

DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS NO CENTRO DE CORRENTE – PI

1

DISTRIBUTION AND MARKETING OF VEGETABLES IN THE CENTER OF
CORRENTE - PI

<https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>

Jayne Nere Mendes

jaynemendes@aluno.uespi.br

Universidade Estadual do Piauí (UESPI)

Corrente – Piauí - Brasil

<https://orcid.org/0009-0004-2677-364X>

Elizabeth Simões do Amaral Alves

elizabetamaral@hotmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco - Sede (UFRPE)

Recife – Pernambuco - Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-5078-4104>

Tayron Sousa Amaral

tayron.amaral@gmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) - (UAST)

Serra Talhada – Pernambuco - Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-5954-1862>

Jakes Halan de Queiroz Costa

jakes@ceca.ufal.br

Universidade Federal de Alagoas, Campus CECA (CECA-UFAL)

Rio Largo – Alagoas - Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-0018-9646>

João Manoel da Silva

agrobio.jm@gmail.com

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas

Santana do Ipanema – Alagoas - Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-7654-5475>

MENDES, J; ALVES, E; AMARAL, T; COSTA, J.; SILVA, J. Distribuição e comercialização de hortaliças no centro de Corrente – PI. Revista Urbano, Recife, v. 08, n. 02, p.01-17,2023. <Disponível em <https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>>

Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Texto da licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Submetido em 29 de agosto de 2022
Aceito em 11 de dezembro de 2023

2

Resumo:

Objetivou-se compreender e analisar o arranjo de distribuição e comercialização utilizado pelos produtores familiares de hortaliças em Corrente, Piauí. Para concretização do trabalho, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com aplicação de um questionário contendo questões referentes às características socioculturais e produtivas. Analisou-se também a forma de produção, o tamanho da propriedade; o tipo de horta; a quantidade média de canteiros na propriedade; as hortaliças cultivadas; o transporte das hortaliças das localidades até o centro urbano; e o canal de comercialização das hortaliças. A maior porcentagem de pessoas que atuam na comercialização de hortaliças pertence ao gênero feminino, correspondendo a 90%, deste grupo, a maioria esteve acompanhada de filhos menores de idade no momento da entrevista. Observou-se que o principal canal de distribuição é feira livre. Sobre inserção ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), a maioria afirma conhecer o programa, mas não fornece seus produtos para o mesmo, 40% dizem não conhecer e 10% fornecem alimentos para o PNAE. A maioria dos comerciantes de hortaliças são mulheres, com renda mensal correspondente de um a dois salários-mínimos.

Palavras-chave: agricultura familiar; feiras livres; questões de gênero; horticultura.

Abstract:

The objective was to understand and analyze the distribution and marketing arrangement used by family vegetable producers in Corrente, Piauí. To carry out the work, semi-structured interviews were carried out, using a questionnaire containing questions relating to sociocultural and productive characteristics. The form of production and the size of the property were also analyzed; the type of garden; the average number of beds on the property; the vegetables grown; transporting vegetables from localities to the urban center; and the vegetable marketing channel. The largest percentage of people who sell vegetables belong to the female gender, corresponding to 90%, of this group, the majority were accompanied by minor children at the time of the interview. It was observed that the main distribution channel is street markets. Regarding inclusion in the National School Food Program (PNAE), the majority claim to know the program, but do not supply their products to it, 40% say they do not know and 10% supply food to the PNAE. The majority of vegetable traders are women, with a monthly income of one to two minimum wages.

Keywords: family farming; free fair; gender issues; horticulture.

Introdução

O início das atividades agrícolas pela humanidade data de dez a doze mil anos atrás, no período Neolítico, quando alguns caçadores notaram ser possível semear alguns dos grãos que

MENDES, J; ALVES, E; AMARAL, T; COSTA, J.; SILVA, J. Distribuição e comercialização de hortaliças no centro de Corrente – PI. Revista Urbano, Recife, v. 08, n. 02, p.01-17,2023. <Disponível em <https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>>

Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Texto da licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



coletavam da natureza. Os primeiros sistemas de cultivo e de criação eram praticados nos arredores das moradias, ou seja, em terras já fertilizadas naturalmente, sem necessidade de qualidade adicional. Posteriormente, com o consequente aumento da oferta de alimento, as plantas começaram a ser cultivadas mais próximas umas das outras, culminando em maior produtividade das espécies em relação ao seu habitat natural, o que diminuiu a procura de alimento. Assim, surgiu o cultivo das primeiras plantas domesticadas (MAZOYER; ROUDART, 2010).

As hortaliças são encontradas em vários segmentos de mercado, como sacolões, supermercados e nas feiras livres, que, inclusive, possuem papel importante na disponibilização desse tipo de alimento para a população urbana. Com o passar do tempo, as mudanças no hábito de consumo têm levado à segmentação do setor de hortaliças no Brasil, alterando seu modo de produção e de comercialização (FERNANDES FILHO; CAMPOS, 2003).

De acordo com Belik & Chaim (1999), no passado recente, a comercialização de hortaliças, assim como de frutas, dava-se principalmente através das feiras livres. A cadeia produtiva da época possuía muitas falhas, que refletiam a precariedade dos sistemas de abastecimento e a falta de planejamento das cidades, por outro lado, o nível de renda da sociedade e o baixo apelo ao consumo garantiam a continuidade da comercialização sustentada pelas bases tradicionais. A dieta alimentar era basicamente composta por produtos *in natura* ou semiprocessados.

O Brasil é um país com expansões continentais, de solos férteis e clima favorável para o desenvolvimento das atividades agrícolas. Está entre os três maiores produtores de frutas no mundo e possui uma produção de hortaliças expressiva para a cesta da população brasileira, ambas atividades são responsáveis por originar muitos empregos e representam uma importante atividade econômica (LIMA, 2016). O elemento chave do sistema de comercialização é o mercado, definido como o local em que operam as forças da oferta e demanda, através de vendedores e compradores (ARAÚJO et al., 2011).

A feira livre é um canal que permite o relacionamento direto entre o produtor e o consumidor final (MACHADO; SILVA, 2005). Isso torna possível identificar mais facilmente as necessidades e desejos do consumidor em melhorar os aspectos tanto da produção quanto da

comercialização, visto que, recentemente passou-se a observar a queda da participação das feiras em razão do aumento do interesse dos supermercados na comercialização de produtos frescos.

O Brasil, sobretudo o Nordeste, possui diferentes condições edafoclimáticas favoráveis à produção de grande diversidade de hortaliças durante o ano todo, desde que atendam às exigências climáticas de cada espécie e cultivar (BRAINER, 2021).

Conforme afirmam Vilela & Heinz (2000), o mercado de hortaliças é bastante dinâmico, sendo fortemente influenciado pela preferência dos consumidores, a ponto de redirecionar a produção. Desta forma, o conhecimento do perfil dos consumidores é fundamental para que os produtores possam adequar sua oferta às necessidades específicas do público.

Sabe-se que um produtor informado sobre aspectos como canais de distribuição disponíveis, preços e condições de mercado, consumo, tendências, conjuntura, qualidade, classificação, padronização e embalagem possui maiores possibilidades de vender melhor sua mercadoria, conseguindo lucros superiores. No entanto, não é essa a realidade do produtor familiar correntino, visto que, além dos problemas da produção, ele conhece pouco, ou mesmo desconhece, o mercado dos seus produtos (SILVA; MACHADO, 2004).

Poucas informações existem a respeito da importância do mercado de distribuição e comercialização de hortaliças na cidade de Corrente, Piauí. Lourenzani et al. (2008) acrescentam que os produtores tentam reverter a situação desfavorável alterando arranjos no canal de distribuição, porém, devido ao desconhecimento das oportunidades de mercado, muitas vezes não obtêm bons resultados. Diante disso, objetivou-se compreender e analisar o arranjo de distribuição e comercialização utilizado pelos produtores familiares de hortaliças em Corrente, Piauí.

A cadeia de distribuição e a produção de hortaliças

Ao se pensar nas hortaliças, indiscutivelmente se faz alinhamento à agricultura familiar sendo esta responsável pelo fornecimento desse segmento da produção vegetal à população. A agricultura familiar está presente em 90% dos municípios brasileiros e, também responde por 35% do produto interno bruto nacional; e absorve 40% da população economicamente ativa do

país (CARVALHO; GROSSI, 2019). Desse modo, observa-se a importância e necessidade dos canais de distribuição de hortaliças para esse segmento agrícola e social.

Ainda, é importante identificar e entender as problemáticas que esse grupo encontra no que trata do escoamento da produção no que trata das suas necessidades de manutenção da autonomia. Contudo, novas tendências do consumo alimentar podem influenciar de modo positivo ou negativo a cadeia de produção de hortaliças, especialmente no que tange os produtores de características mais locais ou de menor escala de produção. Isso se dá pelas relações de poder relacionadas às cadeias produtivas, especialmente do que trata das influências mediadas pelo Agronegócio (VILELA; MACEDO, 2000).

Nessa perspectiva, entende-se que as Cadeias Curtas Agroalimentares (CCAA) ou também denominadas Circuitos Curtos de Comercialização surgem como alternativas às alterações dos padrões de desenvolvimento rural e no fomento à produção de especialidades (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2017). Isso se dá, pois, geograficamente, possibilita a aproximação entre produtor e consumidor assim como reduz a necessidade de intermediários devido à proximidade entre os locais de produção e de comercialização (DUARTE; THOMMÉ, 2015).

Na perspectiva dos circuitos e pautando a economia urbana, Santos (2008) nos comunica que a economia urbana dos países subdesenvolvidos se desenvolve por meio de dois circuitos, que interligados, retratam as consequências da modernização tecnológicas das cidades. Assim, no circuito superior encontramos os bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna e atacadista. Já no circuito inferior é composto por serviços não modernos, comércio de pequena dimensão, atividades de varejo e uso de capital não intensivo (SANTOS, 2008).

Nesse sentido, as feiras livres compreendem, conforme a perspectiva do autor supracitado, circuito inferior. São “microterritórios” que proporcionam uma série de interações e relações humanas. Ainda, alguns modelos ou segmentos como as feiras agroecológicas ou aquelas oriundas da Reforma Agrária ou similares apresentam certo caráter identitário, bem como fornecem aos produtores canais diretos para com a população, dispensando a atuação de intermediários (como os atravessadores), permitindo também mais acessibilidade no tocante

dos valores dos produtos.

Lima et al. (2020) discutem que as feiras livres são uma forma de integração entre os feirantes (agricultores familiares) e consumidores, registrando-se uma grande relevância de conquistas sociais e econômicas para ambos os participantes. Conforme Araújo et al. (2021) os gargalos enfrentados no processo de distribuição, produção e assistência técnica implicam uma modificação da posição e das funções desempenhadas pelos vários tipos de atores para constituir alternativa às formas dominantes de distribuição nas feiras livres. Essas modificações implicam em novas configurações na distribuição em áreas urbanas, como nos mercados, mercearias é até em hipermercados, ou seja, os vínculos criados horizontalmente os produtores/vendedores de forma horizontal e verticalmente com outros agentes da cadeia geram novas formas de organização nas cadeias curtas (ARAÚJO et al., 2021). Portanto, identificar as dinâmicas a nível local é fundamental para compreensões mais aprofundadas em relação ao que trata da produção e distribuição de produtos hortícolas e afins.

Procedimentos Metodológicos

Num primeiro momento, foi elaborado um estudo teórico, com questões-chaves sobre canais de distribuição de hortaliças, produção familiar, o consumo, o padrão dos consumidores de hortaliças e as mudanças nos padrões dos canais de distribuição. Essa análise permitiu a compreensão dessa prática com o produtor, participando ativamente dos cuidados na propriedade em busca de responder a problemática central do trabalho.

Num segundo momento, foi utilizada a entrevista estruturada, com aplicação de um questionário contendo questões referentes às características socioculturais e produtivas, técnica que, conforme elucida Gil (2019), é baseada na interação social, permitindo a compreensão de uma realidade com base nos dados coletados por meio dela.

Na entrevista, ainda se questionou sobre como eram realizados o preparo, o manejo e as aplicações do biofertilizante na produção de hortaliças. Com isso, foi possível traçar um perfil de como se dava a produção, qual o tamanho da propriedade, qual o tipo de horta, quantidade média de canteiros na propriedade, quais hortaliças eram cultivadas, como era feito o transporte das hortaliças das suas localidades até o centro urbano, e qual o canal de

comercialização das hortaliças. Além disso, também foram realizadas observações quando da aplicação dos questionários. De posse dessas informações, foi realizada uma sistematização e análise dos dados.

Como público-alvo da pesquisa (atores), compreende-se os produtores locais de hortaliças, ou seja, as pessoas que efetivamente distribuíam as hortaliças nas feiras livres do município. A entrevista se deu de forma individual, na qual não foi privilegiado nenhum grupo de pessoas. Os produtores de hortaliças foram abordados de forma aleatória durante o funcionamento das feiras livres. As entrevistas foram orientadas por questionários semiestruturados, incluindo questões fechadas e questões abertas.

A entrevista constituiu de 11 perguntas para determinação do perfil dos produtores/distribuidores de hortaliças: 1) gênero; 2) idade; 3) tamanho da propriedade; 4) tipo de horta; 5) quantidade de canteiros em média na propriedade; 6) hortaliças cultivadas na propriedade; 7) se cultiva e vende somente hortaliças; 8) forma de transportar as hortaliças das localidades até o centro urbano; 9) canal de comercialização das hortaliças; 10) hortaliças mais comercializadas; 11) as maiores dificuldades encontradas na produção e comercialização.

Após as entrevistas, realizou-se análise dos dados considerando as variáveis abordadas no sentido de possibilitar a aproximação de atores e variáveis numéricas em conjuntos de dados expressos em porcentagem, traçando o perfil dos produtores de hortaliças na região, e foi realizada uma análise gráfica e teórica dos dados.

Resultados e Discussão

Com base nos dados e informações obtidas por meio da análise das entrevistas, observa-se que a maior porcentagem de pessoas que atuavam na comercialização de hortaliças pertencia ao gênero feminino, correspondendo a 90%, desse grupo, a maioria esteve acompanhada de filhos menores de idade no momento da entrevista. Esse fator denota o cuidado e a atenção em relação ao tempo dispensados às crianças, sendo que, outras opções de trabalho não permitiriam a presença dos entrevistados em períodos maiores. Constatou-se também, na análise dos resultados, que 10% dos comerciantes eram do gênero masculino, sendo regulamente ativos na venda de hortaliças.

O número de mulheres nas comunidades rurais era superior ao de homens, em contrapartida, elas enfrentavam mais abusos, dificuldades, preconceitos e subestimações que seus companheiros, filhos, parentes e vizinhos (LIMA et al., 2020). Nos estudos da sociologia rural, que desempenha o papel de conhecer e compreender as relações neste meio, é grande o desafio de se incorporar a mulher como sujeito e foco de pesquisas. Contudo, ao se observar a presença das crianças junto às suas mães, nota-se a necessidade de imergir na seara da divisão do trabalho, onde, historicamente, o sistema patriarcal concedeu às mulheres a função reprodutiva e aos homens uma função produtiva. Embora as mulheres sejam maioria indiscutível nesse trabalho produtivo das feiras livres no campo aqui estudado, entende-se que o cuidado com os filhos durante esse trabalho ainda está margeado pelos ideais patriarcais, fazendo com que essas mulheres simultaneamente estejam realizando um trabalho reprodutivo.

De acordo com Costa et al. (2016), a partir do surgimento de novas realidades no campo econômico, a comercialização dos produtos agrícolas são atividades comuns para mulheres camponesas, além do vínculo com a produção de alimentos para autoconsumo. Silva et al. (2020) discutem que, no âmbito das mudanças sociais no campo, as mulheres camponesas afirmam serem hoje mais valorizadas, além de que as feiras livres têm sido uma relevante ferramenta de uso para a visibilidade do trabalho feminino, da conquista da liberdade e da autonomia.

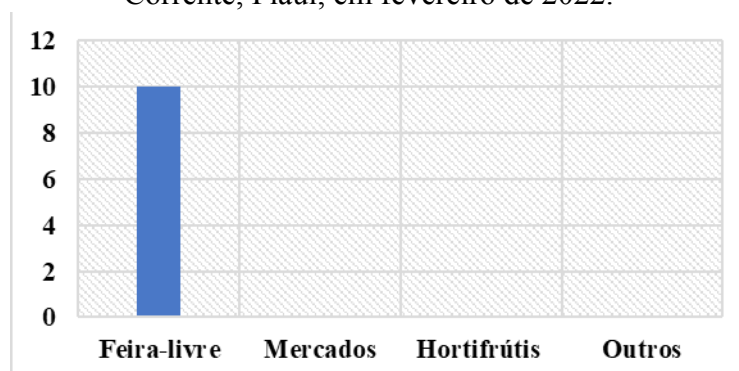
Segundo Thomaz (2002), apesar de avanços significativos, agricultoras familiares e comerciantes populares ainda convivem com problemáticas particulares e coletivas, que as invisibilizam como trabalhadoras e cidadãs autônomas. Em pleno século XXI, sua lida ainda é vista como uma singela ajuda para a casa, sendo o homem, o produtor rural da unidade e o responsável por todas as tomadas de decisão no que diz respeito à propriedade e sua estrutura familiar, resquício do modelo social patriarcal comum nessas localidades (LIMA et al., 2020).

Os alimentos e derivados produzidos por essas famílias são comercializados em feiras livres, que se caracterizam como espaços de venda direta no estilo “convencional” em um ambiente compartilhado, cuja as feiras denominadas agroecológicas se apropriam como locais de comercialização de produtos com valores incorporados de boa qualidade, livres de agrotóxicos, cultivados em uma política de preservação da natureza e com valorização cultural

da agricultura familiar tradicional e camponesa (ALMEIDA et al., 2018).

Para atender o objetivo principal desta pesquisa, os produtores foram indagados a respeito dos canais de distribuição de seus produtos. As feiras livres ganham destaque com a comercialização de 100% da produção total dos agricultores entrevistados, isso acontecia porque todos os produtores utilizam esse canal de comercialização (Figura 1). O produtores afirmaram que a escolha por esse canal era devido à ausência de atravessadores, assim os agricultores obtinham maior lucro com as vendas.

Figura 1 - Principais canais de distribuição das hortaliças comercializadas no município de Corrente, Piauí, em fevereiro de 2022.



Fonte: Autores (2022).

Segundo Cazane, Machado & Sampaio (2014), as feiras livres são consideradas uma importante estrutura de suprimento de alimentos das cidades, especialmente as interioranas, pois promovem o desenvolvimento econômico e social, fomentando a economia dessas pequenas cidades. Oferecem produtos sempre frescos e permitem uma relação restrita entre consumidores e produtores e o poder de barganha exercido por eles.

As feiras livres também possibilitam o acesso dos agricultores ao mercado, gerando renda para compra de produtos para consumo familiar, de forma a ser considerada uma importante política distributiva, possibilitando que a renda da população permaneça no município, contribuindo para seu desenvolvimento (SILVESTRE et al., 2006). Além disso, o desenvolvimento de feiras livres tem o potencial para agregar valor às vendas dos produtores, diminuindo a cadeia de suprimentos, além do potencial para gerar benefícios sociais e

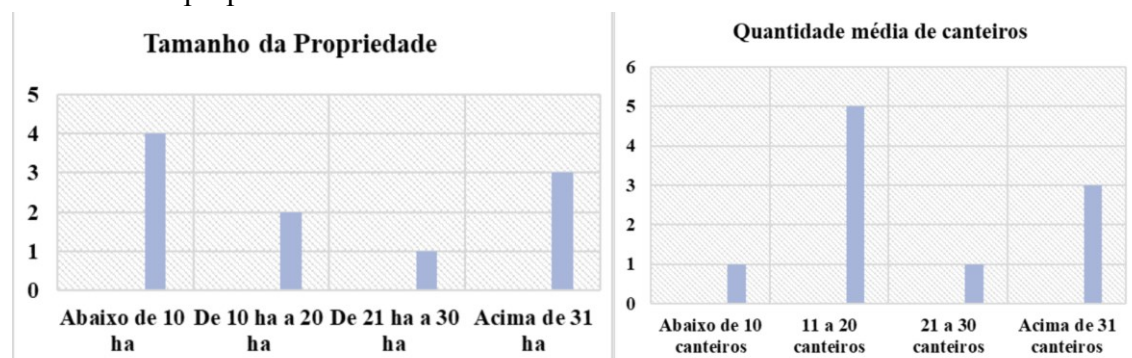
ambientais para a comunidade (HUNT, 2007).

De acordo com Gomes & Ribeiro (2013), os indivíduos responsáveis pela comercialização devem ser capazes de atender às expectativas dos clientes, reduzir as perdas, controlar o estoque, maximizar as vendas e os lucros. As feiras livres são consideradas pontos de venda tradicionais, em que cada comerciante instala uma “banca” em feiras que são realizadas em diversas regiões do Brasil. Os produtos são expostos ao ar livre e têm o apelo de ser um comércio de vizinhança, em que muitas vezes, o cliente conhece e confia na pessoa do feirante. Algumas “bancas” têm o apelo de vender diretamente do produtor ao consumidor, o que, às vistas deste último, pode representar um produto mais barato e mais garantido em termos de não utilização de agrotóxicos, corantes ou qualquer outro produto químico que altere as características “naturais” dos produtos (IEL, 2000).

Ainda, as relações estabelecidas ultrapassam as trocas mercantis, identificando-se atributos intangíveis como a conquista de autonomia pelos produtores (SILVA et al., 2017). Portanto, as feiras livres para agricultura familiar não são apenas pontos de compra e venda, mas compreendem um fator social importante para desenvolvimento e estabelecimento pleno de suas atividades, uma vez que esse segmento de agricultura ainda enfrenta gargalos para comercialização. Ademais, os circuitos curtos de produção fornecem também para a população a opção de aquisição de alimentos mais saudáveis, sejam eles *in natura* ou mesmo alimentos semiprocessados que possam ser advindos de cooperativas e associações agrofamiliares. Salienta-se ainda que consumidores se destacam por apoiar e incentivar as lutas por disputa de espaços e mudanças de paradigmas no contexto atual da produção agrícola, pois são eles elementos essenciais para o circuito curto girar (LEITE; TELES, 2019).

É importante destacar que alguns comerciantes relataram que utilizavam a terra de sua própria residência familiar para o cultivo de hortaliças, posteriormente colhiam para venda, na complementação do rendimento familiar e/ou para consumo (Figura 2). Segundo Siviero et al. (2011), o uso agrícola da área nos quintais domésticos e hortas comunitárias urbanas, tem aumentado, seja para a produção de alimentos, na complementação da dieta alimentar como também para incrementar a renda média mensal das famílias ou dos pequenos produtores.

Figura 2 - Tamanho das propriedades onde é feito o plantio e quantidade de canteiros nas propriedades familiares em Corrente-PI em fevereiro de 2022.



Fonte: Autores (2022).

Conforme respostas dos entrevistados (90% dos comerciantes), o transporte das hortaliças em veículos particulares aumentava a qualidade do produto, porém, também elevava os custos quando comparadas com as hortaliças que eram compradas por atravessadores e distribuídas em veículos de carga.

Ainda ocorria a distribuição de hortaliças com uso de motocicletas e outros tipos de transportes, 30% e 10%, respectivamente. Segundo estes grupos, a qualidade das verduras era satisfatória, tendo em vista a proximidade do centro das áreas de produção, considerando ainda, que o fornecimento nas feiras livres era realizado sempre no final do dia, o que mantinha as hortaliças em boas condições.

A logística inadequada da cadeia produtiva em relação ao transporte, à distribuição, ao uso de veículos adequados, ao condicionamento em embalagens apropriadas, e às técnicas de carga e descarga nos pontos varejistas são apontadas como os principais fatores responsáveis por colaborar na diminuição das perdas e aumento na qualidade dos produtos hortícolas in natura (GABAN et al., 2017).

Com relação ao tipo de plantio empregado nas hortas, os agricultores entrevistados afirmaram que 90% do seu plantio era feito em canteiros no chão e somente 10% utilizavam as duas modalidades, sendo canteiros suspensos e no chão. No que se refere às informações dos comerciantes quanto às principais hortaliças comercializadas, as folhosas apresentaram um total de vendas de 60,8%, sendo representativo: a couve (15,6%), a alface (15,6%), a rúcula

(14%), e o coentro (15,6%). Este último obteve destaque em volume comercializado, devido a facilidade de aquisição, boa aceitação no mercado e curto período de cultivo.

De acordo com estudos publicado por Brainer (2017), o cultivo dessas hortaliças folhoras pode ser feito em pequena escala para consumo próprio ou de forma extensiva ou intensiva, para comercialização, o que faz com que esse segmento da horticultura ganhe destaque quanto à distribuição e comercialização.

Os resultados também demonstraram que 31,08% dos comerciantes entrevistados atingiram resultados satisfatórios nos rendimentos com vendas de hortaliças-fruto: pimentão e tomate (14% e 12,5%, respectivamente). Dado que estas podem permanecer expostas por tempo superior nos balcões e ainda manter boas condições de venda em comparação com as hortaliças folhosas, conforme declarações dos agricultores. Nessa perspectiva, é necessário observar também que fatores estruturais físicos como as bancadas e armazenamento das hortaliças influenciam a manutenção de qualidade e consequente rendimento, como também a educação informativa dos consumidores finais em relação ao manuseio no ato da escolha e compra dos frutos com o intuito de se evitar manuseios inadequados (GUERRA et al., 2017).

As hortaliças, principalmente folhosas, apresentaram baixo preço e, como são muito perecíveis, eram compradas em pouca quantidade e com maior frequência, geralmente semanalmente. De acordo com Azevedo e Faulin (2003), os consumidores de hortaliças compram uma vez por semana, devido ao alto grau de perecibilidade e por esse motivo, compram em menor quantidade refletindo assim no valor gasto. Isso contribui também para a fidelidade e criação de vínculos amistosos entre compradores e comerciantes (agricultores(as) familiares).

A maior parte dos produtores/feirantes não diferenciava as exigências e necessidades dos clientes em relação ao tipo de produção agrícola adotada. Isso pode ser justificado pela escolha do tipo de sistema de plantio convencional (80%), em relação a 20% do sistema orgânico pelos produtores. Esse fato leva à não preocupação com o uso de insumos químicos que é feito no sistema convencional durante o plantio. As principais exigências dos clientes, na percepção dos produtores, foram quanto à qualidade dos produtos, horário de entrega e preço. Ou seja, entende-se que a clientela desse *locus* de estudo apresentava maior preocupação quanto

à disponibilidade de um produto visualmente sadio e com frequência em sua oferta, não havendo preocupação com os sistemas de cultivo e questões ambientais.

Para Barbosa et al. (2011) essa lógica resulta em um dilema para os produtores de produtos orgânicos, pois a busca pela estética dos alimentos associada aos baixos preços acaba inviabilizando a produção de produtos orgânicos. Por outro lado, indicando grande exigência de mercado, visto que antes de serem saudáveis é necessário que estes alimentos estejam em bom estado e vistosos.

Nota-se que, devido à perecibilidade das hortaliças, grande parte dos clientes trabalhava sem estoques, necessitando da mercadoria antes da abertura da loja ou logo após. No que diz respeito às exigências dos produtos propriamente ditos, eram relevantes o tamanho e a limpeza.

A adoção de escolhas alimentares deve ser referenciada pela cultura alimentar de cada região ou estado brasileiro, pelas dimensões de gênero, raça e etnia, acessibilidade do ponto de vista físico e financeiro, harmônica em quantidade e qualidade, atendendo aos princípios da variedade, equilíbrio, moderação e prazer, visando melhorar os padrões de alimentação e nutrição da população (BRASIL, 2014). Neste contexto, ações de políticas públicas estão voltadas à necessidade por uma alimentação saudável para a população, conforme Lei Orgânica de Segurança Alimentar Nutricional (Losan) -Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006, que instituiu o (Sisan), Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional.

Partindo desse problemática, entende-se que ainda há necessidade de fomento de informações quanto aos circuitos curtos de produção, bem como de feiras orgânicas e agroecológicas. Atrelado à isso, carece também de mecanismos de educação para a população, fazendo com que esses atores também entendam a necessidade de busca por alimentos mais saudáveis e ecologicamente sustentáveis.

Notas de considerações finais

A maioria dos comerciantes de hortaliças eram mulheres, os principais pontos destacados foram as feiras livres, a renda mensal é correspondente de um dos salários-mínimos. O tipo de transporte mais utilizados pelos produtores para o deslocamento das hortaliças ao local de venda era o veículo particular. Os veículos e as caixas de madeira utilizadas no

transporte não eram os mais adequados para efetuar uma logística de distribuição eficiente e eficaz. Observou-se que as caixas de madeira danificavam os produtos devido à aspereza. Por esse motivo, os produtores revestiam as mesmas com jornais, muitas vezes adquiridos em ferros-velhos, o que diminuía uma vez mais a higiene dos produtos. Desta forma, é necessário que os produtores invistam em veículos mais adequados para o transporte e embalagens que oferecem maior proteção e higiene aos produtos.

Os agentes atualmente utilizados pelos produtores familiares demonstram um rompimento nos canais de distribuição tradicionais, que ocorrem através da venda para atacadistas localizados nas Centrais Estaduais de Abastecimento (CEASAs) e através de feiras livres. Houve uma redução na intermediação da comercialização e a abertura de novas opções e oportunidades de inserção no mercado. A venda direta para o consumidor final, entre os agentes identificados, é uma das alternativas para o produtor familiar obter ganhos adicionais. No entanto, a venda através da feira local tem diminuído sua importância na comercialização de hortaliças no decorrer dos anos. Esse agente está sendo substituído por hortifrutis e supermercados.

Em uma etapa futura da pesquisa, as exigências dos clientes e dos produtos propriamente ditos serão analisadas, considerando o ponto de vista dos varejistas, atacadistas e empresas do ramo das refeições coletivas, bem como o perfil dos consumidores e sua preocupação quanto à procedência dos produtos.

Referências

- ALMEIDA, L. C.; SILVA, J. M.; NASCIMENTO, S. P. G.; ARAÚJO, R. G. V.; SILVA, C. S.; LIMA, J. R. B.; CRISTO, C. C. N.; SANTOS, T. M. C.; COSTA, J. H. Q. Perfil social e percepção de feirantes sobre agricultura de base orgânica e agroecológica. **Ciência Agrícola**, Rio Largo, v.16, n. 1, p.71-74, 2018.
- ARAÚJO, H. S.; FIRETTI, R.; RÓS, A. B.; NARITA, N. Os principais sistemas de comercialização de hortaliças. **Pesquisa & Tecnologia**, Campinas, v. 8, n. 2, 2011.
- AZEVEDO, P.F.; FAULIN, E.J. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transições. **Informações Econômicas**, Curitiba, v. 33, n.1, p.24-37, 2003.
- ARAÚJO, R. N.; VALE, N. K. A.; CRUZ, C. A. B.; CENURIÓN, W. C. Feiras livres e a

MENDES, J.; ALVES, E.; AMARAL, T.; COSTA, J.; SILVA, J. Distribuição e comercialização de hortaliças no centro de Corrente – PI. *Revista Urbano*, Recife, v. 08, n. 02, p.01-17, 2023. <Disponível em <https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>>

Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Texto da licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

capilaridade das cadeias curtas em Porto Grande – AP. **Research, Society and Development**, Curitiba, v. 10, n. 12, e143101220163, 2021.

BARBOSA, S.C.; MATEUCCIM, M.B.A.; LEANDRO, W.M.; LEITE, A.F.; CAVALCANTE, E.L.S.; ALMEIDA, G.Q.E. Perfil do Consumidor e Oscilações de Preços de Produtos Agroecológicos. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, Goiânia, v. 41, n. 4, p. 602-609, 2011.

BELIK, W.; CHAIN, N. A. Formas híbridas de coordenação na distribuição de frutas, legumes e verduras no Brasil. **Revista Cadernos de Debate**, s.l., v. 7, p.-6, 1999.

BRAINER, M. S. C. P. Produção de hortaliças na área de atuação do BNB. **Caderno Setorial ETENE**, s.l., v. 6, n. 180, p. 1-14, 2017.

BRASIL. **Lei Orgânica de Segurança Alimentar Nutricional (Losan)**. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Diário Oficial da União 2006. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11346.htm>. Acessado em 20 de junho de 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. 2014. **Guia Alimentar para a População Brasileira**. 2º ed. Brasília. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/images/pdf/2014/novembro/05/Guia-Alimentar-para-a-pop-brasiliera-Miolo-PDF-Internet.pdf>>. Acesso em 17 de junho 2022.

CARVALHO, F. F.; GROSSI, S. F. A importância das feiras livres e seus impactos na agricultura familiar. **Interface Tecnológica**, Taquaritinga, v. 16, n. 2, p. 226-234, 2019.

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.

COSTA, C.; BRAZ, G. M.; BECKER, C.; MACHADO, E. T. L.; CAMARGO, K. C.; SEVERO, S. A.; BUNDE, A. Mulheres na reforma agrária: semeando e colhendo agrobiodiversidade. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, Bagé, v.10, n.2, 6p. 2016.

DUARTE, S. C. DE L.; THOMÉ, K. M. Short food supply chain: estado da arte na academia brasileira. **Estudos Sociedade. e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 315-340, 2015.

FAULIN, E. J.; AZEVEDO, P. F. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações. **Informações Econômicas**, Campinas, v. 33, n. 11, 2003.

FERNANDES FILHO, J. F.; CAMPOS, F. R. A indústria rural no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 41, p. 859-880, 2003.

GABAN, A. C.; MORELLI, F.; BRISOLA, M. V.; GUARNIERI, V. Evolução da produção de

MENDES, J.; ALVES, E.; AMARAL, T.; COSTA, J.; SILVA, J. Distribuição e comercialização de hortaliças no centro de Corrente – PI. *Revista Urbano*, Recife, v. 08, n. 02, p.01-17,2023. <Disponível em <https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>>

Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Texto da licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

grãos e armazenagem: perspectivas do agronegócio brasileiro para 2024/25. **Informe Gepec**, Toledo, v. 21, n. 1, p. 28-47, 2017.

GOMES, C. F. S.; RIBEIRO, P. C. C. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação**. Editora Senac, Rio, 2 ed. 2013. 361 p.

GUERRA, A. M. N. M.; COSTA, A. C. M.; FERREIRA, J. B. A.; TAVARES, P. R. F.; VIEIRA, T. S.; DE MEDEIROS, A. C. Avaliação das principais causas de perdas pós-colheita de hortaliças comercializadas em Santarém, Pará. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Pombal, v. 12, n. 1, p. 34-40, 2017.

IEL. **Estudo sobre a eficiência econômica e competitiva da cadeia**. I. v. 1, 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. 339 p.

LEITE, D. C.; TELES, E. C. P. V. A. Comercialização de produtos agroecológicos a partir de circuitos curtos: a experiência das feiras agroecológicas de ecife, Pernambuco. **EXTRAMUROS – Revista de Extensão da UNIVASF**, Petrolina, v. 7, n. 2, p. 26-44, 2019.

LIMA, E. F. L.; SANTOS, T. M. C.; SILVA, J. M.; COSTA, J. H. Q. Os consumidores de feira agroecológica itinerante em Maceió, Alagoas. **Cadernos de Agroecologia**, Brasília, v. 15, n. 2, 2020.

LIMA, J. A. D. **Métodos para a conservação de frutas e hortaliças**. 2016, 53f. Trabalho de conclusão de curso (Engenharia Agrônoma). Brasília-DF, 2016.

LIMA, J. R. B.; SILVA, C. DOS S.; ARAÚJO, R. G. V. DE.; SILVA, J. O. DE L.; DE LIMA, A. K. X.; DA SILVA, J. M.; DOS SANTOS, T. M. C.; COSTA, J. H. DE Q. Perfil socioeconômico de mulheres feirantes do Estado de Alagoas, Brasil: Liderança e empoderamento feminino camponês. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 3, p. 14557-14578, 2020.

LOURENZANI, W. L.; PINTO, L. de B.; CARVALHO, E. C. A. de; CARMO, S. M. do. A qualificação em gestão da agricultura familiar: A experiência da Alta Paulista. **Revista Ciências Exatas**, Taubaté, v.4, n.1, p. 62, 2008.

MACHADO, M. D.; SILVA, A. L. **Canais de distribuição para produtos da agricultura familiar**. In: SOUZA FILHO, H. M.; BATALHA, M. O. (orgs). **Gestão integrada da agricultura familiar**. São Carlos: Edufscar. v. 1, 5ª ed. São Paulo: Atlas. pp.95-129, 2005.

MAZOYER, M.; ROUDART, L. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea** Marcel Mazoyer, Laurence Roudart; [tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira]. – São Paulo: Editora UNESP, 2010.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. **Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas**. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Eds), **Cadeias**

MENDES, J; ALVES, E; AMARAL, T; COSTA, J.; SILVA, J. Distribuição e comercialização de hortaliças no centro de Corrente – PI. *Revista Urbano*, Recife, v. 08, n. 02, p.01-17,2023. <Disponível em <https://doi.org/10.51359/2525-6092.2023.254984>>

Este artigo está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Texto da licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS. 2017. pp. 59-82.

SANTOS, M. **O Espaço Dividido: Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SILVA, A. K.; LIMA, A. K. X.; SILVA, C. S.; LIMA, J. R. B.; COSTA, J. H. Q.; COSTA, E. J.; SILVA, J. M. Autonomia feminina no meio rural: desafios frente à modelagem social patriarcal. **Cadernos Agroecológicos**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, 2020.

SILVA, A. L.; MACHADO, M. D. **Canais de Distribuição para Produtos Agroindustriais**. In: BATALHA, M. O. (Coord.) *Gestão do Agronegócio: Textos Seleccionados*. São Carlos: EdUFSCar, 2005.

SILVA, M. N.; CECONELO, 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, 2017.

SIVIERO, A.; DELUNARDO, T.A.; HAVERROTH, M.; OLIVEIRA, L. C.; MENDONÇA, Â. M. S. Cultivo de espécies alimentares em quintais urbanos de Rio Branco, Acre, Brasil. **Acta Botânica Brasílica**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 549-556, 2011.

THOMAZ, A. J. O Papel da Mulher na Luta pela Terra. Uma Questão de Gênero e/ou Classe?. **Acta Botânica Brasílica**, Brasília, v. 25, n. 4, p. 549-556, 2002.

VILELA, N. J.; HENZ, G. P. Situação atual da participação das hortaliças do agronegócio brasileiro e perspectivas futuras. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v.17, n.1, p.71-89, 2000.

VILELA, N. J.; MACEDO, M. M. C. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. **Horticultura brasileira**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 88-94, 2000.