

Scientific Electronic Archives

Issue ID: Sci. Elec. Arch. Vol. 13 (12)

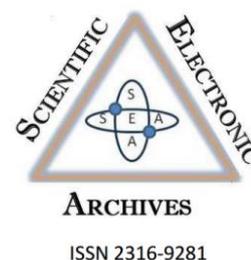
December 2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.36560/131220201182>

Article link

<http://sea.ufr.edu.br/index.php?journal=SEA&page=article&p=view&path%5B%5D=1182&path%5B%5D=pdf>

Included in DOAJ, AGRIS, Latindex, Journal TOCs, CORE, Discoursio Open Science, Science Gate, GFAR, CIARDRING, Academic Journals Database and NTHRYS Technologies, Portal de Periódicos CAPES, CrossRef, ICI Journals Master List.



Agricultura familiar e comercialização: o caso da feira coberta de Nova Xavantina-MT

Family farming and commercialization: the case of the covered fair in Nova Xavantina-MT

L. L. Silva, A. H. Maia, T. Carlos, L. N. S. Santos

Universidade do Estado de Mato Grosso

* Author for correspondence: larissaetebg@gmail.com

Resumo. O presente trabalho teve como objetivo avaliar as experiências dos agricultores familiares que comercializam seus produtos na Feira Coberta do município de Nova Xavantina - MT, a partir das diferentes estratégias utilizadas por eles, suas dificuldades e perspectivas em relação à geração de renda e manutenção das famílias. Foram pesquisados 14 produtores familiares e 14 consumidores. Estes números não foram definidos por critério estatístico, sendo esta uma pesquisa caracterizada pela combinação de uma abordagem quantitativa e qualitativa. Os instrumentos utilizados na coleta de dados consistiram em questionários, observação direta e entrevistas. Pela presente pesquisa pode-se verificar que a Feira Coberta é um espaço importante de convivência, comércio e consumo, no entanto, ainda esse local é pouco apreciado pela população e produtores. A falta de infraestrutura e a rigidez da fiscalização não trazem atrativos aos diversos agricultores familiares do município e isto reflete diretamente na comercialização e aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar, setor importante em termos de desenvolvimento econômico e social. Desta forma, políticas públicas voltadas para a produção, consumo e comercialização são imprescindíveis para uma maior inserção dos agricultores familiares do município de Nova Xavantina e região.

Palavras-chaves Agricultura familiar, comercialização, feira coberta e produção.

Abstract. This study aimed to evaluate the experiences of family agriculturists who sell their products in the Covered Fair of Nova Xavantina - MT, from the different strategies used by them, their problems and prospects in relation to income generation and maintenance of families. We surveyed 14 familiar producers and 14 consumers. These numbers have not been defined by statistical criteria, which is characterized by a search combining a quantitative and qualitative approach. The instruments used for data collection consisted of questionnaires, direct observation and interviews. By this research it could be seen that the Covered Fair is an important space of conviviality, trade and consumption, however, this place is still little appreciated by the population and producers. The lack of infrastructure and the stiffness of supervision does not bring attractive to many farmers in the municipality and this is directly reflected in the marketing and purchase of products from family farms, important sector in terms of economic and social development. Thus, public policies for production, consumption and trade are essential for greater inclusion of family farmers in the municipality of Nova Xavantina and region.

Keywords: Family farming, Marketing, Covered Fair, Production..

Introdução

A definição de agricultura familiar é motivo de controvérsias e debates no Brasil, há trabalhos que procuram delimitar esta categoria social a partir da relação entre quantidade de trabalho familiar e trabalho contratado, sendo familiar o estabelecimento com mais de 50% de mão-de-obra da família (GUANZIROLI, 2005). A exploração

familiar “corresponde a uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família” (LAMARCHE, 1993), ou seja, a família, ao mesmo tempo em que é proprietária dos meios de produção (ou de parte destes), assume o trabalho no estabelecimento produtivo. Abrange desde formas próximas ao campesinato tradicional até o agricultor familiar

altamente integrado ao mercado (WANDERLEY, 1999).

A agricultura familiar é a principal fornecedora de alimentos que compõem a cesta básica dos brasileiros, o arroz, feijão, milho, mandioca, entre outros. Atualmente a agricultura familiar é reconhecida como portadora de uma nova concepção de agricultura, que pode conciliar o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade socioambiental.

A comercialização dos produtos da agricultura familiar passa por diversos entraves, uma vez que ainda falta uma política agrícola efetiva voltada para os agricultores familiares; as políticas comerciais e cambiais são desfavoráveis, além da falta de amparo em relação aos aspectos técnicos, assistência, gestão, mercado, entre outros fatores, que são determinantes para produzir e escoar a produção existente nos estabelecimentos agrícolas.

Entre as práticas de comercialização desenvolvidas pelos agricultores familiares do município de Nova Xavantina MT, merece destaque o caso da Feira Coberta, realizada aos domingos em espaço cedido pela Prefeitura Municipal, comportando cerca de 80 comerciantes (entre agricultores familiares; vendedores de roupas e de outros utensílios domésticos), neste caso, os atores pesquisados (agricultores familiares), compreendem um número variável, em certas ocasiões, a feira chega a apresentar cerca de 35 agricultores familiares envolvidos na comercialização direta ao consumidor.

Segundo Sesan (2007), as feiras atuam em duas vias: numa primeira, oferecem a oportunidade para que o pequeno agricultor familiar possa comercializar o excedente de sua produção, podendo assim adquirir independência socioeconômica; e em uma segunda, busca oferecer o acesso a alimentos de qualidade provenientes da produção familiar e a consequente valorização deste produto.

Dada à importância da agricultura familiar no contexto rural e local, torna-se imprescindível avaliar como essas famílias se estruturam e inserem-se em novos elos comerciais voltados para a viabilização do processo de geração de renda. A análise dessas experiências que mesclam aspectos ligados à tradição não só em termos de técnicas de produção, mas também de valores como a confiança (de forma alternativa à certificação externa), poderá contribuir para compreender as dificuldades e as potencialidades dos produtores familiares, especialmente os que realizam a comercialização na Feira Coberta do município estudado.

O presente estudo tem objetivo de analisar as experiências dos agricultores familiares que comercializam seus produtos na Feira Coberta do município de Nova Xavantina - MT, a partir das diferentes estratégias utilizadas por eles, suas dificuldades e perspectivas em relação à geração de renda e manutenção das famílias.

Métodos

A pesquisa foi realizada na Feira Coberta do município de Nova Xavantina-MT, situada no Setor Nova Brasília, próximo à Igreja Católica. Foram pesquisados 14 produtores familiares que realizam a comercialização de seus produtos na Feira Coberta do Município e 14 consumidores. Estes números não foram definidos por critério estatístico, portanto não teve a pretensão de representar o conjunto de produtores que realizam este tipo de comercialização no município, mas visa apreender qualitativamente a diversidade de experiências existentes.

A pesquisa realizada caracteriza-se pela combinação de uma abordagem quantitativa e qualitativa. Os instrumentos utilizados na coleta de dados consistiram em questionários, observação direta e entrevistas. Estes instrumentos visaram, dentre outros aspectos, caracterizar os agricultores da Feira Coberta do Município de Nova Xavantina, as formas diferenciadas de comercialização e produção; e apreender os possíveis efeitos das políticas públicas nesse tipo de comercialização.

O questionário destinado aos agricultores familiares foi estruturado para permitir, por meio de questões diretas, a identificação do produtor e a coleta de dados referentes à família, de modo, a caracterizar aquelas que trabalham na propriedade.

Verificar fontes de rendas não agrícolas e identificar a ocupação responsável por tal renda. Levantar informações sobre a utilização de mão de obra de terceiros e a sua periodicidade; e sobre a infraestrutura geral do estabelecimento, por meio da identificação das fontes de água, do levantamento das benfeitorias, máquinas e equipamentos existentes na propriedade/lote.

No que se refere à exploração animal, foram abordadas questões que buscassem caracterizar a bovinocultura de leite (tamanho do rebanho, produtividade, tipo de suplementação da alimentação, número de animais vendidos e destino da produção). Ainda no mesmo tópico, coletar dados básicos sobre a criação de outras espécies.

Quanto à exploração vegetal, verificar a área ou o número de pés das respectivas culturas plantadas, a quantidade produzida, o destino da produção, bem como, a utilização ou não de fertilizantes químicos e de agrotóxicos. Verificar também o grau de acesso a créditos agrícolas e pecuários e a finalidade de tais financiamentos. Em relação à comercialização direta ao consumidor foram levantados dados referentes à quantidade comercializada, aos preços médios estabelecidos para cada produto, o número de clientes, a frequência da venda, bem como, a forma/local utilizado no processo de comercialização.

O questionário dirigido aos agricultores teve o intuito de verificar também as dificuldades e restrições enfrentadas pelos produtores, suas perspectivas e o que esperam das políticas públicas e de outros atores não governamentais nas atividades que realizam. O processo de agregação de valor aos produtos foi abordado no questionário

por meio de questões que permitiram verificar as condições dos locais nos quais são realizados os processamentos, os procedimentos, embalagens e etiquetas utilizadas, as técnicas empregadas e a forma de aprendizado do processo fabricação/agregação de valor.

Foram incorporadas aos questionários perguntas abertas, visando registrar as impressões dos produtores sobre seus produtos, e assim, obter pistas sobre as estratégias utilizadas para legitimar o processo de agregação de valor.

A aplicação dos questionários junto aos produtores familiares foi realizada durante a Feira, buscando empregar uma abordagem que proporcionasse aos entrevistados liberdade para expor os aspectos inerentes ao processo produtivo, bem como, as técnicas de comercialização por eles empregadas.

O questionário dirigido aos consumidores foi estruturado com o intuito de se verificar aspectos pertinentes às compras realizadas junto aos agricultores pesquisados, por meio do levantamento dos produtos adquiridos, dos valores destinados às compras, periodicidade destas; e, sobretudo, por meio do levantamento de aspectos ligados a relação produtor/consumidor, como fidelidade e motivos de preferência, com base na manifestação de suas impressões a respeito dos produtos adquiridos e/ou a cerca dos agricultores em questão.

O questionário abordou também questões específicas sobre a forma pelo qual o consumidor tomou conhecimento da Feira Coberta do Município, o valor médio das compras realizadas na feira como um todo e os motivos de preferência frente a outros tipos de comércio. O questionário levantou, ainda, as características do consumidor e a respectiva família (local de moradia, tempo de residência no município, escolaridade e renda familiar, dentre outras questões).

As observações diretas dos produtores foram realizadas nos momentos em que estes estavam comercializando seus produtos junto aos consumidores na Feira Coberta do município.

Resultados e discussão

A Feira Coberta de Nova Xavantina (Figura 1), situada no Setor Nova Brasília, próximo à Igreja Católica São Sebastião, foi construída em 1988 por incentivo do então prefeito da cidade Dr. Osvaldo Takashi Toyama, ocupando uma área de cerca de 1105,92 m² de cobertura, com amplo estacionamento, banheiros (masculino e feminino), com 60 bancas de madeira destinadas aos produtores para comercialização de seus produtos (fornecidas gratuitamente pela Prefeitura).

Os gastos relacionados à feira (energia elétrica, manutenção da infraestrutura, funcionário- zelador, limpeza, entre outros) são mantidos pela Prefeitura Municipal. Há um projeto previsto, com intuito de fornecer melhorias à feira, este inclui a reforma dos banheiros, aumento dos balcões, bebedouros, fechamento das laterais (para reduzir a entrada de automóveis e motos dentro da feira coberta – local de comercialização dos produtos),

entre outras melhorias que poderão favorecer o aumento de consumidores de produtos oriundos da feira, bem como, ao próprio conforto dos agricultores que realizam a comercialização via feira. A feira é realizada aos domingos a partir das cinco horas da manhã terminando por volta das onze horas da manhã. Os agricultores pesquisados pertencem em sua maioria ao município de Nova Xavantina (13) e Campinápolis (1) MT respectivamente.

Quanto ao número de moradores, verificou-se que 71% dos estabelecimentos rurais, residem no máximo duas pessoas, enquanto que em 29% residem três ou mais pessoas. A média é de três moradores. Constataram-se também dois casos que a família não morava na área.

Nesta pesquisa verificou-se que a maioria dos agricultores pesquisados (76%) possuem duas pessoas pertencentes à família que estão envolvidas nos trabalhos realizados (geralmente o casal ou pai/filho). Foram levantadas informações também sobre a faixa etária dos proprietários e cônjuges que trabalham nos estabelecimentos rurais (foram incluídos apenas cônjuges que exercem algum tipo de atividade na área).

A faixa etária dos agricultores que foram submetidos ao questionário é de 30 a 77 anos de idade, 1% desse público apresentam idade entre 30 a 50 anos, 28% possui entre 51 e 60 anos e outros 71% apresentam idade superior a 60 anos. A maioria, portanto, possui uma idade relativamente avançada para o tipo de trabalho que é exercido no estabelecimento rural.

Em relação ao nível escolaridade dos agricultores pesquisados, observou-se que 43% não ultrapassaram o ensino fundamental, sendo que a maior parte estudou no máximo até a 4ª Série do Ensino Fundamental. No caso dos agricultores que concluíram ou cursaram parte do Ensino Médio este percentual é de 14%. Há ainda um percentual de 29% dos agricultores pesquisados que não frequentaram a escola (são analfabetos ou aprenderam informalmente noções básicas de leitura e escrita).

Já no caso dos filhos 50% refere-se aos que frequentaram até o segundo ciclo do ensino fundamental (5ª a 8ª série), enquanto outros 50% estudaram no mínimo até o ensino médio.

Outro dado interessante baseia-se no fato de que nenhum filho, dentre os familiares que moram ou trabalham nas propriedades, está incluso entre aqueles que nunca chegaram a frequentar a escola. Algumas pesquisas revelam que os filhos buscam a escolaridade porque almejam uma vida diferente dos pais e geralmente fica na propriedade o filho (a) com menor grau de escolaridade (MAIA, 2011; SANT'ANA et al., 2009).

Quanto à presença de rendas não agrícolas entre as famílias dos agricultores da Feira Coberta, foi constatado que 11 (79% do total) possuíam rendas exclusivamente agrícolas. Dentre os demais (60%) destes, a principal renda não agrícola provém de aposentadorias.

Em 03 famílias, pelo menos um dos membros desenvolve trabalho externo, e neste caso as ocupações citadas são a de pedreiro, funcionário público, auxiliar de serviços gerais, merendeira e confeitiro. Em nenhuma das famílias os filhos foram citados como responsáveis pela renda não agrícola, a maioria estuda e/ou auxilia nas atividades dentro da propriedade.

A utilização das rendas não agrícolas por parte dos agricultores pesquisados e suas famílias é um complemento à renda familiar e muitas vezes

passam a ser a principal fonte de renda. Neste caso, não se pode afirmar que o recurso às atividades não agrícolas é um caminho para proletarianização total e abandono da atividade agrícola.

Segundo Schineider (2007), embora as atividades não agrícolas deixem de ser complementares e passem a ser a principal fonte de

renda para algumas unidades familiares pluriativas, isso não significa necessariamente o abandono à atividade agrícola. As trajetórias possíveis de transformação social são múltiplas, e a escolha de permanecer, investir, ou sair da agricultura depende, entre outros fatores, das políticas públicas voltadas para esse segmento.

Verificou-se, que 79% dos agricultores entrevistados trabalham nas atuais propriedades há mais de 10 anos. 80% dos agricultores pesquisados possuem experiência na agricultura a pelo menos 30 anos. Quanto ao tamanho das áreas das propriedades dos agricultores pesquisados, essas possuem em média 40 hectares, sendo que a menor área é de 1,0 hectares e a maior de 200 hectares. Pode-se observar na Tabela 1, que mais da metade dos estabelecimentos possui áreas inferiores a 40 hectares e apenas 29% possuem áreas superiores a 40 hectares.

Tabela 1. Áreas das propriedades dos agricultores pesquisados.

Áreas (ha)	Nº de propriedades	(%)
Até 10	05	36
10,1 a 30	02	14
30,1 a 40	03	21
Acima de 40	04	29

No que diz respeito ao emprego de mão de obra de terceiros, 57% dos agricultores utilizam mão de obra terceirizada para auxiliar, nos diversos serviços dentro da propriedade tais como limpeza de pasto, confecção de cerca, colheita de frutos e serviços gerais, destes cerca de 50% contratam diaristas e 7% possuem pelo menos 1 empregado permanente e empregam também diaristas.

A infraestrutura das propriedades foi caracterizada por meio de levantamento das benfeitorias, máquinas e equipamentos presentes. Mais de 86% dos agricultores familiares possuem casa de alvenaria, 14% possuem casa de madeira. Entre as principais construções presentes nas propriedades, depois das casas de moradia, referem-se aos currais, citados por 50% dos entrevistados, o que condiz com a forte presença da pecuária na região.

Com relação às máquinas e equipamentos presentes aproximadamente 14% dos agricultores rurais possuem trator em suas propriedades, 28% triturador e equipamento de irrigação, 7,14% possuem ordenhadeira mecânica. Quanto aos veículos 71,4% dos agricultores possuem apenas um (moto ou carro) e cerca de 30% possuem mais de um veículo em suas propriedades, usados em sua maioria para atividades de lazer ou para o trabalho.

As principais fontes de água dos agricultores familiares pesquisados é o Rio das Mortes (50%), poço semi-artesiano (28,5%), poço-cacimba (14,3%) e açude (7,2%). Cerca 50% dos

agricultores tem como fonte de água aos animais a mesma consumida pelas famílias.

A avicultura é a principal exploração animal existente entre os produtores pesquisados da Feira Coberta, 11 agricultores possuem criação de aves, totalizando 1300 aves (Tabela 2), sendo que 02 destes comercializam a carne e 03 comercializam o excedente da produção de ovos, os demais destinam a produção para autoconsumo. Os produtores que exploram a criação também para a comercialização possuem em média 80 cabeças.

A bovinocultura, está presente em 7 propriedades, com um número médio de 23 cabeças por estabelecimento. A maioria das propriedades concentra, entre 3 e 20 cabeças de gado. Entre os 7 produtores que possuem gado leiteiro, em média cinco vacas estavam em lactação, no momento da pesquisa, número este inferior à média de vacas secas (10). Os motivos, para este grande número de matrizes não estar produzindo (o que não é desejável), estão relacionados ao fato de que as entrevistas foram realizadas durante o período seco e, dadas as condições climáticas e de manejo utilizado pelos agricultores, estes não conseguem manter a produção neste período. A sazonalidade da produção de leite é muito significativa dentre os produtores pesquisados: a média observada durante o período das águas é de 70 litros/dia, já no período seco a média é de 25 litros/dia. A produção de leite é destinada ao laticínio da cidade e também para auto-consumo.

A criação de suínos é expressiva por parte dos agricultores: 07 deles criam suínos em sua propriedade, dentre os agricultores que criam suínos, 04 destinam parte da criação à comercialização, além do auto-consumo. A média calculada, entre todos aqueles, que criam suínos é de 80 cabeças por produtor. A comercialização de suínos é realizada, na grande maioria dos casos, com açougues, diretamente ao consumidor (feira e/ou na propriedade) ou com outros produtores (para engorda).

As demais criações são menos frequentes, com relação aos ovinos apenas dois produtores mantêm tal criação voltada para o auto-consumo e

também comercialização. Já os peixes estão presentes em 1 propriedade, criados em tanques escavado, com aproximadamente 5000 cabeças, no entanto ainda, não alcançaram peso ideal e tamanho para comercialização.

No que diz respeito à exploração vegetal, ao se analisar o número de culturas estabelecidas por propriedade (Tabela 3), nota-se uma considerável diversidade na produção, tipicamente vista no cenário da agricultura familiar.

Cada propriedade possui em média 4 culturas, sendo que 36% dos agricultores entrevistados declararam cultivar, em suas áreas, 5 ou mais culturas e 64% até 4 culturas diferentes.

Tabela 2. Exploração Animal dos agricultores da feira coberta de Nova Xavantina - MT.

Animais Identificados	Nº de Produtores	Nº de cabeças
Aves	11	1300
Suínos	7	279
Bovinos	7	132
Peixe	1	5000
Ovinos	2	21

Tabela 3. Número de culturas presentes nas propriedades.

Nº de culturas	Nº de propriedades	%
2 a 4	9	64
5 a 7	4	29
Acima de 7	1	7

Entre as principais culturas presentes nas propriedades as frutíferas estão presentes em 100%, essas destinadas ao auto-consumo e parte para comercialização. Foram identificados: Banana, jaboticaba, maracujá, acerola, caju, manga, melancia, limão, laranja, coco, condessa, abacaxi, mamão, mexerica, inga e pequi, cerca de 57% dos agricultores vendem parte das frutas que colhem na feira municipal. Nota-se também a importância das culturas anuais ou olerícolas possíveis de serem cultivadas com menor utilização de insumos modernos e outras tecnologias menos sofisticadas que demandam investimentos específicos para implantação.

Quanto ao plantio de hortaliças 57,2% dos agricultores as cultivam em suas propriedades, grande parte deste cultivo é destinado a comercialização na feira e entregue também a domicílio. Entre as hortaliças destacam-se: alface, almeirão, couve, rúcula, cheiro verde, pimenta, pepino, jiló, quiabo e maxixe. Todos estes agricultores usam algum tipo de fertilizante químico em seus cultivos e em alguns casos (35%) empregam agrotóxicos no controle de pragas e doenças.

Concernente à pastagem, 57,2% dos agricultores possuem algum tipo de forrageira em sua propriedade, e a grande maioria dos agricultores utilizam braquiário, as áreas exploradas com pastagem são em média 20

hectares. Referente aos agricultores que fizeram financiamento cerca de 28,6% deles tiveram acesso ao crédito agrícola. Os valores dos financiamentos obtidos variam de 10.000,00 a 120.000,00 mil reais. Levando de seis meses até 10 anos para efetuar o pagamento dos financiamentos adquiridos. A forma de pagamento varia conforme o valor do crédito e sua finalidade. Os financiamentos tiveram diversas finalidades como: aquisição de implementos agrícolas, recuperação de pastagem, plantio de mandioca, de milho, soja, pupunha, abacaxi e mamão, além da aquisição de matrizes leiteiras.

A entidade concedente do crédito foi o Banco do Brasil via PRONAF. Já 71,4% dos agricultores não fizeram nenhum tipo de financiamento. Muitos destes agricultores afirmam, que o acesso ao crédito é extremamente burocrático demandando muito tempo, outros assumem uma posição conservadora optando por não fazer financiamento por receio de contrair dívidas.

Os produtos obtidos nas unidades familiares estudadas além de serem, destinados para comercialização na feira local são também entregues nos supermercados como é o caso das hortaliças, 28,5% dos agricultores entregam o leite no laticínio local. A carne suína e de frango semi-caipira, além da venda na feira, são entregues a domicílio e também em açougues.

Os produtores que realizam vendas diretas ao consumidor comercializam em média 4 produtos.

Cerca de 57% destes agricultores vendem entre um produto e três produtos, nota-se que 43% comercializam acima de 4 produtos. Os principais produtos comercializados na venda direta ao consumidor, consistem, sobretudo, nas hortaliças, com destaque para as folhosas (alface, chicória, almeirão, couve, rúcula e cheiro verde), comercializada por 8 produtores, o maxixe e a pimenta, comercializada por 4 agricultores e a mandioca, citada por 2 agricultores.

As formas/locais de comercialização citadas por agricultores que realizam vendas diretas ao consumidor revela a comercialização realizada na feira como a principal dentre os entrevistados. Os produtores ao mencionarem sua satisfação pela comercialização nas feiras destacam não apenas os aspectos econômicos, mas também, consideram a feira como recintos de formação de amizades/reencontro de amigos e trocas de experiências. Chegam a aproximar esta atividade como um momento de descontração, que mistura trabalho e lazer. Alguns também realizam a comercialização “de porta em porta” e supermercados.

Quanto a agregação de valor aos produtos comercializados na feira coberta municipal cerca de 6 dos agricultores pesquisados realizam algum tipo de processamento de ao menos um dos produtos que comercializa na feira. Dentre estes 5 agricultores realizam apenas processamento mínimo, ligado sobretudo à limpeza, corte e embalagem, em processos de agregação nos quais destacam-se a mandioca, frango, peixes e suínos. Apenas um agricultor agrega valor por meio de processos, que vão além do processamento mínimo, na confecção de lácteos (queijo, requeijão, doce de leite), bolos, bolachas, pães e farinha.

Foi identificado também o processamento de obtenção do pó de açafraão, onde se lava o açafraão corta-os em pedaços pequenos e os coloca para secar a pleno sol, quando estes estiverem secos são moídos e o pó acondicionado em litros de vidro. Quanto ao processo de agregação de valor, verificou-se que o processamento é realizado nas dependências da propriedade e em apenas um caso em local específico, construído para tal finalidade, mas todos operam como produtores rurais e não possuem microempresa específica para a produção e comercialização.

No que diz respeito à procedência da matéria-prima, todos os agricultores afirmaram que esta provém integralmente da propriedade. No caso dos peixes, estes são pescados pelos próprios produtores responsáveis pelo processamento. Em relação às embalagens utilizadas, verificou-se que 5 agricultores empregam embalagens plásticas, utiliza frascos de vidro reaproveitados. Apenas um dos entrevistados faz uso das etiquetas de identificação (com os dados de fabricação e validade do produto).

Na maioria dos casos os conhecimentos necessários aos processos de agregação foram transmitidos pelos pais (pai e/ou mãe). Nota-se,

então, a marca da tradição familiar nos processos de fabricação com base em receitas que, muitas vezes, resistem por gerações e, mesmo com algumas adaptações, seguem com suas origens impressas no fazer de cada produto. Após iniciar a fabricação e ou agregação de valor apenas um agricultor realizou curso para aprimoramento dos conhecimentos de técnicas de produção para incremento da elaboração de conservas, um agricultor fez curso via Sindicato Rural dos Trabalhadores de Nova Xavantina por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR.

A porcentagem da participação dos produtos com agregação de valor na renda total da família fica entre 30% a 100% da renda para os 6 agricultores que desenvolvem esse tipo de trabalho. Apenas um agricultor possui selo de qualidade de inspeção sanitária específica, este agricultor realiza limpeza e corte de mandioca. As pessoas que trabalham na agregação de valor aos produtos são os próprios agricultores com suas respectivas famílias, sem a utilização de mão de obra externa.

Dos 6 agricultores que realizam a agregação de valor aos produtos 4 deles relatam que os consumidores preferem seus produtos devido ao sabor e a higiene, sendo esta a marca garantida destes produtores rurais. Os agricultores ainda afirmam que seus produtos são bem aceitos, porque eles não utilizam nenhum conservante na elaboração e processamento de seus produtos.

Os agricultores afirmam que a principal vantagem deste tipo de comercialização é que o pagamento é feito a vista, sem contar que vendem mais devido a esta agregação de valor. Sem mencionar ainda, o “dinheirinho” extra que entra para começar a semana. Desta forma ressalta-se a relevância da agregação de valor realizada pelos agricultores familiares, pois existe uma crescente necessidade de atender uma demanda de mercado onde os consumidores desejam produtos cada vez mais processados em contra partida, estes alimentos devem ser naturais ou sem processamento químico elevado.

A realização deste tipo de processamento mínimo permite o agricultor atender seus clientes potenciais, e conseqüentemente fomenta a renda familiar, uma vez que a renda dos agricultores que não realizam nenhuma agregação de valor é inferior a daqueles agricultores que realizam este pratica. Os agricultores feirantes não veem maiores dificuldades nesta forma de comercialização, a não ser pelo transporte. Devido a distancia dos estabelecimentos rurais a cidade, muitos deles enfrentam dificuldades neste sentido, cerca de 60% dos agricultores pretendem ampliar suas fabricações com produtos diferenciados, os demais ainda não tem condições financeiras ou a idade já não permite manejar grandes produções. Outra dificuldade citada por 40% refere-se à fiscalização sanitária, que proíbem a venda de determinados produtos (principalmente leite cru, seus derivados e carnes), sem o selo de certificação, que para esses

agricultores é um custo elevado e não compensa os gastos com a produção.

Os agricultores sugeriram, o que os órgãos públicos poderiam fazer para minimizar as dificuldades que eles enfrentam. Foram citadas as seguintes melhorias: Fixar e reformar as bancas da feira (70%), Organizar e estruturar a feira municipal (15%), transporte para os agricultores que não possuem veículo próprio (5%), ajudar na legalização dos feirantes e liberar a comercialização de derivados do leite e carnes (10%).

É importante salientar a necessidade da criação de um conselho que atue junto ao poder municipal reivindicando e informando as dificuldades estruturais, organizacionais e comerciais, visando otimizar os serviços prestados por estes agricultores à comunidade Nova Xavantinense, bem como na promoção de melhorias que possam contribuir na comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar.

Foram entrevistados 14 consumidores, sendo que 8 compram dos produtores pesquisados. Os consumidores entrevistados possuem, em

média, 57 anos e 100% pertencem ao sexo masculino. Com relação às respectivas famílias, observou-se que, em média, esta é formada por três pessoas.

Com relação à escolaridade, verifica-se, que 9 dos consumidores entrevistados não frequentaram escola ou estudaram no máximo até a 8ª Série do Ensino Fundamental; 3 chegaram a cursar alguma série ou concluíram o Ensino Médio, enquanto aqueles que estudaram até o Ensino Superior apenas um dos consumidores foi identificado na presente pesquisa. Quanto à ocupação dos entrevistados (6) são aposentados, os demais exercem outras ocupações tais como: servidor público (1); pedreiro (2); mototaxista (1); auxiliar de serviços gerais (2) e engenheiro agrônomo (1) e apenas (1) não exerce atividade remunerada. No que tange à renda familiar, nota-se por meio da Tabela 4, que a maioria (8), possui renda de até 2 salários mínimos. Apenas seis dos consumidores entrevistados possuem renda familiar superior a 2 salários mínimos.

Tabela 4. Renda familiar dos consumidores da feira coberta de Nova Xavantina - MT.

Salários	Nº Consumidores
2 salários mínimos (1280,00)	8
2,0 a 5 salários mínimos (1280,00 a 3200,00)	3
5,1 a 10 salários mínimos (3264,00 a 6400,00)	3

Em relação aos produtos adquiridos na Feira a maioria (80%) dos consumidores entrevistados compra mais de um produto na feira, destes 100% vão à feira para comprar hortaliças em geral tais como: alface, rúcula, almeirão, couve, entre outras. Sendo que 50% desses consumidores compra carne branca (peixe e frango caipira) e vermelha (bovina e suína).

Quanto à compra de frutas foram identificados 7,14% dos consumidores realizam este tipo de compra, muitos afirmam que há pouca diversidade e baixa qualidade dos frutos. Cerca de 78,6% dos consumidores entrevistados gastam em média de 20,00 a 50,00 reais por semana na feira municipal. Já 14,2% dos entrevistados compram de

5,00 a 20,00 reais, enquanto que 7,2% gastam cerca de 50,00 a 100,00 por semana.

Quanto a periodicidade de compra, a maioria dos consumidores vão à feira uma vez por semana (8), (1) quinzenalmente e (1) mensalmente, estes afirmam que a baixa frequência é devido à falta de dinheiro ou tempo.

Em relação aos motivos de preferência da compra na feira coberta, a maioria (7) dos consumidores referem-se à qualidade dos produtos oferecidos, pois para estes os produtos são frescos, colhidos em sua maioria no dia, outros afirmam que compram na feira porque gostam do lugar (Tabela 5). O preço baixo, a não utilização de contaminantes nos cultivos e a higiene foram outros fatores citados pelos consumidores avaliados.

Tabela 5. Preferência de compra na feira coberta de Nova Xavantina - MT.

Motivos	Nº Consumidores
Qualidade	7
Gostam do lugar	3
Baixos preços	1
Não utilização de contaminantes	1
Falta de durante a semana	1
Higiene	1

Os consumidores pesquisados na feira frequentam este ambiente entre 5 a 20 anos, segundo alguns deles, porque se sentem bem e

podem adquirir produtos livres de contaminantes, com qualidade e baixos preços. A feira representa um ambiente para o convívio familiar, para rever

amigos e construir novas amizades. Os consumidores em sua maioria (8) compram produtos de mais de agricultor, por já conhecerem, por afinidade ou grau de parentesco, estes fatores determinam a compra dos produtos em bancas específicas e trás vantagens a ambas as partes.

Referente à como os consumidores pesquisados tomaram conhecimento sobre a feira local, 42,8% dos destes frequentam a feira desde sua inauguração. Os outros 57,2% dos entrevistados ficaram sabendo da existência da feira através de amigos ou andando pela rua e 100% dos consumidores entrevistados além da feira realizam a compra de frutas e verduras em outros locais como: supermercado, hortas e mercearias.

Conclusion

A análise dos resultados da pesquisa permite traçar um perfil aproximado dos agricultores e as famílias envolvidas com a comercialização na área da Feira da Coberta do município de Nova Xavantina – MT. A maioria desses possui idade relativamente avançada para o trabalho na agricultura, baixa escolaridade, utiliza basicamente mão de obra familiar, com predominância do trabalho do casal e complementa o orçamento familiar com algum tipo de renda não agrícola, particularmente a aposentadoria. As áreas dos estabelecimentos variam entre 1 a 200 hectares e todos os agricultores pesquisados possuem experiência anterior de trabalho na agricultura.

A produção animal principal é a avicultura, em relação à produção vegetal há grande diversidade de exploração com predominância das frutíferas, seguidas das hortaliças e pastagens. Entre os produtores que realizam a comercialização de seus produtos na Feira coberta do município, estes comercializam até três produtos diferentes e a agregação de valor a esses produtos é uma estratégia importante no aumento da comercialização, e em consequência na renda do produtor. A análise do conjunto dos resultados da pesquisa permite verificar que, apesar de diversas precariedades, ligadas a produção e transformação dos produtos, a comercialização direta ao consumidor (por meio da Feira) é muito importante para a geração de uma renda monetária mensal significativa para as famílias.

Cabe destacar que embora vários produtores e a própria pesquisa tenham identificado dificuldades relativas à produção, como a sazonalidade, os produtores e os consumidores também destacaram como motivo que contribuem para suas vendas/compras (respectivamente), aspectos da qualidade dos produtos que estão relacionados à proximidade do local de produção (produtos frescos) e com a produção stricto sensu (produto natural, sem ou com menos agrotóxicos, sem conservantes).

Pela presente pesquisa pode-se verificar que a Feira Coberta é um espaço importante de convivência, comércio e consumo, no entanto, ainda esse local é pouco apreciado pela população e produtores. A falta de infraestrutura e a rigidez da

fiscalização não trazem atrativos aos diversos agricultores familiares do município e isto reflete diretamente na comercialização e aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar, setor importante em termos de desenvolvimento econômico e social. Desta forma, políticas públicas voltadas para a produção, consumo e comercialização são imprescindíveis para uma maior inserção dos agricultores familiares do município de Nova Xavantina e região.

Referências

GUANZIROLI, C. E. Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. p. 284

LAMARCHE, H. A agricultura familiar: uma realidade multiforme. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993, p. 336

MAIA, A. H. Vivências e projetos das jovens rurais: um olhar sob a condição de mulher na agricultura familiar e a relação com suas estratégias de vida. 2011. 180f. Dissertação (Mestrado em Agronomia) – Faculdade de Engenharia, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2011.

SANT'ANA, A. L. SILVA, F.C.; MAIA, A. H.; KOGA, P.S.L.; MONTENESE, V.S. Estratégias diferenciadas de produção e comercialização dos produtores familiares no noroeste do Estado de São Paulo. Ilha Solteira. Relatório de Pesquisa, Cnpq, 2009. 103 p.

SCHNEIDER, S. A contribuição da pluriatividade para as políticas públicas de desenvolvimento rural: um olhar a partir do Brasil. In: ARCE, Alberto. (forthcoming), Ed. Flacso, 2007.

SESAN, G. Questão social e políticas sociais no Brasil contemporâneo. 2.ed. Brasília: IPEA, 2007, p. 100.

WANDERLEY, M. N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: TEDESCO, J. C. (Org.) Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. p. 23-56.