem realizadas com abrangência e anos diferentes, os perfis dos consumidores são semelhantes.

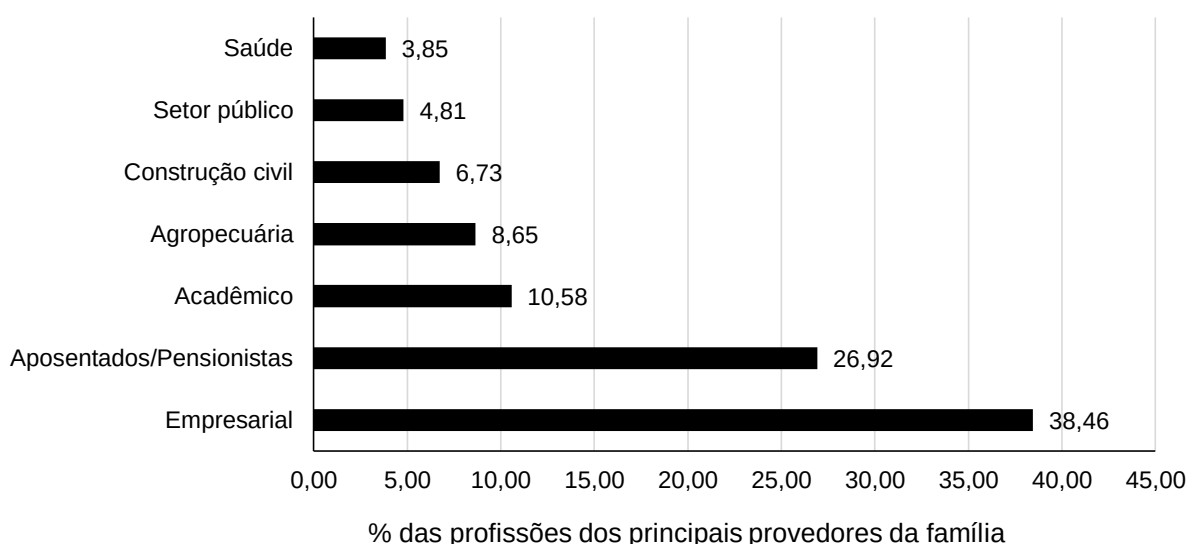
Figura 33 - Distribuição percentual, em função da condição de ocupação, dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

A análise da origem da renda dos principais provedores da família (Figura 34) revelou que 38,46% trabalham no setor empresarial, 26,92% são aposentados e pensionistas, 10,58% exercem suas atividades no setor acadêmico, 8,65% obtêm renda da agropecuária, 6,73% da construção civil, 4,81% setor público e por fim 3,85% da saúde.

Figura 34 – Distribuição percentual em função da origem da renda dos principais provedor(es) das famílias dos consumidores pesquisados, em feiras livres, no município de Jales – SP.

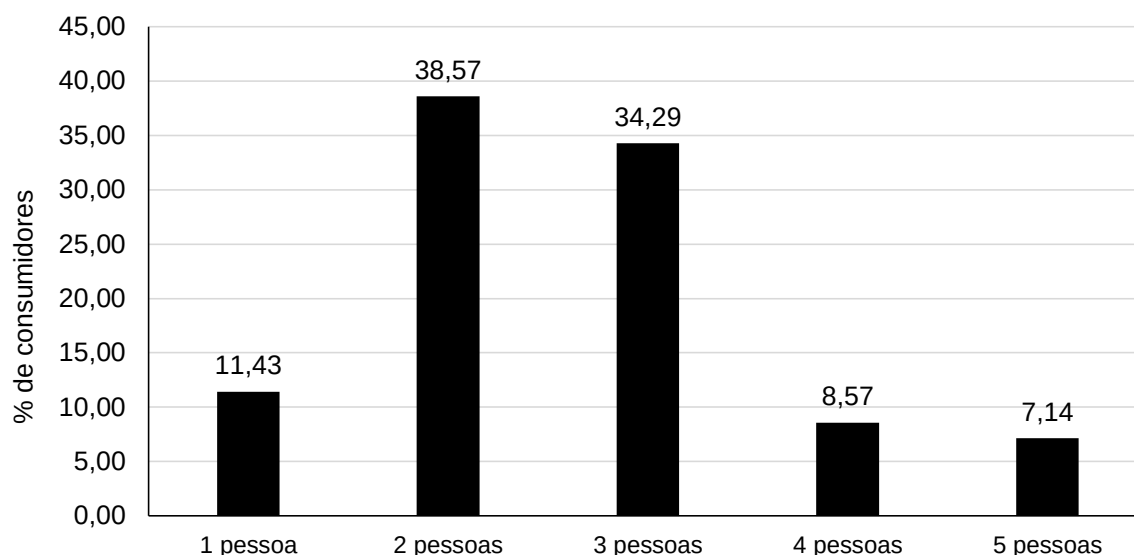


Fonte: Elaborado pela autora.

Observa-se que a maior parte das rendas dos principais provedores das famílias estão concentradas no setor empresarial, e isso talvez esteja relacionado ao fato da cidade de Jales ser centro regional do comércio e predominar os consumidores do próprio município. O percentual também expressivo de aposentados ou pensionistas deve-se ao perfil de idade mais avançada dos consumidores entrevistados (31,43% com mais de 60 anos).

Quanto às características das famílias dos consumidores constatou-se que 72,86% possuem dois ou três membros na família, 11,43% moram sozinhos, 8,57% das famílias são compostas por quatro pessoas e 7,14% possuem cinco membros (Figura 35). Centeno (2018) em pesquisa sobre os consumidores de orgânicos de Jales também detectou que 70% deles possuem dois ou três membros na família.

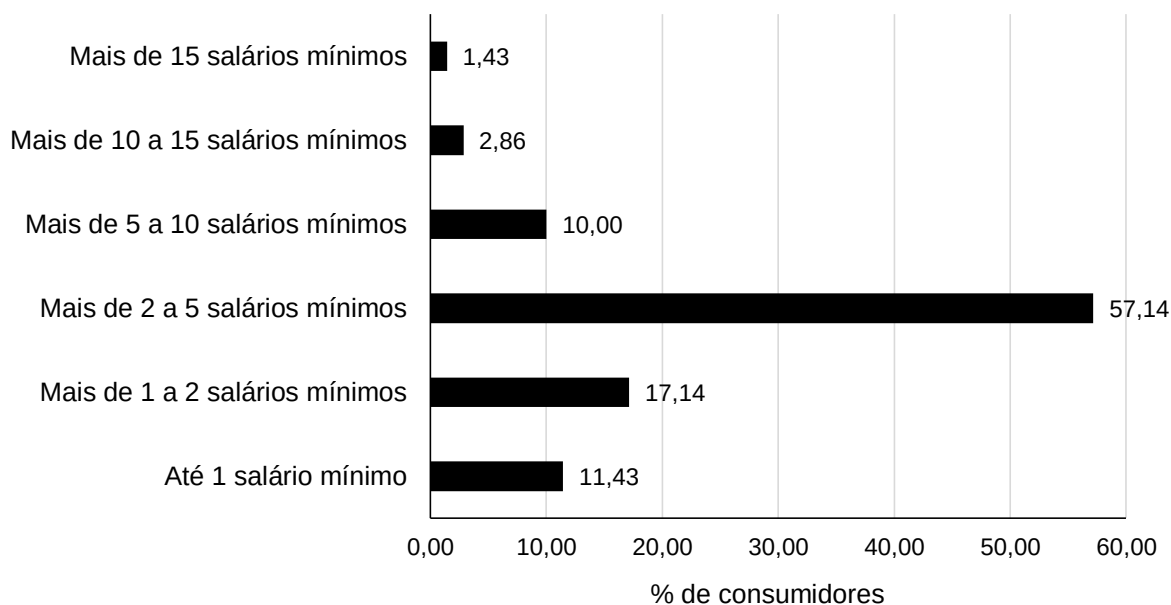
Figura 35 – Distribuição percentual em função da quantidade de pessoas que compõe a família dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Identificar a renda familiar desses consumidores também é uma importante característica dos consumidores. A análise das informações coletadas mostrou que 28,57% possuem renda familiar de até 2 salários mínimos, 57,14% obtém mais de 2 até 5 salários mínimos e 14,29% mais de 5 salários mínimos (Figura 36).

Figura 36 - Distribuição percentual em função da renda familiar dos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

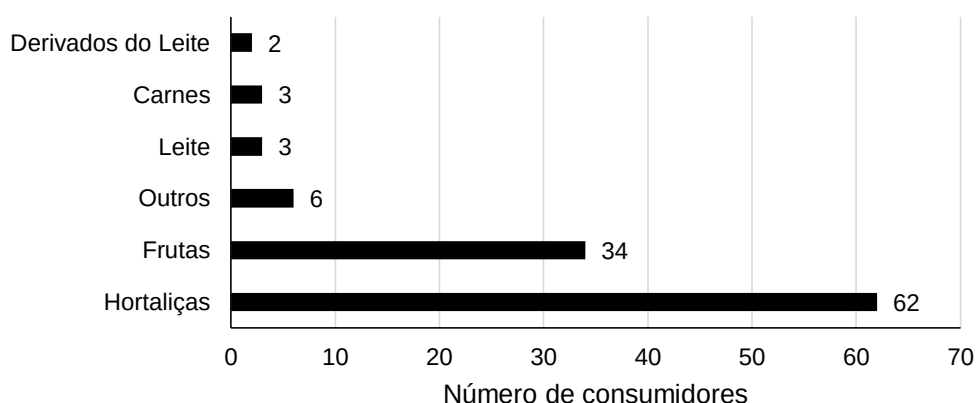
Esses dados são semelhantes aos obtidos por Fante *et al.* (2020), pois em sua pesquisa 29% dos consumidores possuíam renda familiar de até 2 salários mínimos, 43% de 2 a 5 salários mínimos e 28% mais de 5 salários mínimos.

É importante destacar que segundo o IBGE (2018), a renda média da população do município de Jales é em torno de 2,3 salários mínimos, ou seja, é semelhante aos dados da presente pesquisa.

Assim como é importante identificar o perfil dos consumidores, também é fundamental verificar quais os alimentos mais procurados e comprados por eles nas feiras livres, pois possibilita ao agricultor alinhar-se à demanda, eventualmente com a promoção de mudanças em seu sistema de produção.

De acordo com a preferência dos consumidores, as hortaliças são os alimentos mais requisitados e em segundo lugar as frutas. Há outros alimentos também citados por eles, como o café, a pamonha, caldo de cana e sucos. Quanto às carnes e derivados do leite, o peixe e o queijo foram mencionados somente por alguns consumidores (Figura 37). Fante *et al.* (2020) e Costa, Andrade e Felipe (2016), também detectaram em suas pesquisas que as hortaliças e frutas são os alimentos mais procurados pelos consumidores.

Figura 37 – Alimentos mais comprados pelos consumidores pesquisados em feiras livres, no município de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

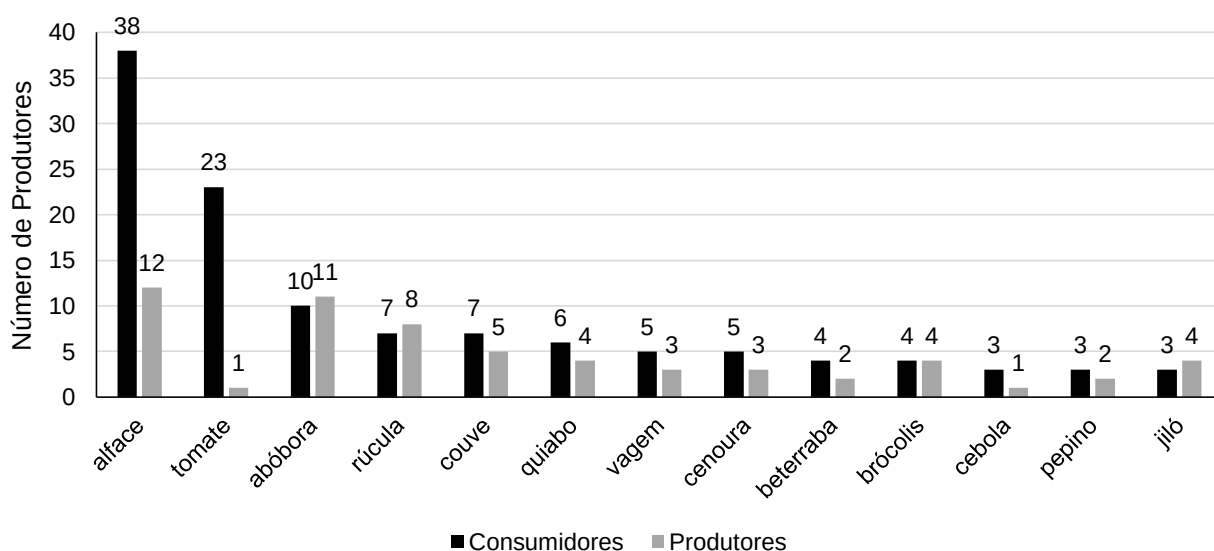
Nota: Total com repetição (parte dos consumidores citaram mais de um tipo de produto).

Devido às hortaliças serem os alimentos mais procurados, procurou-se detalhar quais são as mais adquiridas pelos consumidores e quais são as mais produzidas. Com caráter apenas indicativo, pois a pesquisa não visou quantificar oferta e demanda

nas feiras, verifica-se que a hortaliça mais procurada é a alface, mencionada por 38 consumidores, seguida do tomate (23 citações) e abóbora (10 citações) (Figura 38). Observa-se que há coerência entre tipo de hortaliça produzida pelos agricultores e aquelas que são adquiridas pelos consumidores, exceto no caso do tomate, pois, apesar de ser a segunda olerícola mais comprada pelos consumidores na feira, há somente um produtor. O fato de quase nenhum agricultor não produzir tomate pode estar relacionado às exigências dessa cultura, em termos de mão de obra e cuidados fitossanitários (em uma região de altas temperaturas como a de Jales) para manter uma produção estável ao longo do ano, além da pouca tradição do cultivo no município.

No total foram citados 28 tipos de olerícolas, porém na Figura 38 foram apresentados os resultados das 13 principais¹.

Figura 38 – Tipos de hortaliças mais compradas pelos consumidores e produzidas pelos agricultores pesquisados nas feiras livres, no município de Jales-SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

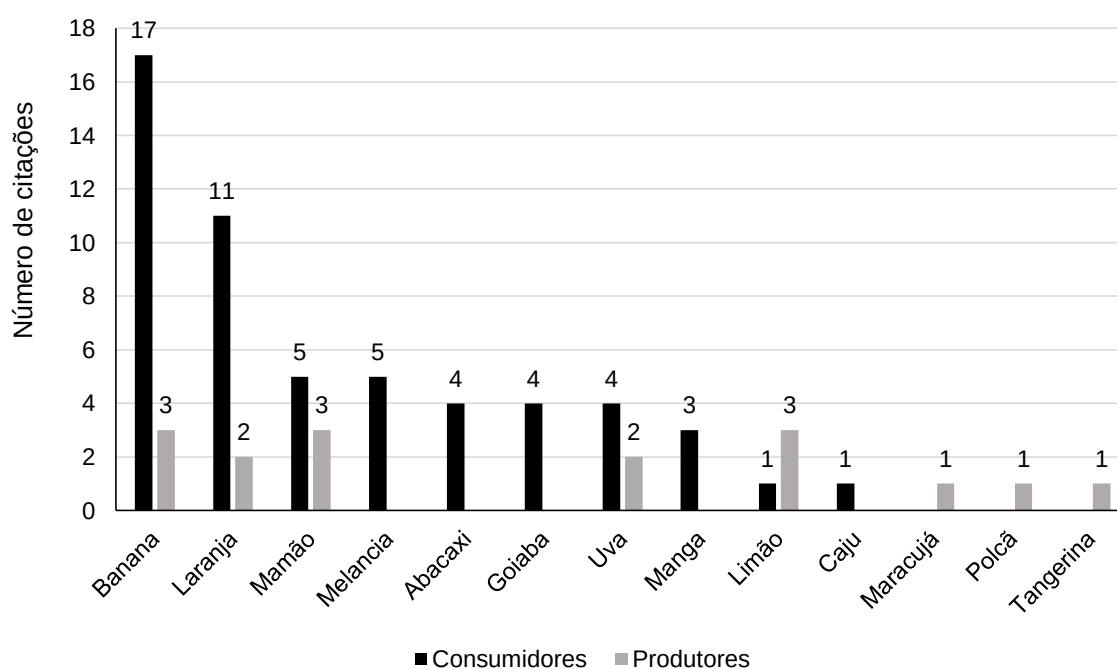
Nota: Total com repetição (parte dos consumidores e produtores citaram mais de um produto).

¹ As hortaliças procuradas pelos consumidores e não inseridas no gráfico são: batata (2 consumidores), rabanete (2 consumidores), cheiro verde (2 consumidores), chuchu (2 consumidores), pimenta (2 consumidores), almeirão (2 consumidores), alho poró (1 consumidor), berinjela (1 consumidor), milho (1 consumidor), batata doce (1 consumidor), couve flor (1 consumidor), maxixe (1 consumidor), mandioca (1 consumidor), alho (1 consumidor) e repolho (1 consumidor).

No que se refere às frutas, nota-se na Figura 39 que a banana e a laranja são as mais compradas pelos consumidores, seguidas, em ordem decrescente de demanda, pelo mamão, melancia, abacaxi, goiaba, uva, manga, limão e caju. As frutas mais produzidas pelos agricultores de Jales que comercializam nessas feiras livres são a banana, o limão, o mamão, a laranja e a uva. Observa-se que os agricultores não produzem parte das frutas buscadas pelos consumidores como: melancia, abacaxi, goiaba, manga e caju.

Quando se trata de abacaxi, manga e melancia, talvez os produtores não cultivam esse tipo de fruta pelo fato de exigirem muita mão de obra tanto na produção quanto na comercialização, visto que para o negócio ser rentável necessita-se de uma produção alta (e regular ao longo de vários meses, no caso do abacaxi). Porém quando se trata da goiaba e caju, talvez os agricultores não produzem, pelo fato da demanda ser menor e não conseguirem oferecer o produto com regularidade. Cabe ainda ressaltar que todas essas frutas buscadas pelos consumidores e não produzidas pelos agricultores feirantes, são encontradas nas feiras livres por meio de feirantes intermediários.

Figura 39 – Tipos de frutas mais compradas pelos consumidores e produzidas pelos agricultores pesquisados nas em feiras livres, no município de Jales-SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

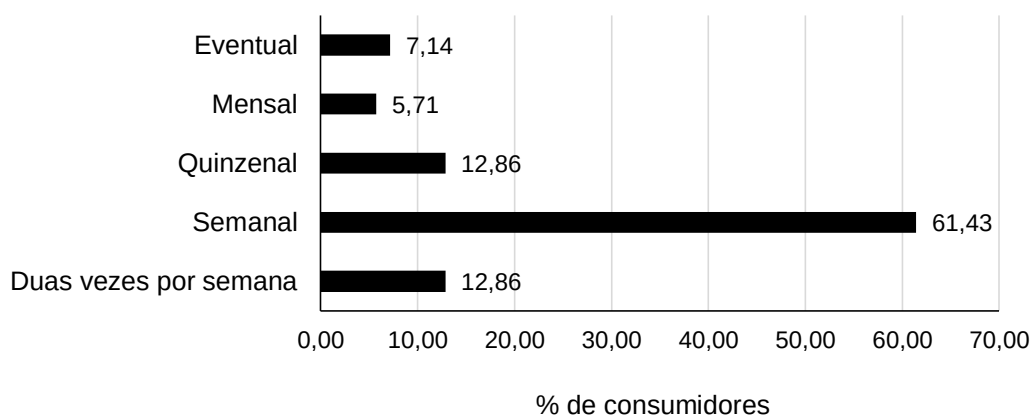
Nota: Total com repetição (parte dos consumidores e produtores citaram mais de um produto).

Além das preferências sobre os produtos adquiridos pesquisou-se também a frequência de visita dos consumidores às feiras. A análise dos dados coletados indicou que a maioria (61,43%) frequenta a feira semanalmente; 12,86% vão duas vezes na semana, sendo que outros 12,86% dirigem-se à feira quinzenalmente, enquanto idas mensais ou eventuais são menos comuns, 5,71% e 7,14%, respectivamente (Figura 40).

Nota-se grande destaque para as visitas realizadas semanalmente nas feiras, o que também foi constatado em outras pesquisas, como de Specht *et al.* (2019) e de Costa, Andrade e Felipe (2016).

Quanto à preferência dos consumidores em irem até as feiras toda semana, talvez esteja relacionada ao fato de que, de modo geral, são produtos rapidamente perecíveis e a qualidade dos mesmos está muito associada ao consumo desses alimentos frescos.

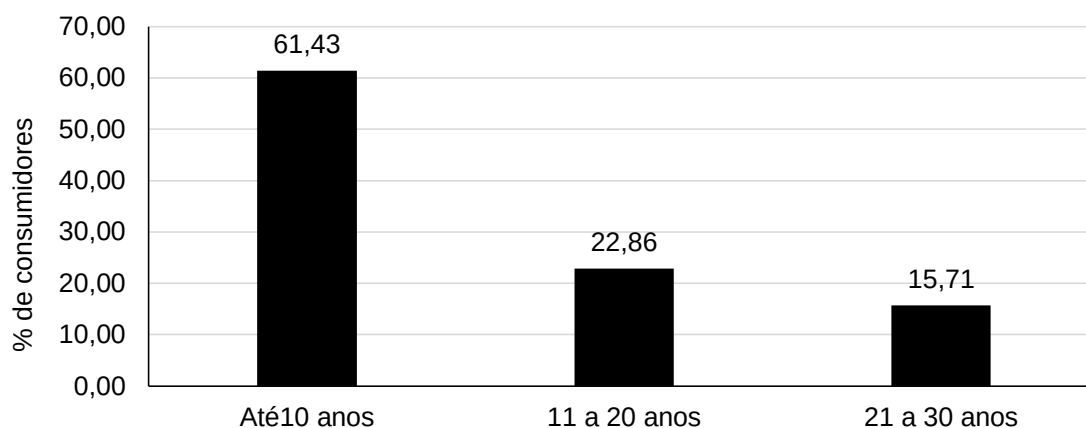
Figura 40 – Distribuição percentual em função da frequência de compra de alimentos pelos consumidores pesquisados nas feiras livres de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação ao tempo que esses consumidores frequentam as feiras, observou-se que também 61,43% o faz até 10 anos; 22,86% disseram que visitam as feiras entre 11 a 20 anos e 15,71% há mais de 20 anos (Figura 41). Mesmo que para a maioria faça apenas até 10 anos que frequentam as feiras, é importante ressaltar que uma parte expressiva (38,57%) é cliente fiel há mais de 10 anos.

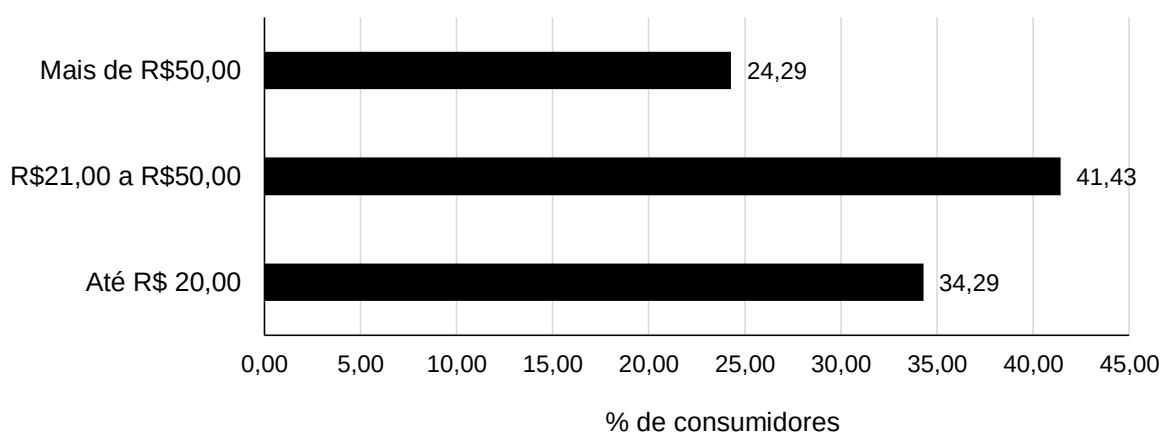
Figura 41 – Distribuição percentual em função da quantidade de tempo que os consumidores pesquisados compram alimentos nas feiras livres de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Outra informação relevante e que pode auxiliar os agricultores na tomada de decisão, é saber o valor monetário despendido pelo consumidor, a cada visita que ele faz à feira. Constatou-se que 75,72% gastam em média até R\$50,00 (sendo 54,71% destes compram em média de R\$21,00 a R\$50,00). Apenas 24,29% gastam em média um valor maior do que R\$50,00 (Figura 42). Specht *et al.* (2019) ao pesquisar a Polifeira da UFSM (RS) também identificou a predominância dos gastos até R\$50,00 por consumidor/feira, mas no caso abrangiam a quase totalidade (98%) dos consumidores.

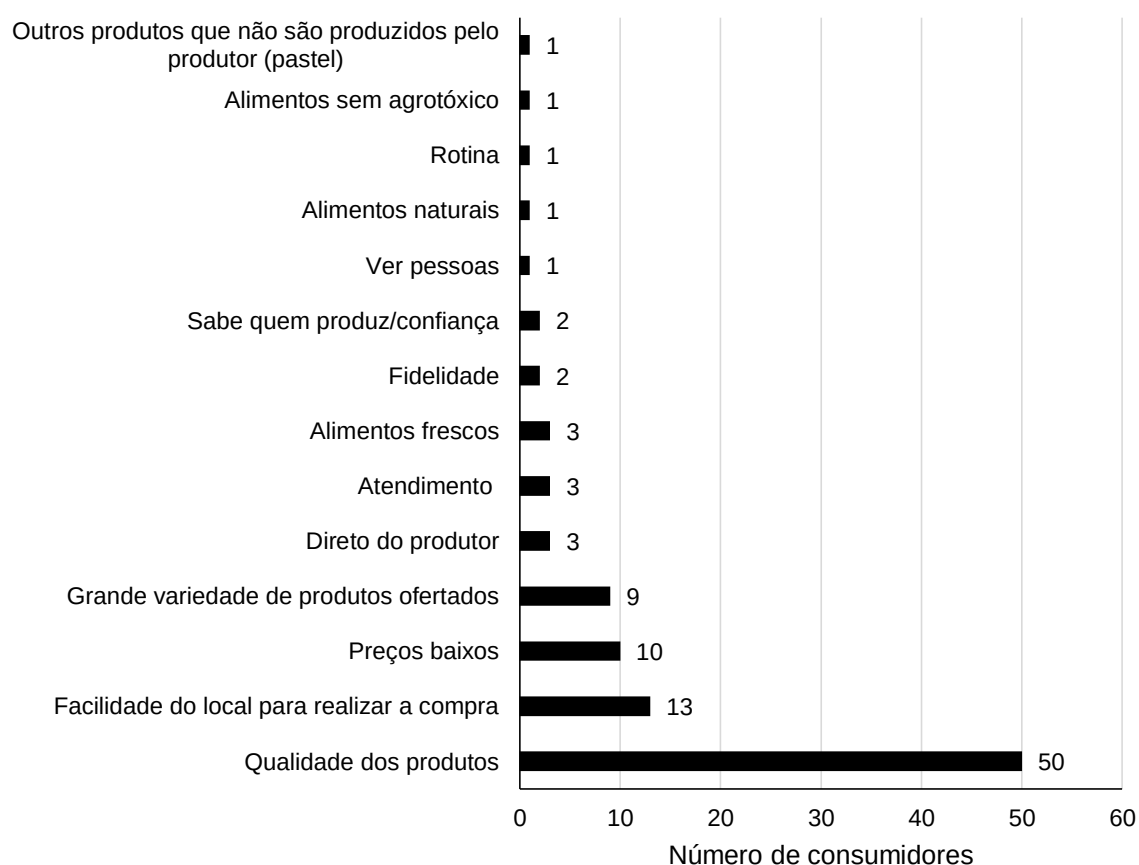
Figura 42 – Distribuição percentual em função do valor médio gasto pelos consumidores, em cada visita às feiras livres de Jales – SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Levantar informações sobre o que motiva os consumidores a ir até as feiras, pode explicar a fidelidade quanto ao tempo que as frequentam e reforçar algumas estratégias que visem mantê-los e ampliar a clientela. Do total de consumidores pesquisados, metade (50 deles) indicou a qualidade dos produtos como principal motivação. A outra metade vai até as feiras livres especialmente em função da facilidade de acesso ao local para fazer as compras (13), dos preços baixos (10) e da variedade nos produtos ofertados (9). Motivos citados por menor número de consumidores foram o fato de possibilitar comprar diretamente do produtor (3), por causa do atendimento (3), por conseguir adquirir alimentos mais frescos (3), pela fidelidade (2) e por saber quem produz/confiança no produtor (2), dentre outros citados por um único pesquisado (Figura 43).

Figura 43 – Número de consumidores em função da motivação de consumo de alimentos provenientes das feiras livres de Jales - SP.



Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: Total com repetição (parte dos consumidores citaram mais de um motivo).

Fante *et al.* (2020) constataram que os motivos que levam os consumidores até as feiras da cidade de Chapecó-SC são: 49% por serem produtos orgânicos, 33% por serem alimentos mais frescos, 21% afirmaram que é a tradição e o conhecimento que os levam às feiras, 18% citaram preços mais acessíveis, 12% buscam variedades de produtos e 11% disseram ser por conta do local (mais próximo às suas residências).

Costa *et al.* (2018) também constataram em pesquisa que os consumidores das feiras livres de São Luís-MA, vão até as mesmas em busca de produtos mais frescos (40%), por serem mais próximas à sua residência (35%) e por proporcionar melhor preço quando comparado ao supermercado (22%).

É possível afirmar a partir desses resultados que os motivos que mais levam os consumidores até as feiras livres se referem ao fato de os alimentos serem de melhor qualidade, mais frescos, em alguns casos orgânicos, possuir preço mais acessível, a facilidade de acesso ao local e a variedades de produtos.

Ainda sobre os hábitos de compra dos consumidores, levantou-se se estes compravam alimentos de outros agricultores. Somente 18,57% afirmaram que compram de vendedores que passam na rua de suas casas, de vizinhos que possuem horta e alguns afirmaram que compram no município em que residem.

Adicionalmente, buscou-se identificar se os consumidores apresentavam alguma dificuldade em comprar alimentos nas feiras livres, o que foi relatado por 25,71% destes. Os obstáculos mencionados foram muito diversos, vários relacionados a aspectos ligados à infraestrutura das feiras, como a distância da residência, a falta de estacionamento, a participação de atravessadores nas feiras e problemas com as instalações do Comboio (principal feira da cidade), dentre estes o *layout* das barracas, a ausência de climatização, iluminação deficiente e não disponibilização de carrinhos para colocar os produtos, o que dificulta no momento da compra. Também alguns citaram o preço alto e a pouca variedade e qualidade inferior de parte dos produtos ofertados.

Ainda de acordo com as informações coletadas durante a pesquisa foi possível verificar que 77,14% dos consumidores compram os mesmos alimentos das feiras também em outros locais, e destes 94,45% compram em supermercados e apenas 5,55% em quitandas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os agricultores pesquisados que participam das feiras livres no município de Jales-SP, em sua maioria, estão em idade produtiva, porém há a preocupação em relação à continuidade desse tipo de comercialização, visto que nenhum possui idade inferior a 30 anos. A escolaridade média é semelhante à da população rural brasileira, que compreende ao ensino fundamental incompleto, porém este fator, associado à falta de apoio regular em termos de assistência técnica e extensão rural, pode trazer dificuldades para incorporar inovações em seus sistemas de produção e comercialização.

A maioria dos pesquisados é experiente quanto ao tempo de atuação no campo, talvez por trabalharem desde criança com os pais, porém dispõem menor tempo de atuação em circuitos curtos de comercialização.

Predominantemente utilizam mão de obra familiar, com renda monetária de dois a cinco salários mínimos provenientes da agropecuária, mas também contam com rendas complementares não agrícolas.

A análise das características da produção desses agricultores que atuam nas feiras livres de Jales mostrou que há expressiva diversificação da produção e comercialização. Cerca de $\frac{3}{4}$ dos pesquisados têm buscado reduzir a utilização de agrotóxicos, provavelmente em função de um conjunto de fatores que incluem o preço alto dos produtos, a preocupação com as implicações que podem provocar na saúde (da família e dos clientes) e/ou as próprias exigências dos consumidores.

Embora a maioria esteja inserida em mais de um canal de comercialização, os circuitos curtos de comercialização, representados majoritariamente pela participação nas feiras, abrangem mais de 80% da renda agropecuária para mais de 70% desses agricultores.

Os resultados da pesquisa evidenciaram que os circuitos curtos de comercialização (no caso, especialmente a comercialização nas feiras livres) se constituem em uma estratégia importante para manutenção dos agricultores familiares de Jales - SP, mesmo nos casos em que as propriedades são, em sua grande maioria, menores que um quinto do módulo fiscal do referido município. Evidentemente que essa estratégia encontra limites para inserção de um maior número de agricultores familiares, diante do porte do município (menos de 50 mil habitantes) e da desarticulação de políticas públicas (como o Programa de Aquisição de Alimentos)

que poderiam ampliar a participação dos agricultores em circuitos curtos. Deve-se ainda salientar que a falta de apoio em termos de assistência técnica e extensão rural (para a grande maioria dos pesquisados) pode estar influenciando negativamente no acesso às linhas de crédito e na organização para comercialização com órgãos governamentais.

Quanto à segunda etapa da pesquisa realizada com os consumidores dessas feiras livres, observou-se que mais de 80% reside no município pesquisado, com predominância do sexo feminino, faixa etária de mais de 50 anos e escolaridade relativamente alta (mais de dois terços no mínimo concluiu o ensino médio). Talvez este fato esteja relacionado com as responsabilidades domésticas assumidas ou atribuídas às mulheres. A maioria declarou ter renda familiar de mais de dois a cinco salários mínimos e quanto à origem da renda do principal provedor da família, a maior parte declarou ser do setor empresarial, possivelmente pelo fato de Jales ser centro regional do comércio.

Os alimentos mais procurados pelos consumidores são as hortaliças (dentre essas destacaram-se a alface e o tomate) e as frutas (com destaque para a banana e a laranja). No entanto, foi detectado que no caso de algumas frutas e do tomate, embora sejam bastante procurados pelos consumidores, não são produzidos pelos agricultores pesquisados.

Apesar da maioria dos consumidores frequentar as feiras recentemente, pouco mais de 1/3 são fiéis há mais de 10 anos. Três de cada quatro consumidores gasta, em média, até R\$50,00 a cada visita (predominantemente semanal) realizada à feira. A qualidade dos produtos é o maior motivo de comprarem nas feiras, porém a grande maioria complementa a compra dos mesmos produtos em supermercados. Apenas um quarto dos consumidores relataram ter dificuldades em comprar nas feiras, citando, especialmente, problemas ligados à infraestrutura (Feira do Comboio).

Constou-se que há potencial para ampliação da participação dos agricultores em circuitos curtos de comercialização, o que inclui as feiras livres, mas também a construção de outras formas de inserção no mercado, como as cestas de alimentos e as compras públicas. Nota-se que ainda há problemas de infraestrutura, especialmente da Feira do Comboio, que podem ser solucionados pelas autoridades do município, mas provavelmente será preciso a organização dos feirantes para exigir as melhorias necessárias.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, L. C; GROSSI, M. E. D; THOMÉ, K. M. Short food supply chain: characteristics of a family farm. **Revista Ciência Rural**, Santa Maria, v. 48, n. 5, p.1-8, 2018.
- ALMEIDA, J. N; SANTOS, F. R. A feira livre de Irará: uma análise cultural. **Revista de Crítica Cultural - Pontos de Interrogação**, Alagoinhas, v. 9, n. 1, jan.-jun., p. 227-243, 2019.
- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p.176.
- AQUINO, J. R; GAZOLLA, M; SCHNEIDER, S. Dualismo no campo e desigualdades internas na agricultura familiar brasileira. **Revista Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 56, n.1, jan – mar., p.1-20, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560108>
- AZEVEDO, R. S; SANTOS, A. F. P. R. Camponês e Agricultor Familiar: mesmos sujeitos? **Geografia**, Londrina, v. 26, n. 2, p. 58-77, jul/dez, 2017. DOI: 10.5433/2447-1747.2017v26n2p58
- BECKER, C.; SACCO dos ANJOS, F. S. dos. Segurança alimentar e desenvolvimento rural: limites e possibilidades do Programa de Aquisição de Alimentos da agricultura familiar, em municípios do sul gaúcho. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, v.17, n. 1, p.61-72, 2010. DOI: <https://doi.org/10.20396/san.v17i1.8634800>
- BORGES, I. M. S; ALMEIDA, R. L. J; FERNADES, A. C. G; SILVA, S. E; SILVA, M. L. A; BARROS, U. I. G; LIMA C. A. O; REINALDO, L. R. L. R; GOMES, R. M. FEIRE, J. G. T. B. Agricultura familiar: análise de sustentabilidade através de indicadores sociais econômicos e ambientais. **Research, Society and Development**, Vargem Grande Paulista, v. 9, n. 4, p.1-13, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i4.2832>
- BETTENCOURT, A.F; BORGES, G. R; DORNELES, F. M; SIMÕES, F. S. B; SILVA, M. A. C; LANGBECKER, T. B. Fatores que influenciam no comportamento de compra na feira livre de Dom Pedrito – RS. In: Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, **Anais**. v.9, n.3, 6f. (2017). Disponível em: <http://200.132.146.161/index.php/siepe/article/view/30910>. Acesso em: 30 abr. 2020.
- BRASIL. Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB. (2018). **Transparência Pública do PAA – Programa de Aquisição de Alimentos**. Recuperado em 12 de março de 2018. Disponível em: <http://consultaweb.conab.gov.br/consultas/consultatransparenciapaa.do?method=abrirConsulta>. Acesso em: 27 dez. 2020.
- BRASIL. Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. **Tabela com módulo fiscal dos municípios**. Sistema Nacional de Cadastro Rural. Índices Básicos de 2013. Brasília, DF, 2013. Disponível em:

http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/estrutura-fundiaria/regularizacao-fundiaria/indices-cadastrais/indices_basicos_2013_por_municipio.pdf. Acesso em: 27 dez. 2020.

BRASIL. **Lei 10.696 de 02 de julho de 2003, Art. 19.** Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10987690/artigo-19-da-lei-n-10696-de-02-de-julho-de-2003>. Acesso em: 20 jan. 2021.

BRASIL. **Lei 11.326 de 24 de julho de 2006.** Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm. Acesso em: 28 jan. 2021.

BRASIL. **Lei 11.947 de 16 de junho de 2009.** Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm. Acesso em: 20 jan. 2021.

BRASIL. Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **MAPASAN 2014:** Mapeamento de segurança alimentar e nutricional. Brasília, DF: MDS: Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação: Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, 2015. Disponível em: < http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/seguranca_alimentar/mapa_san_resultados_preliminares.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2020.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. **Compras da Agricultura Familiar.** Brasília, DF, 2016. Disponível em: <http://mds.gov.br/compra-da-agricultura-familiar/perguntas-frequentes>. Acesso em: 04 set. 2017.

CARNEIRO, M. J. Pluriatividade da agricultura no Brasil: uma reflexão crítica. IN: SCHNEIDER, S. **A diversidade da agricultura familiar.** Porto Alegre: Ed da UFRGS, 2006, p. 165-185.

CARVALHO, F. F.; GROSSI, S. F. A importância das feiras livres e seus impactos na agricultura familiar. **Revista Interface Tecnológica**, Taquaritinga, v. 16, n. 2, p.226-234, 2019. DOI: <https://doi.org/10.31510/infa.v16i2.665>

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. **Lua Nova**, São Paulo, n. 95, p. 143-177, 2015.

CAZANE, A. L.; MACHADO, J. G. C. F.; SAMPAIO, F. F. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). **Informe Gepec**, Toledo, v. 18, n. 1, p. 119-137, 2014.

CEPAL. Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. **Série Seminários y Conferencias**, ONU. Santiago de Chile. 2013. ISSN 1680-9033. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/S2014307_es.pdf?sequence=1. Acesso em: 26 jun. 2018.

CRUZ, M. S. **Do campo para a cidade:** estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. 2019. 148f.

Dissertação (Mestrado em Sociedade, Ambiente e Território) - Universidade Federal de Minas Gerais e Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros, 2019.

CENTENO, D. C. **Características da produção e da comercialização dos produtores de orgânicos, e comportamento dos consumidores, no Território Noroeste Paulista**. 2018. 89 f. Dissertação (Mestrado em Agronomia) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” Campus de Ilha Solteira – SP, Ilha Solteira, 2018.

CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie. **Cahiers de l'Observatoire CROC**, Montpellier, 8f. n. 1-2, fev.-mar. 2007.

CHURCHILL JUNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.664.

COELHO, J. dos S; SANTOS, J.S.C.dos; GRZEBIELUCKAS, C; SILVA, P.V. da; BESSA, G.R; COELHO, R. DE C.S. Controle de custos e receitas: um estudo com os agricultores familiares feirantes de Nova Olímpia-MT. **Revista Custos e @gronegocio on line**, Recife, v. 14, n. 1, p. 234 - 250, 2018. ISSN 1808-2882. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero1v14/OK%2011%20controle.pdf> f. Acesso em: 01 dez. 2020.

COLNAGO, E. T. P; HESPANHOL, R. A. M. (2014). Políticas públicas e desenvolvimento territorial: O Programa de Aquisição de Alimentos no Município de Dracena-SP. **GeoAtos**, Presidente Prudente, v. 2, n. 14, p.11-31, 2014.

COORDENADORIA DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL. **Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável 2010 – 2013 – Região de Jales**. Disponível em: http://www.cdrs.sp.gov.br/conselhos/arquivos_cr/20_26_08_2011_PLANO%20REGIONAL%20JALES.doc. Acesso em: 28 out. 2020.

CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA E SUSTENTÁVEL. **Consumo de produtos orgânicos no Brasil**. Curitiba, 2017. Disponível em: http://pecnordestefaec.org.br/2017/wp-content/uploads/2015/06/Organis-2017-Pesquisa_Consumo_Organicos-Brasil.pdf. Acesso em: 27 dez. 2020.

CORONA, H. M. P; VASQUES, S. T; GODOY, W. I. Dinâmicas socioeconômicas dos feirantes agricultores familiares de Chapecó (SC). **Redes - Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul**, v. 23, n.1, p.237 - 261, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/10532>. Acesso em: 01 dez. 2020.

COSTA, R. M. **Agricultura familiar e cadeias curtas: dinâmicas econômicas, sociais e culturais na feira livre comunitária de Dom Pedrito, RS**. 2017, 54f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Agronegócio) – Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito – RS, 2017.

COSTA, C. I. C; MENDES, L. R; SILVA, K, P; SILVEIRA, L. M. S; PEREIRA JÚNIOR, M. A; MUNIZ, L. C. Percepção dos consumidores sobre as condições de comercialização de frutas e hortaliças em feira livre de São Luís – MA. **Revista**

Craibeiras de Agroecologia, Rio Largo, v. 1, n. 1, p. 1-7. 2018. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/era/article/view/5039/3619>. Acesso em: 01 dez. 2020.

COSTA, D. M. D.; ANDRADE, D. C. T. de; FELIPE, S. L. Análise do comportamento dos consumidores de feiras livres na microrregião de Formiga (MG). **Revista Agrogeoambiental**, Pouso Alegre, v. 8, n. 4, p. 33-45, dez. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.18406/2316-1817v8n42016870>.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2010, p.296.

CUNHA, W. A. FREITAS, A. F; SALGADO, R. J. S. F. Efeitos dos programas governamentais de aquisição de alimentos para a agricultura familiar em Espera Feliz, MG. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v.55, n.3, 18f. 2017. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790550301>

DAMACENA, A. S. **Políticas públicas para a sustentabilidade de feiras livres no município de Cacoal /RO**. 2018. 37f. Graduação em Ciências Contábeis - Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR – Câmpus Prof. Francisco Gonçalves, Cacoal – RO, 2018.

DAROLT, M.R. **Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores**. Londrina: IAPAR, 2012. 162 p.

DAROLT, M. R; LAMINE, C; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p.8 - 13, 2013.

DAROLT, M. R; LAMINE, C; BRANDENBURG, A; ALENCAR, M. C. F; ABREU, L. S. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 19, n.2, p. 1-22, 2016.

DENARDI, R. A. Agricultura familiar e políticas públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.2, n.3, p.56-62, jul./set.2001.

DORNELES, F. M; BORGES, G. R; BETTENCOURT, A. F; SILVA, M. A.C. “Por que eu compro na feira?": análise do comportamento do consumidor da feira livre de Dom Pedrito–RS. **Revista Científica**, Fortaleza, v. 19, n. 39, 25f. 2019. Disponível em: <https://cientefico.emnuvens.com.br/cientefico/article/view/616/401>. Acesso em: 08 mai. 2020.

DUARTE, M; MEDEIROS, B. T. Feira livre do produtor em Dom Pedrito/RS: uma análise do perfil dos agricultores familiares. In: Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão – SIEPE, **Anais do 10º Universidade Federal do Pampa ú Santana do Livramento**, 6 a 8 de novembro de 2018. 6f. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/86553>. Acesso em: 27 dez. 2020.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Hortaliças são alimentos essenciais para uma dieta equilibrada e saudável**. Segurança alimentar, nutrição e saúde. Publicado em 23

de outubro de 2017. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/29256410/hortalicas-sao-alimentos-essenciais-para-uma-dieta-equilibrada-e-saudavel>. Acesso em: 16 abr. 2020.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Agricultura familiar e a difusa conceituação do termo**. Publicado em 01 de setembro de 2014. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2464156/agricultura-familiar-e-a-difusa-conceituacao-do-termo>. Acesso em: 21 fev. 2021.

ESQUERDO, V. F. S; BERGAMASCO, S. M. P. P. Análise sobre o acesso aos programas de políticas públicas da agricultura familiar nos municípios do circuito das frutas (SP). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 52, n. 1, p.205-222, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20032014000600011>

EXIME, E; REIS, C. M; COSTA, M. L; GONZALEZ A. C; COSTA JÚNIOR, J. M; ZONIN, W. J. Agricultura familiar e desenvolvimento sustentável: uma caracterização da feira do produtor rural do município de Marechal Cândido Rondon – Paraná, Brasil. **Research, Society and Development**, Vargem Grande Paulista, v. 10, n. 1, p.1-15, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i1.11462>

FANTE, C; GALLINA, L. S; CONFORTIN, F. G; LUTINSKI, J. A. Perfil e preferências dos consumidores de produtos em feiras livres na cidade de Chapecó (SC). **Revista Saúde**, Santa Maria, v.46, n.1, p.1-15, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistasaude/article/view/41701>. Acesso em: 30 abr. 2020.

FANTINI, A; ROVER, O. J; CHIODO, E; ASSING, L. Agroturismo e Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” - SC/Brasil. **Revista Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v.56, n.3, p.517-534, 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560310>

FRANZONI, G. B; SILVA, T. N. Inovação Social e Tecnologia Social: o caso da cadeia curta de agricultores familiares e a alimentação escolar em Porto Alegre/RS. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 14, n. 37, p. 358-91, edição especial 2016.

FELÍCIO, M. J. Os camponeses, os agricultores familiares: paradigmas em questão. **Revista Geografia**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 205-219, jan./jun. 2006.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019, p.248.

GOOGLE MAPS. **Município de Jales-SP**. 2021. Disponível em: <https://www.google.com/maps/search/munic%C3%ADpio+de+jales+mapa/@-20.2640039,-50.6974891,11z/data=!3m1!4b1?hl=pt-PT>. Acesso em: 27 jan. 2021.

GRISA, C. A agricultura familiar nas políticas para a agricultura familiar. In: DELGADO; G. C.; BERGAMASCO, S. M. P. P. (Orgs.), **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**, p. 292-313, 2017. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário.

GRISA, C; SCHENEIDER, S. Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil. **Revista de**

Economia e Sociologia Rural, Brasília, v. 52, supl.1, Brasília, p.125-146, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20032014000600007>

GUILHOTO, J. J. M.; SILVEIRA, F. G.; ICHIHARA, S. M.; AZZONI, C. R. A importância do agronegócio familiar no Brasil. **Revista Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 44, n. 3, p.355-382, jul/set, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20032006000300002>

GUIMARÃES, C. A. **A Feira Livre na Celebração da Cultura Popular**. Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação. 20f. São Paulo, 2010.

GUZMÁN, E. S.; MONTIEL, M. S.; HERNÁNDEZ, D. G.; SÁNCHEZ, I. G.; COLLADO, A. C. **Canales Cortos de Comercialización Alimentaria en Andalucía**. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces: Sevilla, IFO 14, 2012. 164p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário**. 2017a Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuário/censo-agropecuário-2017>. Acesso em: 01 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário**: indicadores municipais. 2017b. Disponível em: <https://mapasinterativos.ibge.gov.br/agrocompara/>. Acesso em: 07 abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Panorama**. 2018. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/jales/panorama>. Acesso em: 27 jan. 2021.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 1998.

LAMARCHE, H. (Coord.). **Agricultura familiar**: comparação internacional. Uma realidade multiforme. v.1, 2. ed. São Paulo: Unicamp, 1997.

LIMA, A. F.; SILVA, E. G. A.; IWATA, B. F. Agriculturas e agricultura familiar no Brasil: uma revisão de literatura. **Revista Retratos de Assentamentos**, Araraquara, v. 22, n. 1, p.50-68, 2019. DOI: <http://10.0.97.227/2527-2594/retratosdeassentamentos/2019.v22i1.332>

LOCATEL, C. D.; LOCATEL, S. A. Aspectos políticos do coronelismo no processo de fundação e ocupação do município de Jales. In.: NARDOQUE, S.; MOREIRA, V. J.; PERINELLI NETO, H. **Noroeste Paulista**: práticas e movimentos sociais, trabalhadores e experiências. São Paulo: Outras Expressões, 2013. p. 17-44.

MACEDO, N. D. Iniciação a pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. **Revista São Paulo**, 2ºed, 1994, 59p.

MACHADO, E. P. C. L. **“Policy dismantling” na agricultura familiar**: o programa de aquisição de alimentos (paa) no rio grande do norte. 2020. 164f. Tese (Doutorado em Economia) - Instituto de Economia e Relações Internacionais (IERI), da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) – Uberlândia – MG, 2020.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2021, p.505.

MARQUES, P. E. M; LE MOAL, M. F; ANDRADE, A. G. F. Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) no estado de São Paulo: agricultura de proximidade em questão. **Revista do Centro de Estudos Rurais - RURIS**, Campinas, v.8, n.1, p.63-89, 2014 Disponível em:

<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ruris/article/view/1741>. Acesso em: 28 jan. 2021.

MARSDEN, T; BANKS, J; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, 2000, v. 40, n. 4, p.424-438. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00158/epdf>. Acesso em: 05 dez. 2017.

MATTEI, L. O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo. **Revista. Economia NE**, Fortaleza, v. 45, p. 71-79, 2014. Disponível em:

https://bnb.gov.br/documents/80223/205365/ren_2014_6_lauro_v2.pdf/72b45117-194f-4a4b-8b1d-58b1f893af40. Acesso em: 30 nov. 2020.

MENDONÇA, F. L. **Análise do perfil socioeconômico do produtor rural e potencial socioeconômico da feira do produtor do município de Marialva - PR:** aspectos estratégicos e relevantes. 2016. 81f. Trabalho de conclusão de curso de pós-graduação em Gestão do Agronegócio – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

MESSMER, J. G. **Les circuits courts multi-acteurs:** emergence d'organisations innovantes dans les filières courtes alimentaires. Paris: Rapport INRA-MaR/S, 2013, 69 p. Disponível em: <http://www7.inra.fr/lecourrier/wp-content/uploads/2014/11/Circuits-courts-Messmer-2013.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2019.

MOREL, A. P. S; REZENDE, L. T; SETTE, R. S. Negócio feira livre: análise e discussão sob a perspectiva do feirante. **Revista Extensão Rural**, DEAER – CCR – UFSM, Santa Maria, v.22, n.4, p.43-57, out./dez. 2015. DOI: <https://doi.org/10.5902/2318179616781>

NARDOQUE, S. **Renda da terra e produção do espaço urbano em Jales – SP.** 2007. 445f. Tese (Dourado em Geografia) – Universidade do Estado de São Paulo, Rio Claro- SP, 2007. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104438/nardoque_s_dr_rcla.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 06 set. 2019.

PAULINO, E. J; DIAS, J. V. L; MURTA, N. M. G; MORAIS, H. A; PIRES, H. H. R. Comércio de alimentos em uma feira livre de um município no Alto Jequitinhonha, Minas Gerais. **Revista Desenvolvimento Regional**. Montes Claros, n.14, p.53-67, 2015.

PEREIRA, L. B; STÜLP, V. J. Alternativas para pequenas propriedades rurais. **Rev. Econ. Rural**, Brasília, 20(3):431-449, jul./set. 1982. Disponível em: <https://www.revistasober.org/article/5d9a612a0e882562378e47b4/pdf/resr-20-3-431.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2020.

PEREIRA JÚNIOR, M. A; MENDES, L. R; MUNIZ, L. C. Estágio vivência: análise descritiva do cenário atual da agricultura familiar no município de Olinda Nova do

Maranhão, MA. **Revista Craibeiras de Agroecologia**, Rio Largo, v. 1, n. 1, p. 1-5, 2018.

PETINARI, R. A. **Agricultura familiar em microbacias do noroeste do Estado de São Paulo: estratégias de reprodução e organização**. 2007. 226f. Tese (Doutorado em Engenharia Agrícola) - Universidade Estadual de Campinas - Faculdade de Engenharia Agrícola, Campinas – SP, 2007.

PETINARI, R. A.; TERESO, M. J. A.; BERGAMASCO, S. M. P. P. A importância da fruticultura para os agricultores familiares da região de Jales-SP. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Cruz das Almas, v. 30, n. 2, p. 356-360, jun. 2008.

PLOEG, J. D. V. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre (RS): Editora da UFRGS, 2008. Disponível em: <http://edepot.wur.nl/424203>. Acesso em: 09 set. 2019.

PLOEG, J. D.V. **Dez qualidades da agricultura familiar**. Agriculturas. Rio de Janeiro, v. 1, n. Extra, p. 7-14, fev. 2014.

POSSANI, L. **Estratégias adotadas pelos agricultores familiares na escolha dos canais de comercialização no setor de frutas, legumes e verduras do município de Itaqui – RS**. 2016, 88f. Dissertação (Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria – RS, 2016.

RAMBO, A. G; POZZEBOM, L; DENTZ, E. V. Circuitos curtos de comercialização e novos usos do território: considerações sobre o PNAE e as feiras livres. **Revista Grifos**, Chapecó, n. 46, p.9-26, 2019. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/ec9d/9c7963388df99c2dd61801da6d471f7c4929.pdf>. Acesso em: 28 out. 2020.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: explore the role of short food supply chains in rural development. **Environment and planning**, “[s. l.]”, v.35, p.393-411, 2003.

RETIÈRE, M. I. H. **Agricultores inseridos em circuitos curtos de comercialização: modalidades de venda e adaptação dos sistemas agrícolas**. 2014, 115 f. Dissertação – (Mestrado em Ciências) – Universidade de São Paulo, Escola Superior de Agricultura – “Luiz Queiroz” – Centro de Energia Nuclear na Agricultura.

ROBERTO, C. E. O; MONTEIRO, C. B; KOBI, H. B; CATRINCK, C. N; ROBERTO, J. O. M; CARRIÇO, I. Impactos da feira livre sobre a comercialização, geração de renda e diversificação da produção agrícola no município Alegre-ES. **Caderno de Agroecologia**, Brasília, v. 13, n. 1, p.1-6, 2018.

RODGERS, S. Minimally Processed Functional Foods: technological and operational pathways. *J. Food Science*. v.81, n. 10, p. 2309-2319, 2016.

ROMÃO, A. L. S; BEZERRA, R. B. **Avaliação da comercialização da feira da agricultura familiar e economia solidária no município de capitão Poço – PA**. 2019. 38f. Trabalho de Conclusão de Curso (engenharia Florestal) - Universidade Federal Rural da Amazônia Campus Capitão Poço, Capitão Poço – PA, 2019.

SABOURIN, E. Que política pública para agricultura familiar no segundo governo Lula? **Sociedade e Estado**, Brasília, v.22, n.3. p. 715 – 751, 2007.

SALGADO, R. J. S. F; DIAS, M. M. Análise da influência do programa de aquisição de alimentos (PAA) sobre a qualidade de vida de agricultores familiares do município de Viçosa/MG. **Revista Perspectivas em Políticas Públicas**, Belo Horizonte, v. 6, n.11, p. 65-91, 2013.

SANT'ANA, A. L. Estratégias dos agricultores familiares: entre a moldagem da intensificação produtiva e a construção de formas diferenciadas de comercialização. **Retratos de Assentamentos**, Araraquara, v. 14, p. 283-304, 2011.

SANTORELLI, A; MARQUES, S. A. As políticas públicas PAA e PNAE na região Cantuquiriguaçu: um estudo de seus impactos na agricultura familiar. In: SEPE – Seminário de Ensino, **Anais** do II Pesquisa e Extensão da UFFS – Universidade Federal da Fronteira Sul. 2013. Disponível em: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1090-Resumo-3406-1-10-20140509.pdf. Acesso em: 20 de jan. 2021

SCALCO, A. R; SOUZA, R; SILVA, W. L. C; BAKER, G. A Independência da Escolha dos Canais de Marketing nas Rendas dos Produtores Orgânicos Americanos. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Piracicaba - SP, v. 55, n. 4, p. 767-782, Out/Dez 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790550409>. Acesso em: 28 jan. 2021.

SCHNEIDER, S. Teoria social, Agricultura Familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo. Vol. 18, n. 51 (fev. 2003), p. 99-122, 2003.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar: o Processo de Relocalização da Produção Agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras v. 17, n.1, p.56-71, 2015.

SCHNEIDER, S. MATTEI, L; CAZELLA, A. A. Histórico, caracterização e dinâmica recente do PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. In: SCHNEIDER, S; SILVA, M. K; MARQUES, P. E. MORUZZI (Org.). **Políticas Públicas e Participação Social no Brasil Rural**. Porto Alegre, 2004, p. 21-50.

SERAFIM JÚNIOR, V; GRANDI, A. M; BESEN, F. G; COLTRE, S. M; ARAÚJO, T. V. Capital social no contexto do desenvolvimento da agricultura familiar: um estudo bibliométrico. **Revista Grifos – Unochapecó**, Chapecó, v. 30, n. 52, p.1-27, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.22295/grifos.v30i52.5254>

SILVA, A. M; SILVA, A. B. N; MELLO, R. F; BRITO, M. M. O. Avaliação do hábito de consumo e perfil sócio-econômico nutricional dos consumidores em feiras livres do município de Barreiros – PE. **Revista Caravana - Diálogos entre Extensão e Sociedade**, “[s. l.]”, v.4, n.1, p.112-124, 2019. Disponível em: <http://caravana.ifpe.edu.br/index.php/caravana/article/view/301/pdf>. Acesso em: 27 nov. 2020.

SILVA, J. M.; MENDES, E. de P. P. Agricultura familiar no Brasil: características e estratégias da comunidade Cruzeiro dos Martírios, município de Catalão - GO. In:

ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 19, São Paulo, 2009. **Anais...** São Paulo, p. 1-28, 2009. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/read/12902290/agricultura-familiar-no-brasil-caracteristicas-e-estrategias-da>. Acesso em: 01 dez. 2020.

SILVA, L. I. S; OLIVEIRA, A. L; SOUTO, M. P; ALVES, L. C. Caracterização do mercado consumidor de produtos orgânicos em rio Paranaíba-MG. **The Journal of Engineering and Exact Sciences – JCEC**, Viçosa, v. 3, n. 6, p.1-5, 2017a. Disponível em: <http://www.seer.ufv.br/seer/rbeq2/index.php/req2/article/view/327>. Acesso em: 13 dez. 2017.

SILVA, M. N; CECCONELLO, S. T; ALTEMBURG, S. G. N; SILVA, F. N; BECKER, C. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, Caracas, v. 38, n. 47, p. 7, 2017b. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p07.pdf>. Acesso em: 27 out. 2020.

SILVEIRA, V. C; OLIVEIRA, E. S; MARIANI, A. M; SILVEIRA, N. F. Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina- MS. I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação – I EIGEDIN 2017, Naviraí - MS. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/4288/3849>. Acesso em: 30 de nov. 2020.

SILVESTRE, A. L. **Análise de dados e estatística descritiva**. Escolar editora, 2007. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=mzu4j2SUKzMC&oi=fnd&pg=PA1&dq=estat%C3%ADstica+descritiva+conceito&ots=AL6MIOGVxa&sig=Q7eQ-JxEvsGrIaCVDZk_4wNHwjg#v=onepage&q=estat%C3%ADstica%20descritiva%20conceito&f=false. Acesso em: 20 fev. 2021.

SILVESTRE, L. H. A; RIBEIRO, Á. E. M; FREITAS, C. S. Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no vale do São Francisco, MG. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 13, n. 2, p. 186-200, 2011.

SOUZA, A. F; LORETO, M. D. S. Representações sociais de lideranças institucionais brasileiras sobre o programa de aquisição de alimentos (PAA): uma análise lexicográfica. **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v. 5, n. 7, p.7808-7822 jul. 2019. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/2144>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

SOUZA, P. M; FORNAZIER, A; SOUZA, H. M; PONCIANO, N. J. Diferenças regionais de tecnologia na agricultura familiar no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 57, n. 4, p.594-617, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2019.169354>

SPECHT, S; BLUME, R; ENDE, M. V; SOUZA, M. T. M. É dia de fazer feira na Universidade: análise do perfil do consumidor da Polifeira. **Revista do**

Desenvolvimento Regional, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p.183-197, 2019.
<http://dx.doi.org/10.17058/redes.v24i3.14124>

SPROESSER, R. L; LIMA FILHO, D. O; VILANOVA, R. O; CAMPEÃP, P. Modelo de planejamento estratégico para agricultura familiar coletiva. In: SIMPÓSIO SOBRE RECURSOS NATURAIS E SOCIOECONÔMICOS DO PANTANAL,4. **Anais...** Corumbá/MS, p. 23 a 26, 2004.

THOMÉ, C. **O uso de canais de distribuição curtos nas relações comerciais de agricultores familiares de Santa Rosa/RS – a feira livre**. 2017. 165f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Políticas Públicas) – Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Cerrado Largo, Cerrado Largo – RS, 2017.

TORRES, F. G. **Fortalecimento da agricultura familiar através dos circuitos curtos de comercialização**: o caso do assentamento Upacarai, município de Dom Pedrito-RS. 2016. 50f. Trabalho de Conclusão de Curso de Agronegócio – Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito – RS, 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016, p.104.

VINUTO, J. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa**: um debate em aberto. Campinas: [s. n.], 2014. Disponível em:
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2144-6186-1-PB.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2017.

WAQUIL, P. D; MIELE, M; SCHULTZ, G. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

APÊNDICE A - Formulário de entrevista aplicado aos agricultores que vendem sua produção em circuitos curtos de comercialização em Jales - SP.

Questionário:	
Pesquisadora:	Daniela
Data:	/ /

Senhor(a) produtor(a), esta pesquisa faz parte de uma Tese de Doutorado da Faculdade de Engenharia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus de Ilha Solteira, que objetiva analisar as estratégias adotadas pelos produtores, para comercializarem seus produtos em circuitos curtos (direto ao consumidor final ou com apenas um nível de intermediação entre o produtor e o consumidor), visando gerar informações que possam reforçar esse tipo inserção no mercado por parte dos agricultores. A pesquisa deverá estar à disposição de todos na biblioteca e no site da Faculdade a partir do segundo semestre de 2020.

Obs.: Não serão divulgados os nomes ou quaisquer dados que identifiquem os (as) agricultores (as).

1 Identificação do entrevistado

1.1 Nome do (a) produtor (a): _____

1.2 Endereço: _____ 1.3 Telefone: _____

1.4 Idade: _____ anos. 1.5 Escolaridade: _____

2 Dados gerais do estabelecimento e da produção

2.1 Quantas pessoas trabalham no estabelecimento?

☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9 ou mais	☐ Nenhuma

2.2 E quantas pessoas **da família** trabalham no estabelecimento?

☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9 ou mais	☐ Nenhuma

2.3 Quantas pessoas da família possuem atividade ou renda externa ao estabelecimento?

☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4 ou mais	☐ Nenhuma
----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------	----------------------------------

2.3.1 Caso haja renda externa, quais as outras fontes de renda?

☐ Aposentadoria/pensão	☐ Emprego ou ocupação na área agropecuária
☐ Bolsa família	☐ Emprego ou ocupação não agrícola
☐ Aluguel	☐ Outra:

3.3 Possui algum cultivo orgânico ou em transição agroecológica?

() Não () Sim, quais? _____

3.4 No caso de vendas de produtos diretamente ao consumidor

3.4.1 Há quanto tempo utiliza esta forma de comercialização? _____ anos

3.4.2 Quais as vantagens da venda direta ao consumidor?

3.4.3 Quais as dificuldades da venda direta ao consumidor?

3.5 No caso de vendas de produtos para os órgãos públicos

3.5.1 Há quanto tempo utiliza esta forma de comercialização? _____ anos

3.5.2 Quais as vantagens das vendas para órgãos públicos?

3.5.3 Quais as dificuldades das vendas para órgãos públicos?

3.6 No caso de vendas de produtos para outros agentes (supermercados, quitandas, restaurantes, feirantes ou outros tipos de comércio varejista)

3.6.1 Há quanto tempo utiliza esta forma de comercialização? _____ anos

3.6.2 Quais as vantagens dessa forma de comercialização?

3.6.3 Quais as dificuldades dessa forma de comercialização?

3.7 No caso de comercialização, de parte desses produtos dirigidos aos circuitos curtos, também para circuitos longos (intermediários, agroindústrias, atacadistas, etc.)

3.7.1 Quais as vantagens da venda em circuitos longos?

3.7.2 Quais as dificuldades da venda em circuitos longos?

3.8 Realiza algum tipo de comercialização em conjunto com outros produtores?

() não () sim, nesse caso assinalar e especificar o tipo de

organização: _____

() cooperativa () associação () grupo informal () parentes

() Outra: _____

3.9 Pretende ampliar ou fazer outro tipo de mudança em relação à:

3.9.1 Produção dirigida aos circuitos curtos? () Não () Sim, Quais?

3.9.2 Comercialização dirigida aos circuitos curtos? () Não () Sim, Quais?

3.10 Caso utilize mais de uma estratégia para comercializar em circuitos curtos, qual, em sua opinião, é o que oferece maiores vantagens?

3.10.1 Quais as vantagens?

4 Acesso a crédito, assistência técnica ou a outros tipos de apoio

4.1 Tem acesso a linhas de créditos rural governamentais?

() Não. Por quê?

() Sim, quais tipos?

4.2 Recebe assistência técnica/extensão rural no estabelecimento?

() não () Sim: () eventualmente () Regularmente

4.2.1 (Caso receba) De quem? _____

4.2.2 Qual a sua avaliação da assistência técnica recebida?

() Ruim () Razoável () Boa () Excelente

4.3 Recebe algum tipo de apoio de organizações sociais em termos de formação técnica?

() não () Sim, qual(is) o(s) tipo(s)? _____

4.4 Recebe apoio de organizações sociais quanto à disponibilização de um local de venda?

() não () Sim, qual(is)?

4.5 Recebe apoio de organizações sociais para a divulgação dos seus produtos?

() não () Sim, qual(is) o(s) tipo(s) _____

5 Quanto à renda bruta familiar

5.1 Qual percentual do total da renda bruta familiar é obtido por meio do estabelecimento rural?

() até 20%	() de 21 a 50%	() de 51 a 80%	() 81 a 100%
-------------	-----------------	-----------------	---------------

5.2 Qual percentual da renda bruta das atividades agropecuárias é obtido por meio da comercialização em circuitos curtos?

() até 20%	() de 21 a 50%	() de 51 a 80%	() 81 a 100%
-------------	-----------------	-----------------	---------------

5.3 Qual faixa de renda bruta mensal que é obtida das atividades no estabelecimento?

() Até um salário mínimo	Até R\$ 998,00
() >1 a 2 salários mínimos	R\$ 999,00 a R\$ 1.996,00
() >2 a 3 salários mínimos	R\$ 1.997,00 a R\$ 2.994,00
() >3 a 5 salários mínimos	R\$ 2.995,00 a R\$ 4.990,00
() >5 a 10 salários mínimos	R\$ 4.991,00 a R\$ 9.980,00
() >10 salários mínimos	Mais de R\$ 9.980,00

Informações adicionais:

APÊNDICE B – Questionário aplicado aos consumidores.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP ILHA SOLTEIRA

PESQUISA: “ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DE CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NO MUNICÍPIO DE JALES-SP”

Questionário	
Pesquisadora:	Daniela
Data:	/ /

Senhor(a) consumidor(a), esta pesquisa faz parte de uma Tese de Doutorado da Faculdade de Engenharia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus de Ilha Solteira, que objetiva analisar as estratégias de comercialização dos agricultores familiares, especialmente os canais curtos de vendas dos produtos, visando apontar caminhos que possam contribuir para a melhoria desse tipo de comercialização. A pesquisa estará à disposição de todos na biblioteca e no site da Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, a partir do 2º semestre de 2020. Não serão divulgados os nomes ou quaisquer dados individuais da pessoa entrevistada. Ao responder o questionário manifesto concordância em participar da pesquisa.

1. CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA DOS ALIMENTOS

1.1 Qual(is) tipo(s) de alimento(s) você costuma comprar neste local ou com este(a) agricultor(a)?

☐ Hortaliças:	
☐ Frutas:	
☐ Leite	☐ Derivados de leite:
☐ Açúcar	☐ Cereais:
☐ Chocolates	☐ Carnes:
☐ Doces e geleias	☐ Sucos
☐ Outros:	

1.2 Valor médio gasto nas compras (por dia): R\$ _____

1.3 Qual a frequência de compra?

☐ Diária	☐ Duas vezes por semana	☐ Semanal
☐ Quinzenal	☐ Mensal	☐ Eventual/esporádica
☐ Outra:		

1.4 Há quanto tempo compra neste local ou com este(a) agricultor(a)?

1.5 O que lhe motiva a comprar neste local ou com este(a) agricultor(a)?

☐ Preços baixos
☐ Qualidade dos produtos
☐ Grande variedade de produtos ofertados
☐ Facilidade do local para realizar a compra
☐ Outro(s):

1.6 Compra também de outros(as) agricultores(as)? ☐ Não☐ Sim: Onde realiza a compra? _____**1.7 Há alguma dificuldade para você realizar compras neste local ou com este(a) agricultor(a)??**

☐ Preço alto	☐ Qualidade inferior dos produtos
☐ Pouca variedade de produtos	☐ Local de realização das compras
☐ Outra:	

1.8 Compra este(s) produtos também em outro tipo de comércio?☐ Não ☐ Sim, onde? _____**2 CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR****2.1 Local de moradia:** _____**2.2 Sexo:** ☐ Masculino ☐ Feminino **2.3 Idade:** _____ anos**2.4 Grau de Escolaridade:**

- | | |
|--|--|
| ☐ Sem escolaridade | ☐ Ensino Fundamental Incompleto |
| ☐ Ensino Fundamental Completo | ☐ Ensino Médio Incompleto |
| ☐ Ensino Médio Incompleto | ☐ Ensino Médio Completo |
| ☐ Ensino superior | |

2.5 Condição ocupacional do entrevistado:

- ☐ Ocupado (especificar profissão/atividade): _____
- ☐ Desempregado
- ☐ Aposentado ☐ Estudante ☐ Não exerce atividade remunerada

2.6 Ocupação do(s) principal(is) provedor(es) da família:

2.7 Quantas pessoas que moram com a família? _____

2.8 Renda familiar (total):

- () Até um salário mínimo
- () De mais de um a dois salários mínimos
- () De mais de dois a cinco salários mínimos
- () De mais de cinco a dez salários mínimos
- () De mais de dez a quinze salários mínimos
- () Mais de quinze salários mínimos

3. OBSERVAÇÕES:
