

CARACTERIZAÇÃO DOS VENDEDORES DE HORTALIÇAS DA FEIRA DE POMBAL-PB

Débora Samara Oliveira e Silva

UFCG/CCTA/UAGRA, CP-26, Rua Prefeito Jairo Vieira Feitosa, S/N, Bairro dos Pereiros, 58.840-000, Pombal-PB,

E-mail: debora_samara2008@hotmail.com

Caciana Cavalcanti Costa

Professora da UFCG/CCTA/UAGRA, Rua Prefeito Jairo Vieira Feitosa, S/N, Bairro dos Pereiros,

E-mail: costacc@ccta.ufcg.edu.br

RESUMO – O agronegócio de hortaliças é um ramo da economia agrícola que possibilita a geração de grande número de empregos, sobretudo no setor primário, devido à elevada exigência de mão-de-obra desde a semeadura até a comercialização. O comerciante é um elemento fundamental na comercialização. Neste processo, é desejável e viável a eficiência do sistema, resultando na redução do número de intermediários atuando entre o olericultor e o consumidor. As hortaliças são normalmente comercializadas em mercados informais por meio de atravessadores, feiras livres, quitandas mercadinho, supermercados e uma pequena parcela são vendidas diretamente do produtor. A feira livre oferece a possibilidade do consumidor comparar preços entre diferentes comerciantes da mesma mercadoria a pequenas distancias, contrário ao que acontece entre supermercados, por ficarem distantes uns dos outros. O presente trabalho teve por objetivo realizar um levantamento de informações sobre o perfil dos feirantes, além dos aspectos relacionados à comercialização e venda de produtos olerícolas na feira livre da cidade de Pombal – PB. A metodologia utilizada foi através da aplicação de questionários, no período compreendido entre setembro e outubro de 2008. Foi constatado que há uma grande participação de pessoas da zona rural (129 pessoas) na composição dos feirantes do município de Pombal – PB. Os feirantes, em sua maioria, são homens, com idade média entre 31 a 45 anos; A receita individual do feirante ultrapassa o salário mínimo, no entanto, cerca de 47% suplementam sua renda com outras fontes. As espécies de hortaliças mais comercializadas pelos feirantes são: cebola, coentro, pimentão, tomate, batata, alface, cebolinha e cenoura. Dos feirantes, 50% adquirem os produtos na CEASA (Patos – PB) e a outra metade é produzida pelos mesmos.

Palavras Chave: olericultura, mercado, comercialização.

CHARACTERIZATION OF THE TRADER OF VEGETABLES IN THE OPEN MARKET OF POMBAL-PB

ABSTRACT – Agribusiness vegetables is a branch of agricultural economy that makes the creation of many jobs, especially in the primary sector due to high demand of manpower from planting to marketing. The trader is a key element in marketing. This process is both desirable and feasible system efficiency, resulting in reducing the number of intermediaries acting between the grower and consumer. The vegetables are usually sold in informal markets through middlemen, free markets, grocery shop, supermarket and a small portion is sold directly from producer. The street fair offers the possibility of the consumer to compare prices between different dealers of the same commodity for small distances, contrary to what happens between supermarkets, for staying away from each other. This study aimed to conduct a survey of information on the profile of the fair, and aspects related to marketing and sale of vegetables at the fair free of the town of Pombal - pb. The used methodology was through the application of questionnaires, in the period understood between september and october of 2008. It was verified that there is a great (129 people) participation of trader of the rural zone in the merchants' composition of the municipal of Pombal. The merchants, in your majority, are men, with medium age among 31 to 45 years: the merchant's individual revenue surpasses the minimum salary; however, about 47% supplement their income with other sources. The species of vegetables more commercialized for the merchants are: onion, cilantro, bell pepper, tomato, potato, lettuce, green onion and carrot. Of the merchants, 50% acquire the products in ceasa (Patos - PB) and the other half is produced by the same ones.

Key words: horticulture, market, commercialization.

INTRODUÇÃO

Observada como instituição destinada à troca comercial, a feira tem sua origem relacionada ao renascimento da atividade comercial na passagem da idade média para a idade moderna. Para muitos autores, dois elementos foram determinantes para o renascimento comercial neste momento, são eles a construção de cidades e o surgimento de atividades ditas civilizadoras. Porém, autores como Mumdorf (2004) mostram que o fator principal para isto foi à formação de excedentes de produtos rurais e de população para que pudesse proporcionar ao comércio as riquezas necessárias para sua expansão.

O agronegócio de hortaliças é um ramo da economia agrícola que possibilita a geração de grande número de empregos, sobretudo no setor primário, devido à elevada exigência de mão-de-obra desde a semeadura até a comercialização (FILGUEIRA, 2008). O conhecimento do canal de comercialização e a postura cooperativa baseada na transparente relação entre cada elo da cadeia, conforme as características do produto e do mercado servem de ferramenta para melhor organização do contexto mediante, por exemplo, a entrega do produto no lugar adequado, no momento certo, na forma e quantidade desejadas (BUENO *et al.*, 1999; FAGUNDES & YAMANISHI, 2002; SILVA *et al.*, 2003).

O comerciante é um elemento fundamental na comercialização, porém é desejável e viável a eficiência do sistema, resultando na redução do número de intermediários individuais atuando entre o olericultor e o consumidor. Isso pode ser alcançado com organizações alternativas a serviço dos produtores. Geralmente, no Brasil, o agricultor vende a sua produção a um atacadista, que, por sua vez, o comercializa (LUENGO & JUNQUEIRA, 1999).

As hortaliças são normalmente comercializadas em mercados informais por meio de atravessadores, feiras livres, quitandas mercadinho, supermercados, e uma pequena parcela são vendidas diretamente do produtor (Fontes, 2005). As feiras livres têm ganhado destaque para a comercialização de produtos provenientes da agricultura familiar, em relação ao varejo tradicional por apresentar uma relação mais estreita com o consumidor e uma rentabilidade dos produtos comercializados.

Santos (2005) acrescenta que a feira livre oferece a possibilidade do consumidor comparar preços entre diferentes comerciantes da mesma mercadoria a pequenas distancias, contrário ao que acontece entre supermercados, por ficarem distantes uns dos outros. Tal fato dificulta a pesquisa de preços ou a torna inviável para o consumidor. Assim, a feira livre acaba competindo com o supermercado, porque oferece preços mais acessíveis, e isso agrada ao consumidor.

Capistrano *et al.* (2004) valorizam o caráter supletivo de abastecimento das feiras e relatam que as

mesmas são frequentadas, na sua maioria, pela parcela da população que já possui hábito de ir à feira, como donas-de-casa e idosos, que possuem tempo disponível ou que não possuem veículos próprios.

A partir deste contexto, este trabalho teve por objetivo realizar um levantamento de informações e traçar o perfil dos feirantes, além de aspectos relacionados à comercialização e venda de produtos olerícolas na feira livre da cidade de Pombal – PB.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada na cidade de Pombal localizada no Sertão Paraibano, localizado à uma altitude de 184 metros e sob as coordenadas: latitude 06° 46' Sul e longitude 37° 48' Oeste. Segundo o IBGE (2007) a população da cidade é de 31.524 habitantes. A metodologia utilizada foi mediante a visitação “in loco” a feira do Município, no período compreendido entre setembro e outubro de 2008, para avaliar a comercialização de hortaliças na feira-livre, através da aplicação de questionários aos feirantes, seguindo a metodologia de Ribeiro (2007).

De acordo com o levantamento, verificamos que a feira do município de Pombal consta com aproximadamente 83 barracas. Foram aplicados 30 questionários, uma vez que se trata de uma amostra representativa, pois não há documentos, nem pesquisas, que aponte o número exato de feirantes do município. Apontamos aspectos como: informações pessoais do feirante; dados sobre a feira e feirante; sistema de produção; a feira; preços; vendas e rendas; organização da feira. Após as entrevistas foi realizado o levantamento dos dados obtidos; estes foram analisados, realizando o agrupamento, considerando as variáveis acima, possibilitando assim, aproximar indivíduos ou variáveis numéricas em conjuntos de dados, expressos em porcentagem, traçando o perfil do feirante e o diagnóstico da venda de hortaliças.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos questionários demonstrou que há uma grande participação de pessoas da zona rural na composição dos feirantes do Município de Pombal. As famílias destes feirantes rurais possuem em média 4,3 membros, assim a população rural envolvida na feira de Pombal atinge um total de 129 pessoas, que corresponde a 1,79 % da população rural do Município (Tabela 1). Ou seja, uma pequena parte da população rural local retira uma parcela do sustento familiar pela venda de seus produtos na feira. Segundo Ribeiro *et al.* (2006), as feiras livres cumprem um papel importante na geração de ocupação rural. Como a produção agrícola é diversificada e não integrada, os produtores rurais encontram seus

melhores mercados consumidores nos centros urbanos. Considerando o salário mínimo de R\$ 415,00, o número de entrevistados e a receita do feirante por mês (R\$), constatou-se que a receita individual do feirante ultrapassa o salário mínimo estipulado (Tabela 2) e a renda total mensal de todos os feirantes entrevistados foi de R\$ 17.541,00, sendo assim, podemos perceber a importância da feira na formação dos rendimentos dos feirantes.

Estudos realizados por Ribeiro *et al.* (2006), em municípios do Semi-árido Mineiro, quando considerada a renda não-monetária, a receita gerada pela comercialização era de aproximadamente 43% da renda total da família do feirante. No entanto, ao excluir a renda não monetária deste cálculo, verificou-se que a participação da renda oriunda da feira superava a metade dos rendimentos mensais totais.

Tabela 1. Total de feirantes e total de membros por família, oriundos da população rural do município de Pombal.

Número médio de membros por família	População rural envolvida na feira	Famílias feirantes na população rural (%)
4,3	129	1,79

Tabela 2. Receita média, renda total e salários mínimos equivalentes dos feirantes entrevistados.

Receita individual mensal do feirante (R\$)	Renda total mensal dos feirantes entrevistados (R\$)	Salários mínimos equivalentes por feirante
584,70	17.541,00	1,4

Os chefes das famílias feirantes, em sua maioria, são homens com idade média entre 31 a 45 anos correspondendo a um percentual de 50%, os feirantes, que possuem idade de 46 a 60 anos, chegaram a atingir uma percentagem de 27%; para aqueles de idade acima de 60

anos constatou-se 7%, enquanto que, os feirantes com menos de 30 anos representam um percentual de 17%. Isso implica dizer que, os feirantes mais idosos, tende a reduzir, ao passo que, há um aumento do feirante jovem na feira livre do município de Pombal (Tabela 3).

Tabela 3. Faixa etária dos feirantes entrevistados na feira livre de Pombal

Faixa etária dos feirantes	Porcentagem de ocorrência
Menos de 30	17
De 30 a 45	50
De 46 a 60	27
Acima de 60	06

A Figura 1 apresenta os itens de compra, que o feirante faz nos dias de feira. Essas compras revelam uma demanda por abastecimento doméstico (AD), tais como alimentos; bens de consumo Pessoal-BCP (roupas, sapatos e produtos de higiene pessoal e insumos para a sua produção-IP). Dos entrevistados 80% compram AD; 23,3% BCP e 20% também compram IP. O gasto da renda dos feirantes no dia da feira, no próprio local que negociam mostra uma relação de troca entre a cidade e o campo. Estudos realizados por Ribeiro *et al.* (2006), em feiras livres do Vale do Jequitinhonha, constatou que as

famílias do campo se beneficiam com as trocas realizadas nas feiras livres porque nestes espaços conseguem ofertar seus produtos. Os feirantes vendem seus produtos à vista e a receita auferida com a comercialização, combinada com outras rendas provenientes de outras fontes (aposentadorias, bolsa-família, migração sazonal, entre outras), transformam-se em consumo de bens e serviços na cidade. Desta forma os ganhos das famílias feirantes são transferidos semanalmente para os comerciantes e neste processo de circulação de riquezas há geração de postos de trabalho e de renda.

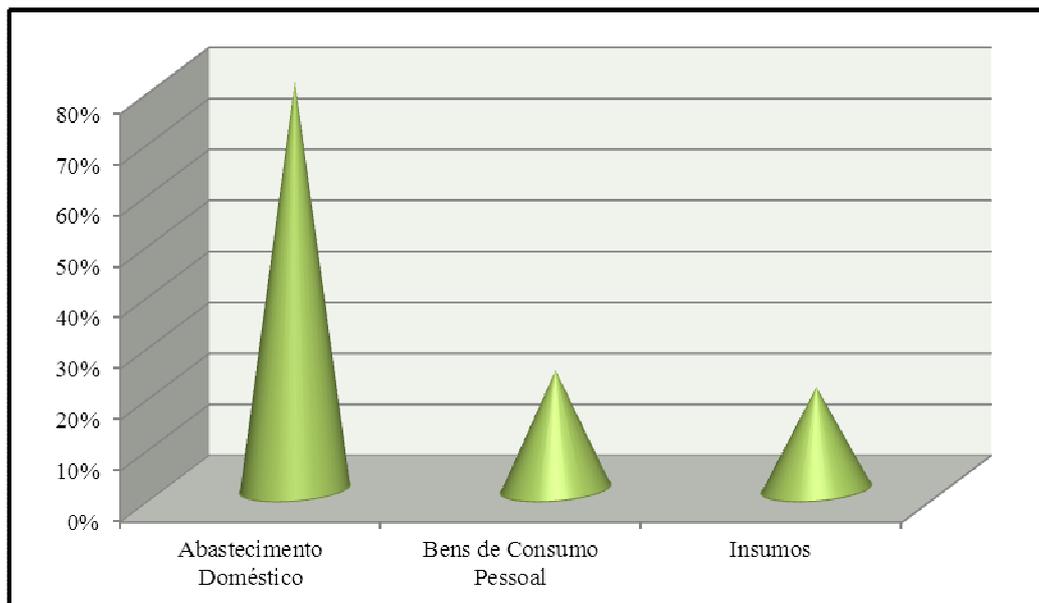


Figura 1. Principais itens comprados pelos feirantes nos dias de feira e seus respectivos percentuais

A Figura 2 apresenta a composição da renda extra dos feirantes no Município de Pombal - PB, onde a aposentadoria suplementa a renda familiar de 34% dos feirantes, ainda é necessário observar que a receita originária de outras atividades também está presente na formação da renda de alguns feirantes (13%). Entretanto, foi observado que a maioria sobrevive com apenas a receita das vendas nas feiras, este número atingem uma

média de 53% dos feirantes, o que deixa evidente que esta sendo uma vantagem para entrevistados, comercializar na feira livre de Pombal. Silva *et al.* (2007) analisando a comercialização de produtos agrícolas orgânicos como fator de inclusão social e econômica, revela que 5% dos participantes do assentamento Chico Mendes, possuíam algum tipo de renda extra-trabalho, principalmente oriunda de aposentadorias

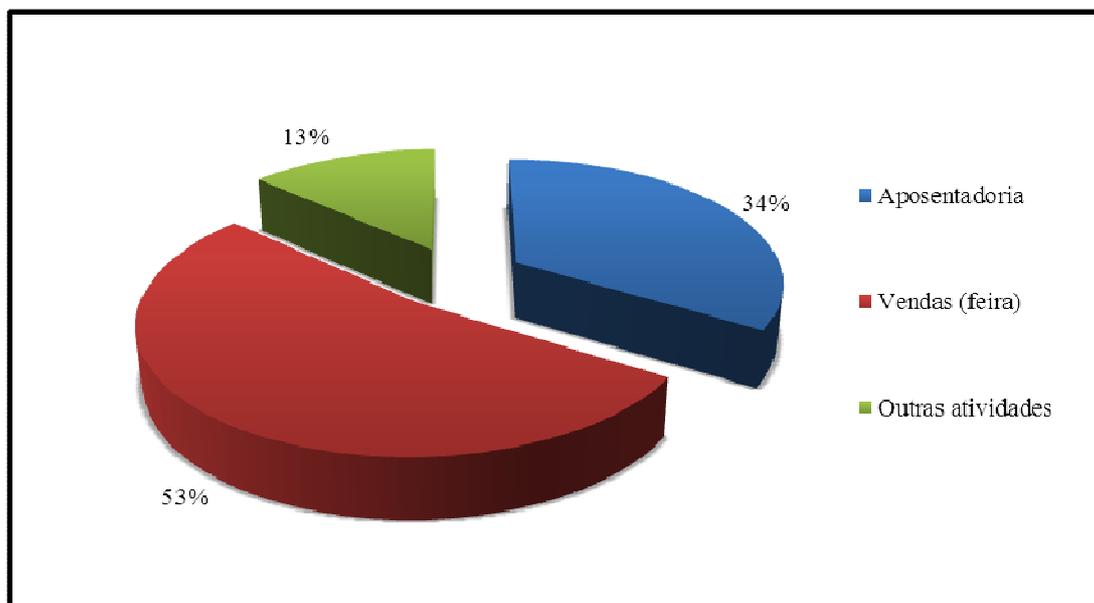


Figura 2. Composição da renda extra dos feirantes entrevistados

Quando as espécies de hortaliças vendidas pelos feirantes (Figura 3), destacou-se a cebola como sendo

comercializada por cerca de 50% dos feirantes (Grupo 1), em seguida está o coentro (46%), pimentão (46%), tomate

(46%), e batata (46%), (Grupo 2); depois vem a alface (43%), cebolinha (43%) e cenoura (43%) (Grupo 3), seguidos dos grupos 4 (Chuchu-33,4%), 5 (Melão-30%), 6 (Pimenta de cheiro-26,67%), 7 (Jerimum, pepino e melancia, por 13,34%), 8 (Batata-doce, beterraba e repolho por 10%), 9 (Couve-folha e alho por 6,7%) e 10 (Maxixe, abobrinha e morango por 3,33%). Durante as entrevistas também ficou constado que 50% dos feirantes

que comercializam produtos olerícolas os adquirem na CEASA de Patos – PB e a outra metade comercializam seus próprios produtos, que geralmente são as folhosas. De acordo com Costa *et al.* (2008), na Várzea Comprida dos Oliveiras, uma das principais áreas produtoras de hortaliças de Pombal, a maioria das espécies cultivadas são: alface, coentro e cebolinha.

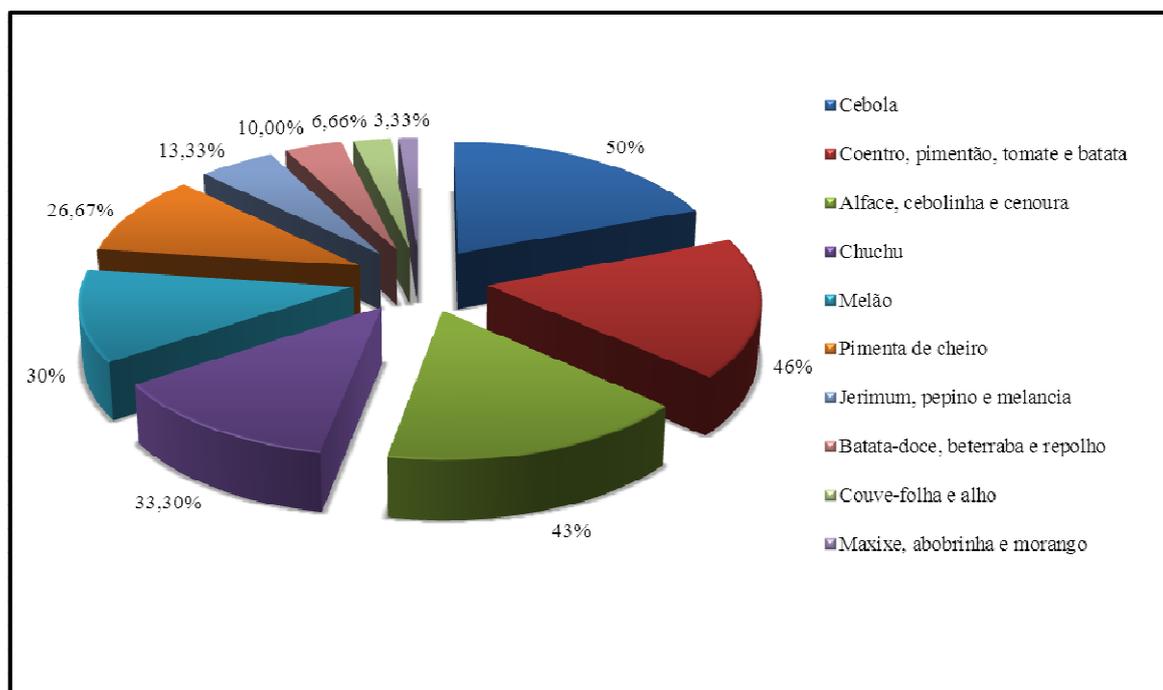


Figura 3. Principais espécies de hortaliças vendidas pelos feirantes

CONCLUSÃO

Grande parte dos feirantes de hortaliças do município de Pombal são homens da zona Rural, com idade média entre 31 a 45 anos.

A receita individual do feirante ultrapassa o salário mínimo da atualidade, no entanto cerca de 47%, suplementam sua renda com outras fontes;

REFERÊNCIAS

BUENO, C.R.; REIS, R.P.; SOUZA, M. Estudo mercadológico da sazonalidade de frutos cítricos ofertados no município de Lavras. **Ciência e Agrotecnologia**. Minas Gerais, v. 23, p.823-824. 1999.

Dentre as espécies de hortaliça mais comercializadas pelos feirantes estão a cebola, o coentro, o pimentão, o tomate, a batata, a alface, a cebolinha e a cenoura.

Dos feirantes, 50% adquirem os produtos na CEASA (Patos – PB) e a outra metade são os próprios produtores.

COSTA, C.C.; GAMA, K.V.M.F.; SOARES, R.F.; ARAÚJO, E. Produção de hortaliças por agricultores familiares em áreas ribeirinha do Rio Piranhas, Pombal - PB. In: 48º Congresso Brasileiro de Olericultura, 48, **Anais...** Maringá: ABH. 2008.

FAGUNDES, G.R.; YAMANISHI, O.K. Estudo da comercialização do mamão em Brasília-DF, **Revista**

Brasileira de Fruticultura, Brasília, v. 24, p.91-95. 2002.

FILGUEIRA, F.A.R. **Manual de olericultura. Agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. Viçosa: UFV. 2 ed. 2008, 421 p.

FONTES, P.C.R. **Olericultura: teoria e prática**. Viçosa: UFV. 2005, 486p.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem da População 2007, Pombal-PB**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 10 out. 2008.

LUENGO, R.F.A; JUNQUEIRA, A.H. 1999. **Distribuição de Hortaliças no Brasil. Brasília: Embrapa Hortaliças**. 8p. (Circular Técnica 16).

RIBEIRO, E.D.; CASTRO, B.S.; ARAÚJO, D.P.; GALIZONI, F.M.; AYRES, E.B.; FREITAS, C.S.; PINTO, A.L.M.; SILVESTRE, L.H. 2006. **Mercados urbanos de cidades rurais: Ação pública, comércio, receitas e consumo em feiras livres do Jequitinhonha**. Disponível em http://www.cedeplar.ufmg.br/seminarios/se-minario_diamantina/2006/D06A091.pdf. Acesso em: 11 out. 2008.

RIBEIRO, E.M. 2007. **Feiras do Jequitinhonha. Mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no Semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza. 246 p.

SILVA, C.S.; PEROSA, J.M.Y.; RUA, P.S.; ABREU, C.L.M.; PÂNTANO, S.C.; VIEIRA, C.R.Y.I.; BRIZOLA, R.M.O. 2003. Avaliação econômica das perdas de banana no mercado varejista: um estudo de caso. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 25, 229-234.

SILVA, A.M.N; ALBUQUERQUE, J.L.; FILHO, D.S.; SILVA, E.S.; NASCIMENTO, R.P.L. 2007. **Comercialização de Produtos Agrícolas Orgânicos como Fator de Inclusão Social e Econômica**. Disponível em <http://www.sober.org.br/palestra/9/946.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2008.

Recebido em 01/08/2010

Aceito em 20/12/2010