



**ANÁLISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA (MANIPULAÇÃO,  
ARMAZENAMENTO E EXPOSIÇÃO) PARA COMERCIALIZAÇÃO DE  
HORTIFRUTIGRANJEIROS NA FEIRA LIVRE CORONEL TEIXEIRA  
(FEIRA DA BANANA) NO MUNICÍPIO DE MANAUS**

**Ericson dos Santos Olímpio**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Processos – Mestrado Profissional, PPGEP/ITEC, da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Processos.

Orientador: José Antônio da Silva Souza

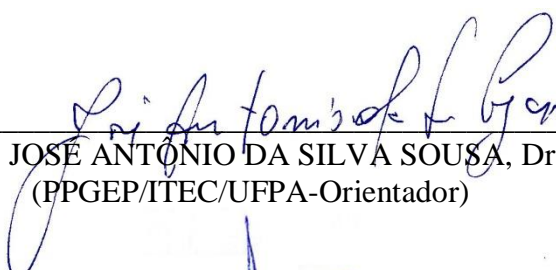
Belém  
Maio de 2019

**ANÁLISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA (MANIPULAÇÃO,  
ARMAZENAMENTO E EXPOSIÇÃO) PARA COMERCIALIZAÇÃO DE  
HORTIFRUTIGRANJEIROS NA FEIRA LIVRE CORONEL TEIXEIRA  
(FEIRA DA BANANA) NO MUNICÍPIO DE MANAUS**

Ericson dos Santos Olímpio

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO PROGRAMA DE  
PÓSGRADUAÇÃO EM ENGENHARIA PROCESSOS – MESTRADO  
PROFISSIONAL (PPGEP/ITEC) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO  
GRAU DE MESTRE EM ENGENHARIA DE PROCESSOS.

Examinada por:



---

Prof. JOSÉ ANTÔNIO DA SILVA SOUSA, Dr.  
(PPGEP/ITEC/UFPA-Orientador)



---

Prof. EDINALDO JOSÉ DE SOUZA CUNHA, Dr.  
(PPGEP/ITEC/UFPA-Membro)



---

Prof. NADIME MUSTAFA MOARES, Dra.  
(UEA – Membro)

BELÉM, PA - BRASIL

MAIO DE 2019

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)  
Sistema de Bibliotecas da UFPA**

---

Olímpio, Ericson dos Santos, 1987-  
Análise do processo de logística (manipulação,  
armazenamento e exposição) para comercialização de  
hortifrutigranjeiros na feira livre Coronel Teixeira (Feira  
da Banana) no município de Manaus / Ericson dos Santos  
Olímpio - 2019.

Orientador: José Antonio da Silva Souza

Dissertação (Mestrado Profissional) - Universidade Federal  
do Pará. Instituto de Tecnologia. Programa de Pós-Graduação  
em Engenharia de Processos, 2019.

1. Engenharia de produção 2. Logística 3. Feiras livres-  
Manaus (AM) 4. Banana-Comercialização 5. Produtos agrícolas-  
Armazenamento I. Título

CDD 23. ed. - 658.51

---

*Dedico este trabalho primeiramente ao Amado Senhor, o Alfa e o Ômega, Aquele que tem o controle de tudo, a minha amada família, aos meus queridos amigos e a todos que tem contribuído para meu aprendizado e crescimento.*

## AGRADECIMENTOS

Sou de incomensurável gratidão ao Senhor Deus, o único que merece glória e honra, onde transfiro para Ele esta vitória, pois tudo vem Dele, sou grato pelo privilégio de poder prosseguir e vencer.

Ao meu orientador, pelo acompanhamento durante as pesquisas experimentais e pela assistência na elaboração desta dissertação e, principalmente pela paciência.

Aos professores e colegas do PPGE/UFPA e ao ITEGAM (Jandecy e Teresa), pelo privilégio de fazer parte de algo tão grande.

À minha querida mãe, Raimundinha Santos, que muito tem me amado e ensinado, à minha linda esposa Marília Olímpio, que com muita paciência tem me impulsionado a ser uma pessoa melhor, à minha amada filha, Mayme Olímpio, que é o amor de nossas vidas, aos meus pastores, Ivan Barros e Sandra Barros, que cuidam com muito zelo de nossa vida espiritual.

Agradeço muito ao meu grande amigo e mestre Edson Alves pela amizade, dedicação e companheirismo.

Agradeço a todos meus professores que ao longo de minha vida tanto me ensinaram.

E por fim, a todos que tem me incentivado a ser alguém

A todos vocês...

Muito obrigado!

*“Se não puder voar, corra! Se não puder  
correr, ande! Se não puder andar, rasteje!  
Desistir, nunca! ”*

(Martin Luther King Jr.)

Resumo da Dissertação apresentada ao PPGEP/UFPA como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Processos (M. Eng.)

**ANÁLISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA (MANIPULAÇÃO,  
ARMAZENAMENTO E EXPOSIÇÃO) PARA COMERCIALIZAÇÃO DE  
HORTIFRUTIGRANJEIROS NA FEIRA LIVRE CORONEL TEIXEIRA  
(FEIRA DA BANANA) NO MUNICÍPIO DE MANAUS**

**Ericson dos Santos Olímpio**

Maio/2019

Orientador: José Antônio da Silva Souza

Área de Concentração: Engenharia de Processos

Sabe-se que as transformações no espaço e no mundo surgem a partir de processos de produção, desenvolvimento e comercialização nos lugares onde se vive. Neste contexto, as feiras são consideradas fontes de produção, transformação e turismo, visando isso se elaborou este projeto de pesquisa com o tema “Analisar o processo de logística (manipulação, armazenamento e exposição) para comercialização de hortifrutigranjeiros na Feira da Banana em Manaus”. Assim, objetivou-se identificar os fatores legais preponderantes que influenciam na comercialização na feira propriamente dita, buscando se esses fatores estão atendendo os feirantes, por seguinte, descrever o processo do transporte e do armazenamento dos produtos destinadas ao abastecimento da feira e propor ações de melhorias para melhor viabilizar a comunicação entre fornecedor, feirante e cliente final, tendo para isso a criação de aplicativo interativo. Sendo possível perceber que existe a necessidade de melhoria dos formatos e adequação dos transportes utilizados no processo comercialização dos produtos. Também ficou perceptível que devido ao transporte inadequado e as condições precárias das rodovias 30% dos hortifrutigranjeiros são descartados, em virtude da sensibilidade dos produtos, gerando prejuízo na receita dos feirantes e uma perda considerável em toda a cadeia produtiva.

Abstract of Dissertation presented to PPGE/UFPA as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master in Process Engineering (M. Eng.)

**ANALYSIS OF THE LOGISTICS PROCESS (HANDLING, STORAGE AND EXPOSURE) FOR THE COMMERCIALIZATION OF HORTIFRUTIGRANJEIROS IN THE FAIR CORONEL TEIXEIRA (FAIR OF THE BANANA) IN THE MUNICIPALITY OF MANAUS**

**Ericson dos Santos Olímpio**

May/2019

Advisor: José Antônio Silva Souza

Research Area: Process Engineering

Transformations in space and in the world are known to arise from processes of production, development and commercialization in the places where they live. In this context, the fairs are considered sources of production, processing and tourism, so this research project was elaborated with the theme “Analyze the logistics process (handling, storage and exposure) for marketing of fruit and vegetables at the Banana Fair in Manaus”. Thus, the objective was to identify the preponderant legal factors that influence the marketing in the fair itself, seeking if these factors are attending the fair, to describe the process of transportation and storage of products destined to supply the fair and to propose actions of Improvements to better facilitate communication between supplier, marketer and end customer, having for this the creation of interactive application. It is possible to realize that there is a need to improve the formats and adequacy of transport used in the marketing process of products. It was also noticeable that due to inadequate transportation and poor road conditions, 30% of the produce is discarded due to the sensitivity of the products, resulting in a loss in marketers' revenue and a considerable loss in the entire production chain.



## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
1.1 - MOTIVAÇÃO.....	1
1.2 - OBJETIVOS.....	3
<b>1.2.1 - Objetivo geral.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.2 - Objetivos específicos.....</b>	<b>3</b>
1.3 - ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	3
1.4 - JUSTIFICATIVA.....	4
1.5 - PROBLEMA E HIPÓTESE DA PESQUISA.....	4
<b>CAPÍTULO 2 - REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>8</b>
2.1 - AS FEIRAS LIVRES NUMA PERSPECTIVA HISTORICA: DA ORIGEM AOS DIAS ATUAIS.....	8
2.2 - AS FEIRAS LIVRES NO BRASIL.....	10
2.3 - AS FEIRAS EM MANAUS.....	12
2.4 - INDÚSTRIAS: IMPORTANCIA E FINALIDADE – FRUTAS E LEGUMES.....	14
2.5 - AS FEIRAS LIVRES E O SEU POTENCIAL PARA O TURISMO CULTURAL.....	19
2.6 - ENTRE O CAMPO E A CIDADE: A FEIRA.....	24
2.7 - A GESTAO DE PESSOAS; OS PROCESSOS E A QUALIDADE NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS NAS FEIRAS LIVRES.....	30
2.8 - MODAIS DE TRANSPORTE AÉREO, RODOVIÁRIO E FLÚVIAL E SUA IMPORTÂNCIA PARA AGRICULTORES REGIÃO AMAZÔNICA.....	36
2.9 - LEI Nº 123 - ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO DOS MERCADOS E FEIRAS NO MUNICÍPIO DE MANAUS.....	41
2.10 - A FEIRA DA BANANA.....	42
<b>CAPÍTULO 3 - MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>43</b>
3.1 - METODOLOGIA.....	43
<b>3.1.1 - Organização dos produtos dentro da feira.....</b>	<b>45</b>
<b>CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>47</b>
4.1 - ANÁLISE DOS DADOS.....	47
<b>CAPÍTULO 5 - CONCLUSÕES E SUGESTÕES.....</b>	<b>54</b>

5.1 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
5.2 - PROPOSTA.....	55
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXO I - QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>61</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1	Organização da Feira.....	42
Figura 3.1	Organograma da metodologia .....	43
Figura 3.2	Organização dos produtos.....	46
Figura 3.3	Organização dos produtos.....	46
Figura 4.1	Idade dos entrevistados.....	47
Figura 4.2	Tempo de profissão.....	48
Figura 4.3	Índice de satisfação.....	48
Figura 4.4	Dificuldades da profissão.....	49
Figura 4.5	Fornecedores.....	49
Figura 4.6	Consumidores.....	50
Figura 4.7	Transporte.....	50
Figura 4.8	(%) Transporte.....	51
Figura 4.9	Destino dos produtos.....	51
Figura 4.10	Transporte é adequado?.....	52
Figura 4.11	Destino dos rejeitos.....	53
Figura 5.1	Interfaces do aplicativo.....	56

## LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1	Informações dos produtos.....	20
------------	-------------------------------	----

## NOMENCLATURA

ABNT	ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS
ANVISA	AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA
FVS	FUNDAÇÃO DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO ESTADO DO AMAZONAS
IBGE	INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA
NBR	NORMA BRASILEIRA REGULAMENTADORA

# CAPÍTULO 1

## INTRODUÇÃO

### 1.1 - MOTIVAÇÃO

Tendo como tema central “A ANÁLISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA (MANIPULAÇÃO, ARMAZENAMENTO E EXPOSIÇÃO) PARA COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS DA FEIRA DA BANANA EM MANAUS”. Esta pesquisa visou analisar a comercialização de hortifrutigranjeiros (frutas e verduras) na feira livre, aqui denominada Feira da Banana, Capital Manauara com foco no transporte, na manipulação e no armazenamento desses produtos.

Este trabalho de cunho acadêmico traz discussões em torno das feiras livres desde sua origem, ao modo de gerir, de produção e gestão de pessoas. Este se restringe ao município de Manaus, bem como a Feira da Banana, onde é apresentado breves relatos sobre esta temática em nível de estado.

Este estudo foi desenvolvido para tentar entender essa temática, sua funcionalidade e principalmente como ocorrem os processos de armazenagem, transporte e manipulação das frutas e legumes que chegam a essa feira. Este também visou compreender o ritmo de trabalho, as perspectivas financeiras; como começou e como a mesma contribui para o comércio local.

Vale ressaltar que o trabalho encontra-se subdividido em tópicos, A saber: No primeiro momento são discutidos as Feiras numa Perspectiva Histórica; em seguida são discutidos as Feiras livres e seu Potencial Turístico; Também é apresentado uma análise com o tema, Entre o campo e a cidade: A feira; posteriormente é apresentado a Gestão de Pessoas: Os processos e a qualidade dos produtos nas feiras. Assim, chega-se aos Materiais e Métodos; Análise e Discussão dos Resultados; e por fim, são apresentadas as Considerações Finais.

Para a implementação/construção do mesmo foram realizados alguns procedimentos como revisão de literatura em relação a temática abordada; pesquisa de campo, entrevistas com feirantes, coleta de informações com breves análises para melhor entender os fatos que acontecem em meio a esta atividade laboral bem como uma profunda reflexão em torno dos acontecimentos em relação ao tema gerador desta pesquisa.

Vale salientar que a medida que tudo vai se informatizando e modernizando, o consumidor vai tornando-se mais exigente e criterioso em suas escolhas. Diante de tais fatos, é muito importante que se estude se conheça o gosto e as pretensões da clientela procurando assim ter uma aproximação maior do cliente. KOTLER E KELLER (2006) através de seus estudos nos remetem a pensar o seguinte: que o indivíduo enquanto consumidor sofre influências culturais, sociais, psicológicas e pessoais, sendo que destes fatores, o cultural é que se torna o mais influente. Por isso, a análise do que se vende e como se vende dentro de uma feira deve ser pensado ou construído pensando neste quesito tão importante.

Hoje a população leva uma vida muito mais corrida e agitada, todavia a busca por produtos frescos e de qualidade ainda faz parte de sua rotina. E fazer compras em locais onde haja calor humano, produtos fresquinhos, onde o tratamento entre comerciante e cliente seja mais caloroso e menos formal, faz toda a diferença para a grande maioria da população. Daí o sucesso das feiras livres que surgiram a muitos e muitos anos e ainda assim continuam sobrevivendo em meio ao caos que perdura o cenário comercial. As feiras livres, consideradas as formas mais antigas e tradicionais de comercialização de produtos agropecuários ou hortifrutigranjeiros, se originaram na antiguidade, com a troca do excedente da produção entre os produtores que, mais tarde, passaram a comercializá-los em troca de dinheiro SOUSA (2004).

As feiras são consideradas como um ponto de referência para o turista. Através das comidas e demais artigos vendidos nas mesmas, pode-se descobrir muito sobre um determinado lugar. Mesmo este, sendo um evento de caráter mercadológico ele possui características que trazem à tona a identidade cultural de um povo. Mesmo com todas essas características a seu favor, as feiras sofrem com a ampla concorrência com os supermercados e grandes lojas, a supervisão do poder público, dentre outros fatores que acabam tirando das mesmas, suas principais características.

Diante de todo o contexto supracitado, é importante dizer que este estudo tem por objetivo estudar a feira livre analisando e refletindo sobre suas principais características bem como o caráter comercial da mesma, sua influência dentro do cenário econômico, manipulação, transporte dos legumes e frutas e, até mesmo, o resgate das tradições. No mais, pretende-se através deste artigo, analisar o processo na comercialização de hortifrutigranjeiros (frutas e verduras), com foco no transporte, na manipulação e no armazenamento e assim contribuir nas discussões em relação ao tema

através de um estudo realizado na Feira da Manaus Moderna, no município de Manaus/Amazonas.

## 1.2 - OBJETIVOS

### 1.2.1 - Objetivo geral

Analisar o processo de logística de hortifrutigranjeiros na feira da banana do município de Manaus, visando à melhor oferta ao consumidor.

### 1.2.2 - Objetivos específicos

- Identificar os fatores legais preponderantes que influenciam na comercialização na Feira de Banana;
- Descrever o processo do transporte, armazenamento, manipulação e exposição de hortifrutigranjeiros destinados ao abastecimento da Feira da Banana; e
- Propor a criação de um aplicativo interativo, para melhorar a comunicação fornecedora, feirante e cliente final, com a finalidade de maximizar o processo e a qualidade dos produtos ofertados na Feira da Banana.

## 1.3 - ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Com a descoberta do problema, os processos da empresa poder-se-á:

- Melhoraria na armazenagem dos hortifrutigranjeiros, otimizando sua qualidade e por conseguinte o aumento do faturamento dos feirantes, tendo assim, um aumento da procura desses produtos;
- Melhoria na manipulação dos produtos ofertados na feira, dando melhor higiene as frutas e verduras;
- Propostas de melhorias ou criação de padronização para a armazenagem, manipulação e exposição dos hortifrutigranjeiros; e
- Melhoria da comunicação, estreitando o relacionamento fornecedor, feirante e cliente final, através da proposta de criação do aplicativo interativo.



#### 1.4 - JUSTIFICATIVA

Diante da atual conjuntura que os produtores e feirantes enfrentam no que tange o transporte, a manipulação e o armazenamento dos hortifrutigranjeiros. Este trabalho se apresenta com intuito de conhecer esta sistematização. Onde será realizada uma análise da comercialização de hortifrutigranjeiros (frutas e verduras) em uma feira livre na cidade de Manaus, visando conhecer seus processos e assim, propor ações de melhorias, a fim de maximizar a qualidade dos produtos que são ofertados por elas.

Sabe-se que grande parte da logística, da manipulação e da armazenagem desta prática é algo bastante complexo em virtude de tais produtos terem um curto prazo de validade (perecíveis), os quais necessitam de uma excelente qualidade deste sistema.

De fato a melhoria no transporte, na manipulação e no armazenamento, trazem benefícios significativos na saúde da população manauara, bem como vantagens econômicas para produtores e distribuidores. Neste contexto, é importante a reflexão sobre a oferta de alimentos cada vez mais saudáveis, levando em consideração, o transporte, a manipulação e o armazenamento mais confiáveis para as feiras manauaras. Nesse sentido, este trabalho visa entender a dinâmica desses processos nas feiras de Manaus, agregando valor ao comércio local.

#### 1.5 - PROBLEMA E HIPÓTESE DA PESQUISA

Desde os tempos mais remotos, se considerarmos a evolução humana, pode-se dizer que o homem primitivo já tinha costumes e atitudes empreendedoras. Tal atitude se dava à medida que precisava para sobreviver, inovar na construção de diversas ferramentas para agilizar a caça de animais.

Para LEITE (2000), empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para programar uma idéia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco.

Com tudo a atividade empreendedora é de fundamental importância para o processo de desenvolvimento econômico de uma comunidade e de uma nação, pois estimula o crescimento gerando novas tecnologias, produtos e serviços. Tal atividade é realizada por indivíduos que possuem capacitação, habilidades e características individuais, que, em conjunto, formam um perfil empreendedor.

Considerando que as empresas dentro cenário global perpassam por diversas fases, nas quais apresentam diferentes dificuldades em função de sua origem e maturidade empresarial são vistas como um marco referencial na promoção de geração e oportunidades de empregos para muitas famílias.

Os supermercados no Brasil vêm passando por uma necessária busca de produtividade para obter resultados em um mercado mais competitivo e economicamente estável. Assim, pode-se considerar que a melhoria da qualidade deve ser um caminho natural para o varejista na conquista da produtividade ROJO (1998).

De acordo com FELLOWS (2006), os consumidores têm demandado alimentos com mais qualidade, variedade e disponibilidade. Essa pressão por parte do consumidor resulta em um aumento substancial do volume e da variedade de alimentos que são manuseados pelos grandes varejistas, junto com padrões mais altos de controle de qualidade de alguns alimentos.

O apoio às atividades agrícolas, bem como o descuido com o manejo e armazenagem de alguns produtos estabelece dentro de um novo princípio o esquecimento das atividades que podem satisfazer todo e qualquer consumidor, sobretudo o investimento de capital na propriedade agrícola moderna e para sua modernização tendo como significado a concepção de atraso desse tipo de atividade.

De acordo com LANNER (2012), a modernização da agricultura e o novo modelo de produção agrícola adotado, têm causado transformações profundas tanto na paisagem rural, quanto nos ecossistemas. Essas mudanças alteram a vida do homem e a biodiversidade. Com as alterações provocadas nos seus sistemas complexos, a biodiversidade entra em desequilíbrio, e uma vez desequilibrada, afeta a agricultura do seu entorno causando perdas na produção.

A crescente conscientização sobre o valor destes produtos é uma boa notícia para qualquer pessoa interessada em iniciar um empreendimento de pequenas empresas como comerciante de produtos, se você cultivar as frutas e vegetais você mesmo ou não. Os comerciantes usam e colhem os produtos ou a compra a granel de agricultores locais e fazem vendas de lucro em mercados locais e feiras. Mesmo um pequeno jardim de quintal pode fazer você começar como comerciante.

A feira, de um modo bem peculiar, retrata o interior de uma sociedade em todos os alcances de sua subjetividade, elenca as condições sócias educacionais de um grupo a partir de aditivos sanitários no espaço comercial, aborda as condições econômico-culturais quando reflete no consumo o potencial aquisitivo de uma população, bem

como, reproduz a cultura local através da relação oferta/demanda dos artigos envolvidos na identidade cultural dessa população. Assim, a feira apresenta-se coadjuvante no ser/estar sociocultural e econômico de um povo.

Segundo ANSOFF (1997), estratégia significa “tudo que se refere às relações entre a empresa e o seu ambiente”. O autor supracitado destaca que, as decisões estratégicas preocupam-se principalmente com problemas externos, bem como a escolha do composto do produto a ser fabricado e dos mercados em que serão vendidos.

Ressalta ainda que, a dinamicidade do ambiente faz com que a empresa contribua e interfira com o mesmo, pois a administração estratégica gera uma série de programas e projetos para o desenvolvimento de produtos e mercados, desenvolvimento de novas tecnologias e diversificação de atividades.

PORTER (1999) define estratégia como a “busca de uma posição competitiva favorável de um setor”, e o objetivo dessa busca é estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência no setor. Sendo assim o mesmo cita que a estratégia empresarial deve ser vista como uma ferramenta para integrar os diversos departamentos, como marketing, produção, pesquisa e desenvolvimento.

Para VIANA (2000), não existem fórmulas para estabelecer estratégias. “As empresas mudam de acordo com as condições do mercado e do setor de origem. Todavia é estrategicamente indispensável para as empresas responder às mudanças, transformar-se e contribuir às satisfações dos clientes”.

As constantes transformações do mercado provocam mudanças organizacionais, ou seja, provocam mudanças de fora para dentro da empresa, forçando esta a se adaptar ao novo ambiente. Neste sentido, a estratégia é fundamental para posicionar e fortalecer a empresa no mercado. E como resposta imediata a essa adaptação, a estratégia deve estar voltada aos objetivos básicos da empresa, à determinação de metas e à eficiência dos processos para melhor atender às necessidades dos clientes. Buscando assim, vantagens como diferenciação e competitividade. Em um mercado cada vez mais volátil, a capacidade de reação torna-se uma exigência competitiva essencial.

De acordo com PORTER (1999), existem cinco características competitivas que determinam a adaptação de um setor. Para este autor o poder de negociação dos clientes, poder de negociação dos fornecedores, poder de competição dos concorrentes, ameaça de novos concorrentes, ameaça de produtos e serviços substitutos. Diante disso

torna-se difícil competir sem uma estratégia definida, já que as relações da empresa com seus fornecedores e clientes assumem um papel importante dentro do mercado.

## CAPÍTULO 2

### REVISÃO DA LITERATURA

#### 2.1 - AS FEIRAS LIVRES NUMA PERSPECTIVA HISTORICA: DA ORIGEM AOS DIAS ATUAIS

As transformações no tempo e no espaço denotam um crescimento na vida cotidiana do ser humano. O homem é um ser que busca sua evolução culturalmente. Faz parte de sua essência. A feira livre vem consolidar essa transformação, na busca de um novo ideal de vida.

Sabendo que campo e cidade estão inter-relacionados, buscar-se-á mostrar como esse fator ajudou a melhorar a vida das pessoas. Culturalmente, as pessoas crescem com a idéia de que a cidade é um lugar melhor de se viver, lugar das oportunidades, do crescimento e até do enriquecimento, sendo vista como a “tábua” de salvação de muitas pessoas. Nesta perspectiva, SANTOS (2008) nos propõe sua teoria espacial para assim nos levar a entender todo esse processo, o qual pode ser chamado de êxodo rural, na tentativa de nos fazer entender essa economia urbana a qual tenta abranger todo esse processo produtivo em nosso país em conjunto a toda essa via de mão dupla que são os empreendimentos modernos e antigos os quais favorecem o desenvolvimento econômico de cada lugar. Ou seja, esse pensamento de que a cidade é o melhor espaço para se viver e construir uma vida mais digna existe desde o seu surgimento. Apesar de ser na cidade onde se encontram o poder público, as empresas, a sede do governo, etc. era do campo, da lavoura, da agricultura que vinha a base da economia. Essa cultura de que a cidade é o lugar das oportunidades e das possibilidades vem sendo disseminado desde os tempos mais remotos.

Reportando-nos a esta temática, não se pode falar em crescimento urbano sem interligá-lo ao campo, mesmo entendendo-os como espaços diferenciados entre si.

Para SAQUET (2010), todo território é entendido como um local de ocorrência de socialização de uma comunidade, criando vínculos com a natureza, fortalecendo a identidade e a cultura decorrente desse ambiente. Na agricultura familiar o reconhecimento do território é influenciado pelos sistemas de produção, pela lida com a terra, pelas práticas agrícolas.

Levando-se em consideração toda essa importância que a agricultura sempre teve em relação à economia, não se pode esquecer que o campo sempre foi à base para tudo isso. A cidade tornou-se a extensão do campo, dependendo da agricultura para se manter de pé. Durante muito tempo o campo foi o centro do domínio econômico. [...] “Na longa história das comunidades humanas, sempre esteve bem evidente esta ligação entre a terra da qual todos nós, direta ou indiretamente, extraímos nossa subsistência, e as realizações da sociedade humana. E uma dessas realizações é a cidade: a capital, a cidade grande, uma forma distinta de civilização” WILLIAMS (1989).

A “cidade grande”, até os dias atuais, ainda é vista como algo que supera as expectativas das pessoas. Ainda é vista como o lugar onde se realizam os sonhos, onde se ganha uma vida nova. Todas essas realizações podem ser analisadas a partir do espaço ao qual está inserido, se o mesmo proporciona o necessário para atender suas demandas e necessidades. A princípio, a terra estava associada às necessidades de sobrevivência da humanidade e o campo era o espaço aonde isso vinha acontecer. Dali saía o necessário ao atendimento das necessidades da zona urbana tornando a vida dos munícipes mais fáceis. Assim ele (campo) foi passando por transformações necessárias a atender as necessidades da cidade. Assim, a cidade foi aos poucos se modificando também e conquistando seu status de lugar privilegiado para se viver a partir da implantação das fábricas, do modo de produção capitalista. Com isso cresceu, se consolidou e impregnou ao campo o termo de lugar atrasado para se viver.

A estreita relação entre campo e cidade vive em constante evolução apesar de não se tratar de dois espaços isolados, precisa-se entender que os mesmos são constantemente alterados para suprir as necessidades sociais decorrentes do tempo histórico num processo contínuo. Diante disso, pode-se dizer que “a vida do campo e da cidade é móvel e presente: move-se ao longo do tempo, através da história de uma família e um povo; move-se em sentimentos e ideias, através de uma rede de relacionamentos e decisões” WILLIAMS (1989).

Diante do exposto, pode-se dizer que ainda é um pouco estranho falar de como se originaram as feiras livres visto que muitos historiadores relatam que esta é uma prática utilizada pelos homens desde antes de Cristo bem como há aqueles também que relatam que estas surgiram com as festividades religiosas, não obstante a isso, sabe-se que durante muitos anos a igreja e o comércio eram fortes aliados, contudo, desde muito tempo atrás as pessoas reuniam-se em locais públicos para vender seus produtos, comprar o que estivessem precisando. Assim, não se sabe definir ao certo o seu

surgimento, o que se sabe é o que os historiadores afirmam, segundo eles, estas surgiram no fim da Idade Média. Os burgos, as cidades medievais amuralladas, representam o local onde elas se originaram. A partir daí essa prática foi se desenvolvendo, e hoje ela é praticada no mundo todo.

## 2.2 - AS FEIRAS LIVRES NO BRASIL

As feiras existem aqui no Brasil, desde a colonização. Segundo a história, esta foi a mola propulsora do desenvolvimento econômico em nosso país. Atualmente, tornou-se uma prática comum em nosso país, uma vez por semana elas são promovidas em locais estratégicos, tentando alcançar o máximo de pessoas.

De acordo com COSTA e SANTOS (2016), as feiras-livres se manifestam, atualmente, vivas no espaço e mesmo com suas particularidades próprias em lugares públicos, mas sempre responde às mudanças impostas pelo sistema político e socioeconômico dominante, em cada período na história. As mudanças do perfil das feiras livres estão relacionadas à reorganização da economia e da sociedade, que vem ocasionando diversificação e aprofundamento do consumo.

Em consonância com o pensamento supracitado, pode-se dizer que as feiras livres não são apenas eventos periódicos que se constituem em espaços públicos onde as pessoas compram por um preço mais acessível, aquilo que lhes é necessário para sua subsistência. Pode-se dizer que os estudos sobre estas auxiliam o poder público a oferecer um melhor tratamento a este trabalho que só tem a contribuir com a economia do país. Nestas feiras o escoamento dos produtos agrícolas se dá de forma efetiva, ajudando os agricultores a suprirem suas necessidades básicas de subsistência.

Diante do exposto, surge então o seguinte questionamento: O que seria feira livre? Nada mais é que um mecanismo de distribuição comercial. Uma forma de comunicação popular onde o comércio se dá de forma livre a qual marca as transformações, sociais, culturais e econômicas de um determinado lugar. Sendo que cada um possui sua própria feira a qual marca sua identidade local.

A diferença entre esse organismo vivo e o mercado é que estes têm suas características próprias, sua identidade. Desde a organização do lugar, preços que são iguais para produtor e beneficiário, mercado dinâmico, não há oscilação de preços, enfim, toda uma logística organizacional para que tudo flua com sucesso. Já a feira livre caracteriza-se principalmente pela falta de prédios (loja física), há uma grande

flexibilidade de preços e o mais marcante, são vistos sob uma ótica elitista como um organismo inferior na sociedade.

A cidade que possui uma feira se movimenta em função de um contingente de pessoas que sobrevivem direta ou indiretamente dela e dos que vão à busca de produtos. Para os feirantes, ela é um meio de sobrevivência, um complemento de renda; para os consumidores é um local de acesso de materiais de necessidades básicas COSTA e SANTOS (2016).

Para ORTIGOZA (2010) ao se considerar o consumo como categoria de análise geográfica significa dar uma real visibilidade ao espaço geográfico como fator de organização do comércio.

Em nossa realidade de Brasil, podemos citar as maiores e mais tradicionais feiras livres existentes no país e na América Latina que são a Ver-o-Peso que acontece desde o século XVII, mais precisamente em 1687 na cidade de Belém, no estado do Pará, está localizada na Baía do Guajará, chegou a ser indicada como uma das sete maravilhas do nosso país na votação de 2008. Esta é muito famosa por seus artigos artesanais. Esta apresenta os mais variados sabores e aromas do estado. Local ideal para quem quer experimentar as exóticas frutas típicas e as delícias regionais. O lugar por si já é uma atração à parte, possui muitos prédios históricos, dentre eles podemos citar o Mercado de Ferro, da Carne, a Praça do Relógio, a Doca, a Feira do Açaí, a Ladeira do Castelo, o Solar da Beira e a Praça do Pescador. O que torna o lugar ainda mais interessante e atrativo.

A segunda maior feira do Brasil e da América Latina é a feira do Caruaru em Pernambuco, uma das maiores feiras livres no Brasil, teve seu início no final do século XVIII foi também indicada como patrimônio imaterial do país. Nesta pode-se encontrar os mais variados produtos de todos os gêneros, para todos os gostos e bolsos. Ela ficou famosa por ter sido tema de uma das músicas de Luiz Gonzaga.

No Rio de Janeiro, os feirantes possuem características mais voltadas ao povo português, com grau de estudos relativamente baixos e muitos trabalhadores braçais. Já em outros municípios como Nova Friburgo, Teresópolis surgiu um novo tipo de agricultor, com conhecimentos formais, os quais deram uma nova roupagem a agricultura e conseqüentemente as feiras livres. Estes buscaram instalarem-se onde os moradores de classe mais alta estavam localizados e com isso passaram a oferecer os produtos sem agrotóxicos chamando a atenção da população para produtos mais saudáveis e de mais qualidade por preços mais acessíveis. Pode-se dizer que as feiras



livres são grandes representatividades no cenário econômico, pois só no Rio de Janeiro existem mais de 200 feiras as quais empregam quase 6 (seis) mil pessoas, alavancando a economia em aproximadamente 16 milhões de reais. “É importante considerar o papel das feiras livres na produção do espaço urbano atual e em suas dinâmicas econômicas e sociais. Elas não desapareceram com o atual poder hegemônico de expansão global capitalista, pelo contrário, atuam de forma efetiva no movimento da cidade. Com suas estratégias organizacionais bem particulares, negociando produtos fabricados tanto pelo circuito superior, como inferior da economia urbana, são espaços de consumo que atraem boa parte da população. Dessa forma, as feiras se mantêm com suas funções de venda, compra e troca, além de ampliar, nas cidades, os laços e relações sociais” COSTA E SANTOS (2016).

A despeito das novas pautas de consumo padronizadas, influenciadas pelos movimentos da globalização, e da grande disponibilidade e facilidade dos alimentos industrializados, os alimentos in natura, oferecidos na feira, uma vez que se associam aos valores artesanais, são reconhecidos como alimentos de qualidade única.

Sendo assim, as feiras livres podem ser consideradas como local privilegiado de encontros de pessoas de troca de conhecimentos e experiências, nesses lugares a palavra ainda vale mais que o código de barras. É no grito do feirante, na pechincha do consumidor que elas vão se sobressaindo ao massacre dos supermercados, pois nas feiras as pessoas não vêm somente atrás de preços baixos, mas também de encontros, de conversas, de calor humano.

### 2.3 - AS FEIRAS EM MANAUS

Em Manaus assim como em diversos lugares do Brasil e do mundo, as feiras livres surgiram da necessidade as pessoas em venderem e comprarem produtos para suprirem suas necessidades básicas do dia-a-dia. No período áureo da borracha, surge o mercado Adolpho Lisboa inaugurado no dia 15 de julho de 1883. Este foi quem abasteceu a cidade de Manaus por muito tempo. A partir das transformações ocorridas no centro da capital depois da construção de um porto flutuante, o comércio de hortifrutigranjeiros passou para a área do mercado e seus arredores. Toda a orla pertencente aos arredores do mercado passou a ser utilizada desde a Rua Barão de São Domingos, até as escadarias dos Remédios passou a ser utilizada pelos ribeirinhos para realização de suas transações comerciais.

Depois de algumas mudanças ocorridas como a retirada dos feirantes e moradores do porto para as áreas periféricas da cidade e a conquista e implantação da Zona Franca em 1967, pois se precisava manter à frente da cidade limpa e organizada, em 12 de agosto de 1980 os feirantes (atacadistas) que ali trabalhavam tiveram finalmente garantido a sua remoção para um outro local de trabalho, feira da Panair, localizada no bairro Educados enquanto os pequenos comerciantes (menor porte) foram alocados nos bairros adjacentes.

Uma das principais feiras que abastece Manaus é a Feira Manaus Moderna que é considerada o principal elo entre a capital e os demais municípios circunvizinhos. Segundo a Secretaria Municipal de Produção e Abastecimento – SEMPAB a feira “Feira Manaus Moderna” possui hoje uma área total de 8.251,84 m<sup>2</sup> e passou por três reformas: 1996, 2000 e 2001. Possuindo 674 boxes, 240 bancas e 17 pedras.

Nesta, como nas demais feiras, há a venda de produtos naturais, orgânicos, artesanais, etc., por conta de sua posição estratégica, a feira Manaus Moderna passou a ser o maior centro de abastecimento da cidade. Sob essa ótica CAMILA SAYURI (2010) nos diz que no Brasil, algumas feiras livres se destacam por se transformarem em pontos turísticos para quem visita as cidades brasileiras. Elas se caracterizam pela presença de produtores e pelo espaço local situado, na qual ocorrem as vendas de produtos, artesanatos, e adquirem experiências ao longo do processo de comercialização.

Apesar do surgimento dos grandes supermercados, o manauense não perdeu o hábito de ir à feira comprar seus alimentos, escolher frutas e verduras frescas e ainda negociar os preços dos mesmos, coisa que em supermercado não há possibilidade de acontecer.

Em Manaus as feiras itinerantes funcionam de terça a domingo em locais diferentes na busca de atender a grande demanda do lugar. Atualmente em Manaus existem 43 feiras legalizadas distribuídas em diversos bairros da cidade com características socioculturais próprias. Calcula-se que estas geram renda para mais de 18 mil pessoas.

Pode-se afirmar que as feiras surgiram em Manaus em decorrência das grandes mudanças ocorridas nos diversos ciclos econômicos que o estado atravessou podendo classificá-las ou enquadrá-las no circuito inferior da economia já que o circuito superior é formado pelas atividades econômicas modernas. Para MOREL (2015), “algumas características fazem das feiras livres um ambiente de comercialização, que atrai muitos

consumidores até os dias atuais”. Nestes locais a palavra ainda prevalece mais do que o código de barras de um produto, pois é no grito do feirante ou na pechincha dos consumidores que as feiras vêm sobrevivendo ao avanço dos supermercados. Por esse viés observa-se que o "circuito inferior" orienta sua atividade para a população e economia locais; é trabalho-intensivo utilizando tecnologia pouco sofisticada; os vínculos de trabalho são precários em termos de proteção social; a atividade comercial dirige-se, prioritariamente, para as camadas médias e populares e visa, também prioritariamente, garantir a sobrevivência”.

Por ter uma característica mais abrangente, visão macro de mercado, o circuito superior (supermercados) acaba determinando o comando de trabalho do circuito inferior (feiras). Atualmente não existe em Manaus uma distinção real de mercado e feira, ambos precisam ser fechados e cobertos, perdendo assim, a feira, uma das suas características de feira livre. As feiras itinerantes, como o próprio nome diz, são consideradas livres, não possuem local apropriado para funcionar, acontecendo assim em vários bairros da cidade e em diferentes dias da semana. Existem apenas duas feiras itinerantes que são legalizadas: a feira do Prefeito I, II.

Assim, pode-se dizer que o diferencial das feiras é a questão da empatia entre vendedor e consumidor. Como muitos feirantes dizem, nestes lugares, a palavra ainda vale mais que o código de barras, ou seja, muitos procuram preços baixos e muitos outros, uma boa conversa que este meio lhes oferece. Esta é a verdadeira vantagem que as feiras possuem em relação ao circuito superior. Você não vê em supermercados, por exemplo, o vendedor abordar o cliente com frutas fresquinhas ou verduras, negociando o melhor preço para ambos.

#### 2.4 - INDÚSTRIAS: IMPORTANCIA E FINALIDADE – FRUTAS E LEGUMES

A industrialização desempenha um papel vital no desenvolvimento econômico de todo e qualquer país que esteja querendo se desenvolver. Nesse sentido, é preciso salientar que o Brasil a cada ano vem se destacando nessa prática, pois tornou-se um dos maiores produtores mundiais e com isso vem ganhando espaço e notoriedade nas exportações nacionais e internacionais.

Segundo o Ministério da Agricultura MDA (2015), a agropecuária brasileira é um bem gigantesco que a sociedade tem em mãos, pois é uma área que gera grandes oportunidades de investimento e desenvolvimento. O agronegócio no Brasil tem uma

imensa participação na economia do país, pois representa aproximadamente 22,15% do PIB em 2012.

A agricultura familiar brasileira é considerada social e produtiva. Após o ano de 1990, algumas políticas públicas foram formuladas com o intuito de garantir a reprodução, produção de alimentos, à fixação do homem no meio rural, e melhor qualidade de vida SOUZA-ESQUERDO; BERGAMASCO (2014).

A industrialização promove mão de obra especializada. Esta divisão de trabalho aumenta o valor marginal, produto do trabalho. Em outras palavras, a mão-de-obra especializada é mais lucrativa. Uma vez que o rendimento de um trabalhador no setor industrial será maior em média do que o de um trabalhador no setor agrícola.

Segundo MARION (2011) a contabilidade de custos busca a tomada de decisão, a identificação da quantidade mínima que se deve produzir e vender de determinado produto para não ocorrer prejuízo, e estipula o preço adequado para cada produto ou serviço.

Este ainda salienta que o processo de industrialização corresponde a um intenso desenvolvimento urbano no setor de serviços, relacionado com as atividades comerciais e financeiras e com isso aumenta a quantidade e a qualidade das mercadorias fabricadas naquela empresa, o que contribui em grande medida para o produto interno bruto.

É importante salientar que existem vários tipos de indústria, o processo da atividade industrial é classificado conforme seu foco de atuação.

Em seus estudos GOUVEIA (2016), salienta que a indústria de alimentos brasileira, responsável por quase 15% do faturamento do setor industrial e por empregar mais de 1 milhão de pessoas, tem conseguido seguir as tendências internacionais na área de produção, mas ainda precisa desenvolver trajetórias mais consistentes na área de inovação. Em termos práticos esse autor nos informa que a industrialização estimula o progresso em outros setores da economia. Um desenvolvimento em uma indústria leva ao desenvolvimento e expansão de indústrias relacionadas.

É sabido que a industrialização proporciona maiores oportunidades de emprego em indústrias de pequeno e grande porte. Em uma economia industrial, a indústria absorve trabalhadores subempregados e desempregados do setor agrícola, aumentando assim a renda da comunidade. Nesse segmento GOUVEIA (2016), diz que a produção de alimentos é um dos pilares de qualquer economia, seja por sua abrangência e essencialidade, seja pela rede de setores direta e indiretamente relacionados, como o agrícola, o de serviços e o de insumos, aditivos, fertilizantes, agrotóxicos, bens de

capital e embalagens, e tais procedimentos contribuem exacerbadamente para o desenvolvimento do país.

Levando em consideração ao procedimento de industrialização dos alimentos é necessário frisar o pensamento de CARDOSO (2016), segundo este a alimentação é uma necessidade intrínseca e básica dos indivíduos que, constituída por significados e tradições, engloba diversos fatores não inertes que possibilitam que práticas consolidadas ao longo do tempo sejam modificadas e tomem uma forma totalmente nova, culminando em novos padrões de consumo.

Contudo WILKISON (2013) relata que: “a indústria de alimentos sofreu pressões por diversos representantes da saúde pública e nutricionistas, os quais enfatizavam a importância de se consumir alimentos não industrializados, principalmente frutas e vegetais. Isto, em parte, incitou maior consumo de produtos adicionados de vitaminas, mas também promoveu a associação da qualidade do alimento com produtos agrícolas frescos, o que abriu o caminho para a expansão dos alimentos saudáveis, com grande destaque para os orgânicos”.

O papel da indústria alimentar em relação ao fornecimento de alimentos para o desmame engloba quatro objetivos principais, a saber: satisfação do cliente, segurança, fornecimento de informações sobre o produto e manutenção da viabilidade comercial. Desse modo, o segmento de alimentos saudáveis vem apresentando franca expansão e se mostra como um mercado bilionário. Dentre os alimentos em destaque estão os funcionais e orgânicos ZUINI (2015).

Na concepção de WILKINSON (2013), a comida é uma parte essencial de nossas vidas, e é por isso que a maneira como é cultivada, processada e transportada vale a pena ser compreendida e melhorada. Em termos gerais, a indústria de alimentos compreende uma rede complexa de atividades relacionadas ao fornecimento, consumo e fornecimento de produtos e serviços alimentícios em todo o mundo.

Em contrapartida ZUINI (2015), elucida que os produtos alimentícios acabados e pacotes de alimentos "instantâneos" parcialmente preparados também fazem parte da indústria alimentícia. A indústria alimentícia emprega um grande número de trabalhadores qualificados e não qualificados. Só em 2006, a indústria alimentar representou mais de 1,5 milhões de empregos no Brasil e 4 milhões de empregos na Europa. No entanto, a indústria de alimentos exclui agricultores de subsistência que usam seus produtos para consumo próprio.

Uma série de fatores aumenta a demanda na indústria global de alimentos, como os níveis populacionais, a distribuição da riqueza, a conscientização sobre a saúde (alimentos orgânicos) e os tipos de estilos de vida variados. Os tipos de fornecimento de alimentos incluem a qualidade da cadeia de fornecimento, o nível de concorrência no setor e a composição dos consumidores-alvos.

No que se refere à produção orgânica, SILVA (2010), diz que o varejo de alimentos permite que a agroindústria alimentar e os produtores rurais se conectem ao consumidor, apresentando-se sob as mais variadas formas de arranjos organizacionais e formatos de lojas.

Neste sentido, o aumento do consumo de frutas e hortaliças vem junto a uma diminuição de doenças crônicas relacionadas à dieta, como obesidade, doenças cardíacas, diabetes, bem como alguns tipos de câncer, pois a compra de alimentos frescos e orgânicos está disponibilizada a todos nas feiras livres.

A capacidade dos produtores para aumentar a produção de frutas e vegetais depende de recursos como terra, água, mão-de-obra e outros insumos adquiridos, à sua disposição. No entanto, não há um suprimento ilimitado de terra, mão-de-obra agrícola ou água. A obtenção de recursos adicionais para a produção de frutas e legumes aumentará os preços desses recursos, na medida em que sua oferta é limitada.

O Brasil teve um capitalismo tardio e uma industrialização retardatária, por isso não teve condições de acolher nos centros urbanos nas décadas de 70 e 80 toda a população rural expulsa dos campos devido às modernizações. Admite-se que a inserção dos CAIs (Complexos Agroindustriais) na economia que se deu durante a década de 70 devido à modernização na agricultura atuou como um forte aliado para que isso acontecesse. A necessidade de um sistema financeiro se via presente, sendo a integração de capitais o foco principal, ou seja, o processo de “centralização de capitais industriais”, bancários, agrários, etc., que por sua vez fundir-se-iam em sociedades anônimas, condomínios, cooperativas rurais e, ainda, empresas de responsabilidade limitada, integradas verticalmente (agroindustriais ou agros comerciais).

SILVA (2010) defendem que se o consumidor decide comprar, ele dá início ao processo ao longo de toda a cadeia. A partir disso, ações estratégicas de concretização das vantagens competitivas associadas à concorrência e aos clientes finais se constituem no alvo das pesquisas citadas. Segundo este autor: Para medir como o aumento na demanda por frutas e legumes impacta o consumo final, comércio, produção e demanda

de insumos agrícolas um deslocamento de equilíbrio, um modelo de indústrias individuais de frutas e vegetais é desenvolvido.

Nesse sentido pode-se afirmar que os formuladores de políticas e o setor de frutas e vegetais precisam trabalhar juntos para criar um ambiente favorável ao sucesso dos negócios sustentáveis e uma sociedade mais saudável. A ênfase mais forte em frutas e legumes podem de fato melhorar a situação de nossa economia, principalmente na cidade de Manaus onde essa produção é de larga escala.

Na concepção de FOSCACHES (2012) muitos dos 1 bilhão de pessoas que trabalham na indústria agrícola lutam para sustentar a si mesmos e suas famílias apenas para descobrir práticas de trabalho e o uso de pesticidas os afastam da segurança alimentar e econômica. Conforme BELI (2012), os produtos devem passar por, no mínimo, um canal de distribuição até chegar ao consumidor final.

Quanto a isso o autor acima supracitado enfatiza que, todo o processo de distribuição do FLV precisa ser realizado de modo adequado, a fim de evitar danos aos produtos. O escoamento de pesticidas pode contaminar a bebida das comunidades de água. Essas práticas prejudicam outro dos seus maiores investimentos: a terra usada para cultivar frutas e legumes FOSCACHES (2012).

A inovação de produto pode ter uma grande influência na demanda. A introdução de produtos de frutas e legumes pré-embalados, pré-cortados e outros produtos de valor agregado, crus e prontos para o consumo, impulsionou o consumo. Ao contrário da crença popular, frutas e vegetais não precisam ser consumidos crus ou preparados de “frescos” para serem saudáveis.

No que diz respeito à armazenagem, FOSCACHES (2012) defende seu papel de garantir a qualidade dos produtos até que estes sejam colocados à comercialização. O FLV precisa ser armazenado adequadamente, afinal mesmo após a colheita, as atividades biológicas continuam a ocorrer. Armazenado de forma adequada, o produto demorará mais tempo para perder sua qualidade.

Ironicamente, frutas e vegetais congelados e enlatados são frequentemente processados mais perto do ponto de colheita e, portanto, freqüentemente têm maior retenção de nutrientes do que os chamados itens frescos comprados em uma mercearia para posterior preparação em casa.

Dependendo de suas características, as frutas e hortaliças podem ser transportadas em embalagens ou a granel, no modo mais adequado, seja ele rodoviário, aéreo, ferroviário ou marítimo, escolha que dependerá da distância a se percorrer. No

Brasil, predomina o transporte de FLV através de caminhões e caminhonetes, embora ocorra o transporte por meio de automóveis comuns LUENGO (2007) apud FOSCACHES (2012). Mas os modos de produção existentes dificilmente atendem à escala de produção e produção, precisamos explorar métodos adequados de otimização de processos de produção para melhorar a eficiência da produção, de modo a satisfazer os requisitos da sua escala de produção. Para os problemas existentes no centro de distribuição de frutas e vegetais.

Na cidade de Manaus é possível visualizar que a agricultura está em meio a uma grande transformação não apenas em tecnologia e práticas de produção, mas também em tamanho de negócio, controle e operação de recursos (terra), modelo e ligações com compradores e fornecedores, uma vez que a industrialização de frutas e legumes tem aumentado consideravelmente.

Tanto o setor pecuário quanto o de grãos estão mudando de uma indústria dominada empresas familiares relativamente pequenas, de tamanho modesto e relativamente independente, a uma empresa que seguem um modelo de negócios industrial que estão mais alinhados com o valor de cadeia.

Nesta região os produtores estão produzindo cada vez mais em mais de uma localidade, e, em muitos casos, estão escolhendo esses locais com base em padrões climáticos, acesso à água e capacidade de transporte logística e sistemas. Tais arranjos têm sido tipicamente acordos individuais entre produtores e proprietários de mercadinhos, cada vez mais esses arranjos estão se desenvolvendo através de acordos agrícolas personalizados.

## 2.5 - AS FEIRAS LIVRES E O SEU POTENCIAL PARA O TURISMO CULTURAL

Tendo em vista que desde o seu surgimento as feiras livres são vistas como elo de conexão da economia impulsionando as relações econômicas, sociais, políticas e culturais percebemos-las intrinsecamente ligadas à cultura popular. Na visão de alguns especialistas, a feira livre no Brasil constitui um mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública e voltada para a distribuição local de produtos alimentícios e produtos básicos.

Mesmo este sendo um evento de cunho comercial é muito presente a cultura popular dentro destes. É perceptível o quanto tem de um povo dentro desses eventos e como isto chama a atenção do turista que busca conhecer cada vez mais as tradições do



local que visita. Este é um lugar cheio de cheiros e sabores mais variados. Lugar da informalidade, da familiaridade, onde se adquire experiências e vivências sociais.

A antropologia usa o termo feira livre para designar costumes, folclore, tradição oral, artesanato, etc., ou seja, tradição de um povo. Concomitante a isso, seria o homem, um dos seus principais atores, o responsável pelo sucesso dessa empreitada.

Mesmo a feira tendo um caráter fundamentalmente comercial, não se pode deixar de mencionar o princípio da tradição, da cultura popular, dos cheiros e sabores e de tudo o que pode chamar a atenção para o turismo. Aqui há um resgate de valores, de afirmação e reafirmação de identidade, tornando este ambiente mais atrativo e prazeroso. O turista quer ver o novo. Quer sentir novos sabores, pois isto o faz querer voltar. Sem contar na disseminação que os mesmos fazem instantaneamente. Levando para outros lugares tudo que viveu e experimentou em cada lugar.

Nesses espaços das conversas, das tradições, dos encontros, das transgressões, das experiências, das compras, vendas e permutas, das jocosidades, das performances corporais e orais, enfim, das cores, odores e sonoridades que se misturam e se dissolvem, inúmeras pessoas efetuam as reproduções sociais e capitalistas da vida cotidiana. Assim, FREIRE (2011) nos remete a pensar que “Os modernos equipamentos de venda a varejo, tais como os supermercados, não dão (PI não criam) a oportunidade do indivíduo, do simples consumidor, estabelecer laços de uma futura amizade com outras pessoas nos momentos em que se abastece, durante suas compras, nem uma suposta fidelidade mútua com o vendedor, isto é, não há muito diálogo, proximidade entre pessoas, não se desfruta de modo diferente desse tipo de lugar, etc.” FREYRE (2011).

Relativo ao que já foi citado, não se pode deixar de mencionar um fator muito interessante, a mistura de raças, etnias, de povos, dentro de uma feira, o que acaba tornando ainda mais atrativo para o turista. Apesar de cada um ter seu trabalho específica a sua zona de conforto, cada um faz parte do sucesso do projeto. As feiras livres sustentam o turismo de muitos lugares. Considerada como a filha rebelde da modernidade, ela vem sobrevivendo ao tempo, em meio a modernização mesmo que tenha sofrido algumas pequenas transformações, o calor humano ainda continua sendo sua marca maior. Hoje não se percebe diferenças gritantes entre as feiras das pequenas para as das grandes cidades, mesmo sendo, nas cidades pequenas, na maioria das vezes, a maior e mais forte fonte de renda do lugar.

Outra característica marcante e interessante que acontece no seio das feiras é a competição dentro dela existente. Apesar de cada ente colaborativo possuir suas características próprias, os clientes já possuem, em sua grande maioria, sua barraca preferida, o feirante mais amigável, que dar melhores descontos. Da mesma forma que existem feiras consideradas melhores e mais organizadas. Enfim, a busca pela exclusividade, pelos melhores preços e por melhores produtos, a alegria, a união, ainda faz parte do itinerário do turista bem como do morador local que busca também um ambiente mais humanizado para fazer suas compras.

Em relação à cidade de Manaus, a qual é considerada uma cidade culturalmente turística, o que se vê são turistas de todas as partes do mundo. “O encontro, a conversa, a troca simbólica, o discurso são elementos que se incluem na troca material. Passar pelas ruas tomadas pelas “barraquinhas” é contato, encontro com o outro, ver outras mercadorias, outras pessoas. Os sentidos são aguçados: são percebidos sons, odores, fala-se mais alto, anda-se mais à vontade, misturam-se ricos e pobres, brancos e negros, crianças e jovens e adultos COSTA (2010).

Outrossim, é o olhar em relação ao comportamento do consumidor dentro das feiras. Como este se comporta? Como ele consegue enxergar esse mundo tão excêntrico e ao mesmo tempo essencial para a economia do lugar? Como a agricultura familiar interfere dentro desse contexto? Qual sua importância?

Dentro de um mundo onde a globalização é o carro chefe da modernidade, pode-se perceber que ainda existe uma preocupação das pessoas em relação a sua alimentação e demais produtos a serem consumidos. Dentre as mais diversas feiras livres que existem, pois não são só hortifrutigranjeiros, os produtos comercializados nesses lugares, há uma preocupação dos clientes em relação à qualidade dos produtos oferecidos. A preocupação com uma alimentação mais saudável e balanceada vem agregada a produtos frescos e orgânicos os quais podem ser encontrados dentro das feiras. E pode-se observar que as mulheres têm uma responsabilidade efetiva em relação a essa mudança. Atribui-se a essa mudança, o fato de a mão-de-obra feminina está bem mais presente nessas atividades, havendo assim uma preocupação muito maior no desenvolvimento do trabalho, bem como na qualidade dos produtos.

Tendo em vista que hoje o consumidor está bem mais exigente e consciente dos produtos que deseja levar para casa, faz-se necessário um trabalho mais minucioso e detalhado, desde os produtos confeccionados aos cultivados pelos agricultores de

grande e médio porte, pois, em sua grande maioria, os consumidores possuem um conhecimento mesmo que breve, dos produtos a serem adquiridos.

Diante disso, algumas bibliografias nos levam a conhecer um pouco melhor o consumidor que, como consumidor, sofre influências culturais, sociais, pessoais e psicológicas, sabendo que os fatores culturais exercem essa influência de forma mais eficaz. Neste sentido, a análise do comportamento do consumidor precisa e deve ser realizada sob os aspectos que influenciam esse comportamento. Dentre esses, os fatores culturais e econômicos influenciam diretamente no comportamento do consumidor, pois a cultura é conhecida como o fator determinante no comportamento de uma pessoa.

Não obstante a isso, pode-se citar o trabalho dos agricultores familiares. Prática que traz um alto índice de sustentabilidade as feiras, pois os produtos hortifrutigranjeiros são os mais procurados e adquiridos nesses lugares. “A cidade que possui uma feira se movimenta em função de um contingente de pessoas que sobrevivem direta ou indiretamente dela e dos que vão à busca de produtos. Para os feirantes, ela é um meio de sobrevivência, um complemento de renda; para os consumidores e um local de acesso de materiais de necessidades básicas COSTA e SANTOS (2016).

Tendo em vista que as feiras agregam valores e uma predisposição para o crescimento econômico do município tirando muitas famílias do grau de miséria estabelecido pelas diversas circunstâncias imposta pela sociedade de classes. Costa e Santos nos remetem a uma visão muito positiva sobre a temática. Afirmam que “as feiras-livres se manifestam atualmente, vivas no espaço e mesmo com suas particularidades próprias em lugares públicos, mas sempre responde às mudanças impostas pelo sistema político e socioeconômico dominante, em cada período na história.” COSTA e SANTOS (2016). Assim pode-se perceber que as mudanças do perfil das feiras livres estão relacionadas à reorganização da economia e da sociedade, que vem ocasionando diversificação e aprofundamento do consumo de produtos naturais, orgânicos e de qualidade.

Em suma, as feiras oferecem produtos aos quais os clientes visualizam e fazem sua primeira compra que é com os olhos. Nas feiras tem-se uma diversidade muito grande, tanto nos produtos oferecidos como na clientela que a frequenta. Nestas aparecem do carregador braçal ao executivo, que dá preferência aos alimentos naturais, frescos e bem cultivados, aos industrializados.

Por isso, as feiras livres são tidas como o fio condutor de abastecimento de alimentos nas grandes e pequenas cidades. Por oferecerem produtos frescos, estas constroem um elo entre produtor, comerciante e cliente, existindo entre os mesmos um poder de barganha entre compra e venda que satisfaça todos os envolvidos no processo.

Vale salientar que essa prática tem perdido espaço para os grandes supermercados, varejões e sacolões que tentam estudar o comportamento do consumidor e com isso ganhar os clientes que se mostram cada vez mais exigentes nas escolhas em que suas compras estejam envolvidas, tais como: local, limpeza do lugar, produtos frescos e de qualidade, manejo e conservação do produto, os quais chamam a atenção tanto dos próprios moradores do lugar como dos turistas que ali freqüentam.

Não se pode negar que diante da procura pelo frescor e qualidade do produto, as feiras voltaram ao cenário comercial com muita força. Elas voltaram para o centro das atenções novamente. Ou seja, o consumidor sabe exatamente aquilo que procura e quer levar para casa. “Com todo esse avanço, o agronegócio e a agricultura familiar se destacam na economia mundial, pois são eles que garantem o sustento alimentar das pessoas e contribuem para o crescimento das exportações brasileiras” I EIGEDIN (2017).

A agricultura familiar brasileira é considerada social e produtiva. Após o ano de 1990, algumas políticas públicas foram formuladas com o intuito de garantir à reprodução, produção de alimentos, a fixação do homem no meio rural, e melhor qualidade de vida SOUZA-ESQUERDO; BERGAMASCO (2014).

Diante disso, pode-se dizer que se precisa estar muito atento ao que está sendo ofertado aos clientes, mesmo que seja em feiras livres, pois o clima, o local, a assepsia do lugar, o calor humano, o grito do feirante e principalmente a qualidade do produto colocado à venda, tudo isso também influencia na decisão de compra do cliente, e para o turista, principalmente, isso tudo é muito importante.

Para que haja uma conquista de clientes é preciso superar a concorrência, mas para isso precisa primeiramente conquistar o seu cliente de uma forma que faça com que ele se sinta bem, tendo um conforto, superando suas expectativas, lhe proporcionando um bom atendimento, bons produtos ou serviços que façam com que ele se sinta em casa. Um bom atendimento faz toda a diferença ao conquistar um cliente para que sempre retorne a sua empresa e não aos seus concorrentes do mesmo ramo I EIGEDIN (2017).

Outra forma de trabalhar a feira livre como força atrativa para o turismo é transformá-la em celebração da cultura popular. Turistas sentem-se embebecidos pela cultura diferenciada de seu habitat natural e em Manaus não é diferente disso, pois o que é formalmente um evento comercial pode muito bem receber essa nova roupagem e assumir a categoria de integração social, bem como a celebração de costumes, transformando a rotina instaurada nas feiras em uma festa de vendas sob o olhar criterioso do turista. “Acredita-se que o turista que busca fazer turismo com foco na cultura é alguém que quer enriquecer seus conhecimentos, portanto busca locais onde essa cultura seja valorizada e reconhecida, onde se possa vivenciar uma experiência diferente de suas crenças e costumes em seu lugar de origem SILVEIRA (2017).

Embora as feiras livres sejam basicamente comerciais aqui estão presentes todas as formas de cultura popular, trazendo o turista ainda mais perto do seu objetivo. Assim, nesses espaços das conversas, das tradições, dos encontros, das transgressões, das experiências, das compras, vendas e permutas, das jocosidades, das performances corporais e orais, enfim, das cores, odores e sonoridades que se misturam e se dissolvem, inúmeras pessoas efetuam as reproduções sociais e capitalistas da vida cotidiana. Para Câmara e Lima (s/d. p. 03) “Sendo assim, a feira é, reconhecidamente, um espaço – um mundo – de percepções, sentidos e interações, no qual redes de educação, sociabilidades e cultura são tecidas [...]”.

Diante disso, faz-se necessário ressaltar que como as feiras acontecem geralmente em locais e datas programadas torna-se um local de encontros, de risadas, de rever pessoas conhecidas onde se possa desfrutar e realizar uma compra mais calma, demorada, cheia de trocas de carinho e amizade. Isso aproxima o produtor do comprador, trazendo para perto de si o turista, cliente em potencial.

As pessoas sentem-se ameaçadas pelo novo, pelo outro e preferem viver próximos dos que lhe são iguais. Assim, sentem-se mais seguros. As feiras são lugares onde ainda há essa tranquilidade, essa confiança, essa troca de carinho experiências e de encontros. Ainda é um lugar onde as pessoas se encontram. Lugar de exposição das tradições e costumes.

## 2.6 - ENTRE O CAMPO E A CIDADE: A FEIRA

Desde o seu surgimento, as feiras tem sido um local privilegiado de encontros, manifestações de arte e cultura local, bem como de relações sociais e econômicas. É

altamente reconhecida como o elo de união entre o campo e a cidade. Local onde muitas famílias tiram seu sustento financeiro. Lugar onde as famílias vão buscar seu alimento fresco, natural e de boa qualidade.

Dentro dos municípios, sejam eles grandes ou pequenos, as feiras continuam sendo o fio condutor da economia local, trazendo para muitas famílias o pão de cada dia. Esta continua sendo uma das práticas mais antigas do comércio varejista. Espaço cheio de variedades, sons e cores com feirantes gritando e cantando suas ladainhas que chamam a atenção do público.

Os feirantes vêm de diversas partes, fazendo essa conexão entre o campo e a cidade cheio de objetos e produtos para venderem na feira. Pessoas jovens, adultos e também muitos idosos vindos da zona rural, participam desses momentos na feira na venda de seus produtos. “Pode-se considerar uma feira livre como uma espécie de comércio varejista a céu aberto, que promove essencialmente a distribuição de gêneros alimentícios básicos, muitos deles oriundos da zona rural do município. Porém, essa localidade pode ultrapassar seu valor de simples local de abastecimento alimentício da comunidade e se agregar um valor mais amplo, o valor cultural, pois outros produtos vendidos junto aos alimentos, sendo estes próprios do lugar onde a feira se encontra SILVEIRA (2017).

Os agricultores feirantes são muito beneficiados neste local. Aqui eles vendem seus próprios produtos baseados em uma produção baseada numa alimentação local, onde os produtos são frescos, saudáveis e de maior qualidade.

Neste sentido, pode-se dizer que a agricultura familiar vem ocupar seu espaço e importância merecida, neste cenário, pois esta é aquela à qual se agrega valores a propriedade e a gestão aonde a maior parte do trabalho vêm de pessoas que mantêm entre si vínculos de sangue ou de casamento. A mesma possui características bem diferentes da patronal, que se utiliza de mão de obra contratada para realizar suas atividades, sendo que, segundo estatísticas, os países que alcançaram desenvolvimento através da agricultura, o obtiveram através da agricultura familiar, sendo este um modelo que não foi seguido em nosso país. Hoje o estado do Amazonas busca adotar esta metodologia de trabalho, apoiando famílias inteiras e financiando projetos para que os agricultores possam chegar até as feiras, venderem seus produtos, sem a interferência dos chamados atravessadores, que tiram destes, grande parte de seus lucros, pagando aos agricultores uma ninharia pela sua produção e revendendo-as por um preço abusivo.

Com o intuito de melhorar a vida do pequeno agricultor, a ADS (Agencia de Desenvolvimento Social) concomitantemente ao Exército Brasileiro em parceria com algumas Prefeituras Municipais do interior do estado, deu início em 2008 ao projeto Feira de Produtos Regionais, oportunizando os pequenos agricultores do interior a terem uma oportunidade a mais de trabalho. Tendo uma oportunidade de melhorias de vida para suas famílias.

Diante do conteúdo supracitado, pode-se dizer que o município de Manaus tem um ambiente favorável para essas feiras acontecerem. Em consonância a isto SILVEIRA (2017), nos remete a reconhecer que fazem parte da agricultura familiar, atividades econômicas desenvolvidas no meio rural que utilizam a mão de obra da própria família, na qual possuem a maior parte da renda familiar proveniente das atividades agropecuárias desenvolvidas no meio rural. Como os familiares residem geralmente no mesmo local, o trabalho flui de forma mais harmoniosa e rentável, tornando tudo mais acessível. Assim, todos acabam fazendo parte do processo desde muito cedo.

Como nossa região apresenta dois ecossistemas bem distintos e acentuados: várzea e terra firme é neste ambiente mais que propício que o agricultor manauense cultiva seu plantio. Em se tratando desses ambientes FRAXE (2011) e NODA (2007), afirmam que em torno de 98% da grande planície é constituída por terra firme, normalmente não inundada, com altitudes de dez a cem metros do nível do mar, com espessa floresta tropical cobrindo os solos, em geral de baixa fertilidade. No que tange a várzea, pode-se dizer que a mesma é composta por 1,5 % de toda a planície a qual forma o leito maior do rio e está sempre sujeita a inundações periódicas. A mesma apresenta uma grande variedade de animais para a caça e possui um solo muito propicio a agricultura, sendo muito mais aproveitável para a agricultura de hortaliças que a terra firme.

Entende-se que o que mais caracteriza a agricultura familiar é o processo produção direcionado ao atendimento das necessidades da manutenção e reprodução biológica e social do produtor rural. “A agricultura familiar possui grande importância, pois vem contribuindo para o reconhecimento econômico e social e vencendo alguns preconceitos que são percebidos ainda no meio rural, pois muitas pessoas ainda vêm quem reside no campo como pessoas que não são atualizadas, que vivem do passado. Mas ao contrário desse pensamento, muitas pessoas não visualizam que é através dessas pessoas que residem no meio rural que obtém muitos alimentos de boa qualidade

presente na mesa do brasileiro, nos supermercados das cidades e nas feiras livres que acontecem aos finais de semana aonde muitas pessoas vão à procura de produtos com o preço mais acessível do que nos supermercados”I EIGEDIN (2017).

A agricultura familiar é uma arte diversificada, pois, trabalha com várias culturas para atender de modo mais imediato o que falta na cozinha do consumidor. Estes possuem um público alvo bem definido sabendo muito bem o que oferecer e como oferecer. Nesse sentido eles abastecem as feiras e conseqüentemente a cozinha do consumidor com seus produtos frescos, naturais, orgânicos e de boa qualidade. Assim, pode-se afirmar que o homem do campo, do Amazonas, é visto como aquele que trata de forma simples e objetiva sua produção e sua mercadoria. TAVARES (1984) e FRAXE (2011), afirmam que essa combinação de elementos faz com que o camponês se apresente no mercado como vendedor dos produtos de seu trabalho e como produtor direto de mercadorias.

Diante desta realidade, o agricultor passa a observar o que se vende e a partir daí estabelece uma linha de comércio com o mercado local, feiras livres e onde mais puder realizar suas atividades, pois as vendas que são realizadas diretamente, sem intermédio dos atravessadores, rendem mais lucro, pois os preços são melhores e o pagamento efetuado a vista faz com que as coisas fluam de forma mais efetiva e organizada, pois sem as feiras, os atravessadores vão até os locais de plantio, pagam pelo produto um preço muito baixo deixando os produtores sem o lucro esperado. Daí a feira veio favorecer o agricultor, fazendo essa ponte entre o campo e a cidade.

Dada toda essa importância NODA (2007) e FRAXE (2011), lançam a afirmativa de que a aproximação entre o campo e os centros urbanos é um fator de grande importância. Em consonância a isso, pode-se dizer que aqueles produtores que residem em locais muito distantes dos mercados ou das feiras tende a deixar de vender seus produtos diretamente ao consumidor perdendo assim boa parte dos seus lucros.

O Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura afirma que as feiras livres são elos de comercialização dos produtores familiares com o restante da sociedade, pois esta categoria dificilmente recebe apoio de políticas públicas mais eficazes e mesmo assim, estão lá as abastecendo com seus produtos de qualidade. Quando acontecem de serem beneficiados com algum projeto/ financiamento, os juros são muito altos levando-os a não aceitarem tais financiamentos.

Na cidade de Manaus, as feiras vêm resistindo a tudo isso, ao longo do tempo. Os agricultores relatam como a mesma tem facilitado suas vidas. Vender seus produtos



pelo preço justo, sem intermédio de atravessadores, já deu outro olhar para todo esse processo. Sabe-se que isso não é suficiente, todo o estado do Amazonas precisa de políticas públicas mais eficazes nesse sentido, programas/projetos que fomentem a agricultura familiar, proporcionando a estes uma vida mais digna em todos os setores.

Um fator marcante e que não pode ser esquecido é a presença feminina nas feiras. Elas se apresentam em um número bem maior que os homens. Elas gerenciam as bancas, dão todas as coordenadas para as vendas, tornando o momento bem mais agradável e a negociação mais acessível. “A mulher é mais determinada, de atitude, trabalha muito, tem mais responsabilidade e sabe vender melhor que o homem”. Comunica-se mais. (Entrevistada, CIGS, 2013). A mulher vem ganhando espaço, se esforça, faz curso, vende mais que os homens. Meu pai é que planta, eu ajudo, mas quem vende na feira sou eu. CASSAM (2014).

Este contato direto com o consumidor, a escolha dos produtos a serem comercializados, a organização e disposição dos produtos para a venda, tudo isso, chama atenção do cliente, agrega valores, não esquecendo também desse feedback com os centros urbanos. Cria-se mesmo que sem querer, um vínculo, um elo de amizade. É neste sentido, que se pode afirmar que as feiras livres são os canais de comercialização, é o meio mais viável para a agricultura familiar escoar seus produtos, transformar seus excedentes em lucro financeiro.

Durante a maior parte da história brasileira, a Agricultura Familiar foi um segmento quase inteiramente esquecido pelo Poder Público. “Em alguns municípios as feiras livres são mais que programas de abastecimento alimentar para a população. A feira livre é vista como um acesso a bens de primeira necessidade, empregabilidade para as pessoas do campo e distribuição dos bens econômicos.” I EGEDIN (2017).

Diante desta realidade o que se pode discorrer é que apesar de a cidade ser vista como a “detentora do poder” é o campo que a solidifica quando a abastece com seus produtos, dinamizando assim a economia. Sabe-se que desde o período neolítico até meados do século XIX a agricultura passou e passa por crises, recupera-se e declina novamente, mas nunca perdeu o status de que é uma atividade útil e muito importante para a sociedade.

Trazendo tudo isso para a realidade da nossa região onde os rios são as estradas e a sazonalidade dos rios uma marca muito importante em nossa região. É muito importante salientar que essa sazonalidade dos rios (cheia e seca) tem um importante

papel na variação dos preços dos produtos in natura que chegam as feiras de nosso estado, pois a mesma interfere diretamente na produção.

Com o passar dos anos, as feiras em nossa capital foram se firmando ao redor da orla e dos portos por onde os ribeirinhos agricultores escoavam seus produtos, era ali, a venda de suas produções, assim, aos poucos, elas foram tomando forma e ganhando espaço. Segundo VALENTE (2011) “Feiras livres são eventos periódicos, que ocorrem em espaços públicos, aonde homens e mulheres realizam trocas comerciais de mercadorias, com o intuito de garantir sua condição de vida.”

Assim, pode-se dizer que a feira da Manaus Moderna, uma das mais importantes da cidade, existe desde a década de 70 de modo que sua inauguração oficial data de 1994. Esta está para Manaus como a CEASA para São Paulo no abastecimento da cidade. Seus produtos abastecem a capital bem como as demais cidades do estado. Por estar em uma localização espacial privilegiada, torna-se mais fácil abastecer as embarcações para que as mesmas subam ou desçam os rios e/ou receber os produtos dos ribeirinhos.

De acordo com dados da Secretaria Municipal de Produção e Abastecimento-SEMPAB a feira Coronel Jorge Teixeira, vulgo Manaus Moderna ocupa uma área total de 8.251.84 metros quadrado. A mesma já passou por três reformas nos anos de 1996, 2000 e 2001. Possui 674 boxes, 240 bancas e 17 pedras. A feira apresenta uma diversidade de atividades dentre as quais podemos destacar as mais relevantes que são as vendas de produtos hortifrutigranjeiros, carnes e pescado. Devido a sua localização espacial privilegiada e por ser considerado um forte ponto turístico, a mesma passou por uma importante adequação para a copa do mundo, pois Manaus foi cidade sede dos jogos mundiais de 2014, levando a mesma a um patamar ainda mais elevado no cenário turístico da capital. Assim, a feira Manaus Moderna, como é popularmente conhecida, também é vista como um ambiente de conflitos de interesses, pois, o sistema de produção ao qual a feira está inserida leva seus agentes a se portarem assim. Onde os pequenos feirantes, que possuem uma renda mais baixa perdem espaço para os que possuem um capital maior. Estes dominam o espaço, tiram as oportunidades dos menos favorecidos. Ganham o espaço que antes pertencia aos atravessadores. Até estes são tirados do cenário. Diante desta premissa pode-se considerar a realidade de que “O Brasil é um país formado por uma variedade de grandes centros comerciais, dando ênfase as feiras livres que estão inseridas neste segmento, é comum a família tanto vinda do campo ou da cidade comercializar seus produtos para fins de aumentar a renda,

dessa forma a feira tem a finalidade de circular o capital e trazer benefício a região”SILVA (2014).

Mediante isto, pode-se afirmar que a relação campo/cidade, estará sempre marcada por sua dinamicidade e as características intrínsecas a ela serão sempre explicadas pelo modo de vida presente nesta sociedade.

## 2.7 - A GESTÃO DE PESSOAS; OS PROCESSOS E A QUALIDADE NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS NAS FEIRAS LIVRES

Neste capítulo abordar-se-á sobre a gestão de pessoas e os processos na produção dos alimentos dentro das feiras. Em que isto tudo implica para o bom andamento/rendimento do trabalho. A relação interpessoal bem como uma boa comunicação entre todos os envolvidos no processo implicará num resultado positivo e próspero dentro do ambiente laboral.

Diante desta premissa, pode-se dizer que juntando a importância do ser humano com uma boa relação interpessoal fará com que qualquer modalidade de trabalho, até mesmo nas feiras livres, fará toda a diferença para o sucesso ou para o fracasso de qualquer empreitada. Atualmente a então Gestão de Pessoas tem por objetivo governar os comportamentos internos e potencializar o capital humano, no intuito de inserir ou manter uma mão de obra qualificada no mercado. Devido aos avanços tecnológicos e as mudanças rápidas na sociedade, a utilização dessa ferramenta passou a ser indispensável na busca de talentos para as organizações. MIRANDA (2009). Assim, as pessoas passaram a produzir mais e melhor por se sentirem parte do processo. Por terem seus talentos reconhecidos, sua forma de trabalho mudou, deixando de ser meros figurantes para serem atores no processo laboral. As pessoas passaram de simples empregados a colaboradores de voz ativa e se tornaram os grandes responsáveis pelo sucesso da empresa. Junto a essa transformação vieram à valorização, os incentivos e treinamentos para reterem talentos que progredissem em conjunto ao objetivo da empresa CHIAVENATO (2011).

Não é fácil manter uma comunicação eficiente e eficaz devido às divergências de cada sujeito que possui seu modo de ser, pensar e agir. Assim, é importante para quem estar a frente dos trabalhos, ficar atento a mudanças e tendências dentro da sociedade. Isso não nos remete só aos trabalhos das grandes empresas, trazendo esta realidade para as lavouras, para a agricultura familiar, para as feiras livres, também

precisam desta atenção. Todos precisam ter voz. Precisam ser ouvidos para que aja um bom entrosamento entre todos e o trabalho aconteça com mais fluidez. Assim, o trabalho flui, as coisas caminham de forma mais harmoniosa o sucesso da empreitada virá com mais segurança e certeza. As mudanças acontecem, o mercado cresce a concorrência também, com isso, se aperfeiçoar no que faz e como faz, fará a diferença com a concorrência. Por isso, gerir pessoas e recursos será sempre um forte aliado de qualquer empreendedor, desde o pequeno ao grande produtor.

Diante desta premissa CHIAVENATO (2011), diz que, empresas bem-sucedidas se organizaram e passaram a investir nos recursos humanos, visto que esses recursos são visualizados como peças chaves, responsáveis pelo sucesso ou não da empresa. Trazendo isto para dentro da realidade das feiras livres, vale salientar a maneira de como as pessoas trabalham dentro das feiras, a maneira de tratar o consumidor, sempre com um sorriso no rosto, maneira agradável de recepcionar o cliente, arranjos nos preços, faz com que o cliente queira voltar e muitas vezes tornar-se cliente assíduo de certas bancas.

Dentro da agricultura familiar, as pessoas que estão envolvidas neste trabalho geralmente são da própria família, mas, mesmo assim, esse tratamento precisa existir.

Assim, as pessoas constituem parte integrante do capital intelectual da organização. As organizações bem-sucedidas se deram conta disso e tratam as pessoas como parceiros do seu negócio e fornecedores de competências e não mais como simples empregados contratados CHIAVENATO (2011).

Pessoas que trabalham neste ramo passam muito tempo de suas vidas envolvidos neste processo, pois estes buscam o sucesso de seu empreendimento. Sua meta principal é buscar um entrosamento entre relação mútua e benefícios recíprocos. “Com a globalização dos negócios, o desenvolvimento tecnológico, o forte impacto da mudança e o intenso movimento por qualidade e produtividade, surgiram uma eloqüente constatação na maioria das organizações: o grande diferencial, a principal vantagem competitiva das empresas decorre das pessoas que mantêm e conservam o status – que geram e fortalecem a inovação e o que deveria vir a ser. São pessoas que produzem, vendem, servem o cliente, tomam decisões, lideram, motivam, comunicam, supervisionam, gerenciam e dirigem os negócios das empresas RIBEIRO (2005).

Esta é uma realidade das feiras livres, os clientes procuram além de produtos frescos e de qualidade, um bom preço e o tão desejado calor humano que na maioria das vezes faz toda a diferença. Muitas pessoas vão as compras em feiras justamente por

gostar desse contato mais próximo entre cliente e vendedor, do bate-papo com o feirante que já virou seu amigo. Por ele conseguir sempre um bom preço, enfim, tudo volta sempre para o processo de gestão de pessoas. Este fator sempre fará a diferença. A comunicação será sempre considerada como a alma do bom negócio entre produtor, comerciante, consumidor. Esta nunca deixará de ser uma atividade administrativa. “A eficiência econômica dos atores que compõem a feira se concretiza no gerenciamento e manutenção dos empreendimentos cooperativos ali existentes constituindo a identidade própria de ser feirante e freguês” JESUS, DAMERCE (2016).

Assim, todos farão seu trabalho da melhor maneira possível, sem estresse e sem delongas, pois a morosidade sempre será um fator negativo dentro de qualquer ramo de trabalho. A comunicação será sempre a melhor arma de um negócio, pois esta está diretamente ligada às relações humanas, as tomadas de decisões bem como as negociações de fato. Em um de seus relatos LIMA (2003), diz: “A comunicação é extremamente importante em qualquer relação humana, visto que sem ela seria praticamente impossível trocar informações, transmitir pensamentos e sentimentos, enfim estabelecer interação entre as pessoas.” Em razão de existir diferentes linguagens precisa-se estar atento ao fato de que a comunicação pode acontecer de várias formas e nos mais variados ambientes. Quando os atores envolvidos em qualquer processo trabalhista passam a ter voz bem como poderes para tomar decisões, eis que surge com isso uma evolução no cenário trabalhista permitindo com isso que haja sucesso e que surja um ambiente de trabalho mais favorável ao convívio e ao bem comum. Para ALBUQUERQUE (2012), “um dos fatores impulsionadores do sucesso em nossa carreira, é a forma pelo qual relacionamos com as pessoas.”

Assim, as metas, lucros, investimentos, negócios dentre tantos outros, estão atrelados ao comportamento humano. CHIAVENATO (2011), em consonância a isso Albuquerque nos remete a pensar. A valorização dos relacionamentos vem tomando forças no perfil profissional que as organizações exigem. Onde se buscava, acima de tudo, experiência técnica, hoje ganhou-se espaço para habilidades comportamentais de flexibilidade, inteligência emocional, criatividade, entre outras. Não basta somente ser um excelente técnico, temos que também perceber e respeitar as diferenças de cada membro da equipe (ALBUQUERQUE, 2012, p. 01).

Dentro das feiras, o modo de ser, de agir e até mesmo de pensar das pessoas, influencia no bom andamento das coisas. Em um ambiente carregado de energia negativa, pessoas mal-humoradas, estes acabam perdendo o foco cooperativo e passam

a ser vistos como um local de frustrações e os donos do negócio acabam perdendo muito com isso. Albuquerque orienta a pensar que o pensamento oposto facilita o alcance dos objetivos traçados.

A média que trabalhamos mal-humorado perdemos o foco da cooperação e integração grupal, dificultando ainda mais comunicação e a motivação das pessoas. Se ao invés disso usarmos de maturidade, autoconhecimento e bom senso em nossas ações elevaram nossa auto-estima e participação, colaborando para um ambiente de troca e crescimento. Desenvolver um bom nível de comportamento com todas as pessoas é uma responsabilidade individual e organizacional (ALBUQUERQUE, 2012).

O objetivo, com isso é que os problemas pessoais sejam deixados do lado de fora de qualquer ambiente laboral. Sabe-se que as pessoas são providas de sentimentos e que há uma grande dificuldade de se deixar de lado o sentimentalismo e se colocar o profissionalismo a frente de qualquer coisa, mas precisa-se buscar esse aperfeiçoamento para que o futuro do empreendedor não se comprometa. O autoconhecimento evita que as emoções atrapalhem o desenvolvimento do colaborador e da organização. ALBUQUERQUE (2012).

Quando se traz toda essa realidade para o cenário das feiras, para a agricultura familiar, onde os processos e mão-de-obra são bem mais precários, percebe-se o quanto este ramo laboral perde em comparação as empresas mais estruturadas. A tecnologia está aí, sendo inovada e trazendo inovação quase que diariamente. A globalização em consonância com a elevação de poder, dando aos grandes empresários um suporte que os pequenos agricultores e feirantes não possuem. Isso os induz a focar em ações e estratégias que visem o alcance e aproximação do consumidor focando sempre em ações conjuntas, quase nunca no isolado. Assim, quando os menos favorecidos deste ramo puderem usufruir desta ferramenta tão útil seus ganhos serão maiores. Sendo assim, o caminho a seguir é adotar a modelagem, já que esta, na empresa é uma tendência da gestão empresarial a qual atua de forma que, “a construção de representações (parciais ou totais) de uma organização ou de uma cadeia produtiva, marcadas pelos objetivos e pontos de vista específicos de seus autores, que servem de referência para a comunicação e a tomada de decisões” VALLE (2006).

Outro detalhe muito importante são os processos dentro de uma organização. Estes são os grandes responsáveis pelos procedimentos na produção dos produtos e serviços oferecidos aos clientes, criando a partir daí diferentes meios competitivos na tentativa de adentrar o mercado com sucesso. Assim, DAVEMPORT (1994) e MOURA

(2014), dizem que, o processo nada mais é que uma estrutura bem definida para a produção de bens ou serviços, ou seja, possui início, meio e fim, possuindo entradas de insumos e saídas do produto manufaturado. Seguindo esta linha, MARTINS e LAUGENI (2002), falam que o processo pode ser determinado como o caminho percorrido por um material desde sua chegada à organização até sua transformação e saída da organização para o cliente.

Neste sentido, precisa-se pensar na qualidade do produto que está sendo ofertado/oferecido ao cliente. Produtos frescos, de boa qualidade, bem conservados, tornando o produto mais atrativo aos olhos do consumidor. Outro sim, “a qualidade é o nível de excelência que a empresa escolheu alcançar para satisfazer à sua clientela-alvo. É, ao mesmo tempo, a medida com que ela se conforma a esse nível.” HOROVITZ (1993).

Então, desde o agricultor ao feirante, todos precisam pensar e analisar suas atitudes. As estratégias a serem usadas para satisfazer os desejos de sua clientela que muitas vezes é tão assídua, fiel. Isso se resume em assegurar a qualidade. Sendo assim, questiona-se: O que é qualidade? Basicamente, a qualidade dos produtos e serviços não é definida ou determinada pelas empresas produtoras. Ela é determinada pelos clientes. A qualidade de um produto ou serviço é a percepção do cliente do grau que o produto ou serviço atende a suas expectativas GAITHER, FRAZIER (2002).

Quanto maior a procura de um produto, maior a sua qualidade. Quanto mais se busca, se compra, se procura mais aperfeiçoado será a produção, o atendimento e a receptividade, ou seja, a qualidade será sempre alcançada com êxito. Para SLACK, CHAMBERS e JHONSTON (2009) e VEIGA e BRAGA (2014), a qualidade diz respeito à entrega do produto ao cliente atendendo suas expectativas. Quanto mais interessados e esforçados forem os envolvidos no processo laboral em qualquer ramo de trabalho, maior a qualidade do serviço ou na entrega dos produtos, sejam eles alimentícios ou não, em feiras livres ou em supermercados. A satisfação do cliente é seu objetivo maior.

Desde a década de 80 a preocupação quanto ao comportamento das pessoas no que tange ao alcance dos objetivos traçados pelas empresas ou outros grupos envolvidos nos mais diversos ramos de trabalho evidencia o chamado caráter estratégico na gestão de pessoas para qualquer tipo de negócio. Enfatizando o que foi supracitado MARTINS-ALCARAR (2005), definem gestão estratégica de pessoas como “um conjunto integrado de práticas, políticas e estratégicas por meio das quais as

organizações gerenciam seu capital humano, que influenciam e são influenciadas pela estratégia do negócio, pelo contexto organizacional e pelo contexto socioeconômico”.

Sabendo que tudo isso pode e deve refletir na qualidade dos produtos nas feiras e demais lugares fazem-se necessário um olhar mais criterioso em relação ao assunto abordado neste estudo que são as feiras livres. Mesmo que o cultivo de hortifrutícolas esteja em expansão, este setor ainda enfrenta problemas com perdas, que se iniciam desde a produção até a distribuição do produto ao consumidor final VILELA (2003). Assim fica evidente que a falta de gestão, tanto de pessoas, bem como de processos, leva tanto os agricultores como os feirantes a não alcançarem o sucesso desejado. A forma de armazenamento incorreta, a falta de transporte, dentre outros fatores, gera os gargalos mais frequentes em meio aos fracassos nesse ramo de negócio.

Sendo assim, os serviços de acordo com RONTONDARO e PALADINI (2005) e SILVA E COSTA NETO (2007), são caracterizados pela heterogeneidade, intangibilidade, não armazenagem, necessidade de participação do cliente e simultaneidade com o consumo, logo sua qualidade não pode ser desagregada da qualidade em serviços.

Com isso, os empresários, agricultores, feirantes, etc., que não se atentam ao trabalho, a qualidade dos serviços e a gestão de pessoas e processos, geralmente perdem espaço e são facilmente ultrapassados no mercado competitivo dos negócios. Para POTER (1984) para se alcançar os objetivos traçados, precisam-se traçar algumas estratégias que farão toda a diferença, tais como: liderança em custos, através da economia de escala, redução de custos, entre outras; diferenciação, através da criação de algo em que o setor perceba exclusivo; e foco, através do atendimento excelente, em qualidade, serviços e custos.

Seguindo esses passos, qualquer linha empreendedorista terá êxito. Precisa-se buscar a otimização dos serviços oferecidos aos clientes, desde o produto coletado na roça, até o contato direto com o cliente no ato de compra e venda nas feiras. A cada contato firmado com o cliente fica mais fácil de satisfazê-lo ou não. Em outras palavras, serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação ALBRECHT, LAS CASAS (1999).

Em suma, qualidade do serviço, nada mais é que satisfazer o cliente e atender suas expectativas. O agronegócio em nosso país tem uma importante participação em nosso PIB, o qual gera oportunidades de emprego e já tirou muitas famílias da miséria.



Mas para que este ramo seja bem mais efetivo, precisa-se muito se atentar aos fatores de gestão tanto de pessoas, como de processos e principalmente dos produtos.

## 2.8 - MODAIS DE TRANSPORTE AÉREO, RODOVIÁRIO E FLÚVIAL E SUA IMPORTÂNCIA PARA AGRICULTORES REGIÃO AMAZÔNICA

É fato que a história de uma gestão agrícola adequada começa e termina com um transporte eficiente e adequadamente gerenciado. O transporte ocupa um lugar muito importante em todos os setores, inclusive na agricultura. Especificamente na região do Amazonas o transporte apesar de ser na grande maioria aquático tem grande impacto para o desenvolvimento econômico social desta região.

Para produzir alimentos, os agricultores precisam de certos recursos, como sementes, fertilizantes, pesticidas, materiais de embalagem e muitos outros. Precisamente por isso, o transporte é um aspecto essencial da produção agrícola que permite a entrega de recursos agrícolas a um agricultor. Além disso, o transporte é um componente necessário para o manejo de culturas pós-colheita, isso quando a agricultura não é de subsistência. Afinal, cada safra colhida precisa ser transportada, seja diretamente do campo para o mercado, ou para outras cidades.

Para ADRIANA PEREIRA (2007), o século 21, sendo considerado o século da globalização mundial, será reformulado com suas atividades voltadas para o transporte de cargas por meio da multimodalidade, principalmente pelo foco necessário nas cadeias de abastecimento e suprimentos das empresas. Todos os modais de transporte (rodoviário, ferroviário, marítimo, aéreo, etc.) vêm conhecendo uma evolução significativa de tempos para cá, mas ainda existe uma estrutura que não permite seu total desenvolvimento. De acordo com este autor a competitividade e crescimento mundial, muitos entraves para a multimodalidade estão sendo derrubados, não só no Brasil, como no mundo todo.

No Amazonas o transporte tradicional e simples, ou mecanizado e avançado, esse mecanismo é um componente essencial em toda produção agrícola. O transporte gerenciado adequadamente é eficiente na entrega de recursos agrícolas e colheitas colhidas o mais rápido possível. Quando considerado como a prática final de entregar as colheitas ao mercado, o transporte é responsável pela preservação do rendimento e qualidade das culturas. Além disso, quando é administrado economicamente, o transporte dará bastante espaço para reduzir o custo total de produção.

A utilização de dois ou mais modais no transporte de mercadorias de modo complementar, diminui custos e perdas BARAT (2007) apud SCHMIDT (2011). A concorrência e a desunião entre os modais é o grande problema desse setor. O Brasil gasta 20% por ano do PIB em logística, custo 50% maior que nos EUA. É essencial comandar todos os modais de transporte para existir uma estrutura logística, principalmente para conter custos e ampliar a eficiência logística CNT (2005). A importância do sistema de transporte no mundo se traduz em seu resultado e eficiência, pois é por ele que produtos essenciais chegam às mãos de seus 14 consumidores. Uma nação ficaria paralisada se houvesse bloqueio de seu sistema de transporte. TRANSPORTE (2008) apud SCHMIDT (2011).

É importante elencar que os produtos são a linha da vida e fonte vital de sobrevivência para grande parte dos agricultores dessa região. O processo de produção inclui uma ampla gama de produtos relacionados à agricultura, como variedades de produtos crus e acabados sob as classificações de plantas, animais e outras formas de vida. A agricultura é melhor atendida pela alta demanda urbana e internacional confiável. Os produtos agrícolas produzidos têm que passar por uma série de operações, como colheita, debulha, seleção, transporte, armazenamento, processamento e troca antes de chegar ao mercado, e como é evidente em vários estudos em todo o país. Há perdas consideráveis na produção das culturas em todos esses estágios. Isto é melhor conseguido por um sistema de transporte e comercialização eficiente, de alto volume, onde os custos unitários de transporte e comercialização são baixos. Se a margem entre o que o agricultor recebe da venda de seus produtos e o que o consumidor urbano paga pela sua produção for alta, então a demanda efetiva transferida para o agricultor será correspondentemente reduzida. Da mesma forma, se os custos internos de transporte em um país forem consideravelmente altos, então o escopo para as exportações agrícolas também sofrerá em comparação com outros países mais eficientes.

Nesse sentido MELLO (1984) e SCHMIDT (2011) enfatiza que: “A importância dos transportes para o desenvolvimento de uma nação constata-se através de características que demonstram o quanto dependente é desse segmento, ao exemplo de um segmento industrial, se para por algum tempo, a população se manterá com os estoques existentes, do mesmo modo, se algum setor de comércio entrar em crise, as pessoas poderão tratar diretamente com os produtores, mas se o setor de transportes parar, as mercadorias não poderão chegar até os consumidores, contudo, o transporte é um meio fundamental para qualquer economia”.

Ao analisar o transporte de produtos agrícolas, identifica-se que os custos de transporte têm um papel crítico no reconhecimento da ligação entre acessibilidade e desenvolvimento agrícola. Um bom sistema de transporte é extremamente importante para o marketing agrícola competente.

Para a distribuição de produtos agrícolas, o transporte aquático tem um papel vital, pois é o principal meio de transporte de produtos agrícolas das fazendas para os mercados, bem como para várias comunidades urbanas, pois a escassez de rodovias do nosso estado para os outros é completamente limitado. Pode-se dizer que 70% do transporte nesta região é feita pelos rios, pois é um dos meios pelo qual os alimentos produzidos no local da fazenda são transportados para diferentes lares e mercados . O transporte cria mercado para produtos agrícolas, melhora a interação entre regiões geográficas e econômicas e abre novas áreas para o foco econômico. Existem relações complexas que variam tanto espacialmente como ao longo do tempo entre transporte e desenvolvimento. No entanto, para qualquer desenvolvimento, o transporte desempenha um papel crucial.

Nesse sentido MENDONÇA e KEEDI (1997) citam que os tipos de modais que formam o agrupamento terrestre são o ferroviário e o rodoviário; já o agrupamento que formam o marítimo é formado pelos meios marítimos, lacustres e fluviais, e ainda temos o duto viário e aéreo.

Nesta região existem muitos problemas e restrições associadas ao transporte de produtos agrícolas. Se os serviços de transporte forem incomuns, de baixa qualidade ou caros, os agricultores estarão em desvantagem quando tentarem vender suas colheitas. Um serviço caro levará naturalmente a preços baixos no produtor (o preço líquido que o agricultor recebe pela venda de seus produtos). Estradas sazonalmente bloqueadas ou serviços de transporte que danificaram os produtos, juntamente com um armazenamento deficiente, podem levar a perdas, uma vez que determinados produtos, como leite, legumes frescos e chá, se deterioram rapidamente ao longo do tempo. Se o produto agrícola é transportado através de estradas sem as devidas condições, então outras culturas (por exemplo, bananas, mangas) também podem sofrer perdas por contusões. Isso também resultará em preços mais baixos para o agricultor.

De acordo com o grupo de estudos do Amazonas INPA (2011) nós temos dificuldade em recuperar essas áreas degradadas não apenas pelo alto custo mas também pela falta de insumos. Não temos reservas de fosfatos e, embora tenha sido descoberta recentemente, uma enorme reserva de potássio (silvinita) no vale do rio Madeira, sua

exploração requer tecnologia, investimento e pessoal qualificado para as atividades de prospecção, produção, transporte e transformação da matéria bruta em insumo pronto para utilização e exportação, visto que o País importa milhares de toneladas de potássio para sustentar a produção agrícola.

FLEURY (2000) afirma que o transporte é a atividade logística mais importante, pois absorve, em média, de um a dois terços dos custos logísticos. O processo de seleção, que recai sobre um ou outro modal de transporte, envolve diversos aspectos, tais como: características de mercado, escolhas individuais dos tomadores de decisões (feitas a partir do custo, da qualidade-custo e das necessidades logísticas específicas), legislação, infra-estrutura de transporte e tecnologias disponíveis. Ele pode variar entre 4% e 25% do faturamento bruto, e em muitos casos supera o lucro operacional.

O sistema de comercialização agrícola é descrito como sendo físico e institucional criado para realizar todas as atividades envolvidas no fluxo de produtos e serviços, desde o ponto de produção agrícola inicial, até que estejam nas mãos dos clientes finais. Isso inclui a montagem, manuseio, armazenamento, transporte eficiente, processamento, atacado, varejo e exportação de commodities agrícolas, bem como serviços de apoio, como informações de mercado, estabelecimento de graus e padrões, comércio de commodities, financiamento e gerenciamento de risco de preço e as instituições envolvidas executando as funções acima.

No Amazonas o transporte fluvial tem peculiaridades distintas do exercido no restante do país. Em função da carência das rodovias e a abundância de rios navegáveis, o transporte hidroviário na região Amazônica reveste-se de grande importância econômica e social. O posicionamento dos núcleos urbanos às margens dos rios confere à atividade um papel destacado diante dos outros modais, especialmente no processo penetração, integração e desenvolvimento da região. ANA (2005).

De acordo com ALMEIDA (2008) os veículos hidroviários são constituídos por uma tecnologia diferenciada, pois as embarcações deslocam-se por um caminho fluido, a água. Basicamente, existem três tipos de veículos hidroviários classificados de acordo com o tipo de objeto a ser transportado: embarcação para pessoas, embarcação para carga e embarcação mista. Sendo esta última a mais usada no Amazonas. Este autor diz também que é compreendido que, em uma rota de desenvolvimento nacional previsível, o Amazonas, inclusive por representar uma boa parte da região Amazônica, tem papel cada vez mais importante e, como tal, requer atenção especial à sua infra-estruturar e

programação de investimentos que venham a atender a uma nova realidade que se deseja.

Para o grupo de estudos do Amazonas INPA (2011) mesmo quando a produção agrícola do interior é destinada ao mercado de Manaus, os custos de transferência são essenciais para os resultados econômicos. Em muitos casos, a distância geográfica entre as zonas de produção e Manaus não é incompatível com a transferência do produto até o mercado consumidor, mas fica inviável nos aspectos econômicos pela estrutura de transporte falta de linhas regulares de transporte e ausência de barcos adequados ao transporte de produtos agrícolas. Em resumo, o aproveitamento das oportunidades existentes na economia agrícola e de pescado do Amazonas exige não apenas estímulos à produção (tecnologia, questão fundiária, crédito, etc.), mas políticas que permitam a superação dos entraves econômicos e mercadológicos.

Para resumir, a área de produção agrícola tem sido um dos mecanismos mais importantes da economia do Amazonas. A tendência crescente da produção agrícola trouxe vários desafios em termos de encontrar mercado para o excedente comercializado. Há também uma necessidade de responder aos desafios e oportunidades no mercado global. O transporte é considerado como um fator vital para aumentar a produtividade agrícola, uma vez que a pouca utilização do transporte aéreo, e o uso regular das hidrovias é um paradigma a ser quebrado nessa região. O fato é que essa produção agrícola mesmo associada ao transporte fluvial devido aos vários rios existentes nessa região tem aumentado a qualidade de vida das pessoas, cria mercado para produtos agrícolas, facilita a interação entre regiões geográficas e econômicas e abre novas áreas para o foco econômico. Existem três aspectos da facilidade de transporte. Em primeiro lugar, a rede rodoviária fornece uma ligação entre as explorações agrícolas e o mercado local, em segundo lugar, os equipamentos de transporte transportam produtos agrícolas para os mercados e terceiro o transporte fluvial que permite que essa produção chegue a outros estados e países.

O transporte fluvial desempenha um papel vital na estabilização da economia não só no Amazonas, mais de qualquer país, e impulsiona os padrões comerciais. Um melhor e melhorado transporte fluvial é um dos fatores-chave para prosperar e aumentar o PIB de qualquer país, pois é uma forma importante de negociar e fornecer bens de um país a outro. Você pode imaginar como seria difícil carregar centenas e milhares de toneladas se não houvesse transporte fluvial para transportá-lo? Você não pode. Você pode usar outros meios de viagem se não houver transporte fluvial em um país, mas não

conseguirá encontrar uma alternativa para os comércios e suprimentos que estão sendo feitos com o transporte aquático. Em termos práticos pode-se dizer que transporte fluvial um dos pilares da economia e negociação para qualquer país e se você removê-lo, a economia do país vai enfrentar uma enorme perda e pode não ser capaz de sobreviver por um tempo depois disso.

## 2.9 - LEI Nº 123 - ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO DOS MERCADOS E FEIRAS NO MUNICÍPIO DE MANAUS

Na presente pesquisa foi analisada a legislação atual vigente nas feiras da Capital Manauara, sendo observada a Lei nº 123, que propõe a organização e funcionamento dos mercados e feiras no município de Manaus, neste sentido é importante que tal legislação tanto pelos feirantes, quanto pela população para que ambos possam de fato ramo a qual se trabalha, desta forma serão pontuados os artigos, conforme abaixo:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a organização e o funcionamento dos mercados e feiras no âmbito do Município de Manaus, e fixa regras e medidas necessárias à fiscalização de (...) produtos agrícolas e hortigranjeiros (...).

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, ficam estabelecidos os seguintes conceitos e definições:

(...) VII – feira comunitária: lugar público, fiscalizado pelo município em local fixo em concordância com a comunidade, onde funcionará a feira, além da conformidade com a Secretaria Municipal de Feiras e Mercados; (...)

Da política e do controle do abastecimento

Art. 22. A política de abastecimento na cidade de Manaus tem como objetivos fundamentais: I – o estímulo à prática comercial direta entre produtor e consumidor;

II – o incentivo e a promoção do comércio de pescados e de produtos hortigranjeiros regionais;

III – a organização dos produtores em mercados e feiras;

IV – a realização e a divulgação rotineiras de pesquisas sobre os níveis de abastecimento e de preços praticados na cidade de Manaus;

V – o apoio no transporte de produtos regionais desde os centros e produção até os pontos de consumo.

DO REGIME DAS PERMISSÕES

Art. 32. São deveres dos permissionários:

(...) XVI – a descarga de lixo ou qualquer tipo de objeto fora dos recipientes definidos pela administração; (...)

## 2.10 - A FEIRA DA BANANA

A pesquisa teve como recorte geográfico a Feira Municipal Coronel Jorge Teixeira, localizada na cidade de Manaus, conhecida como Feira da Banana, endereço Rua Barão de São Domingos, nº. 268, bairro Centro; tendo como prisma e marco principal o percurso por onde o acontecem o embarque desembarque e comercialização, bem como a armazenagem das frutas e verduras na respectiva feira.



Figura 2.1 - Organização da Feira.

## CAPÍTULO 3

### MATERIAIS E MÉTODOS

#### 3.1 - METODOLOGIA

A presente pesquisa foi desenvolvida com o propósito de analisar o processo de logística (manipulação, armazenamento e exposição) para comercialização de hortifrutigranjeiros da Feira da Banana na Capital Amazonense. Seguindo o organograma abaixo:

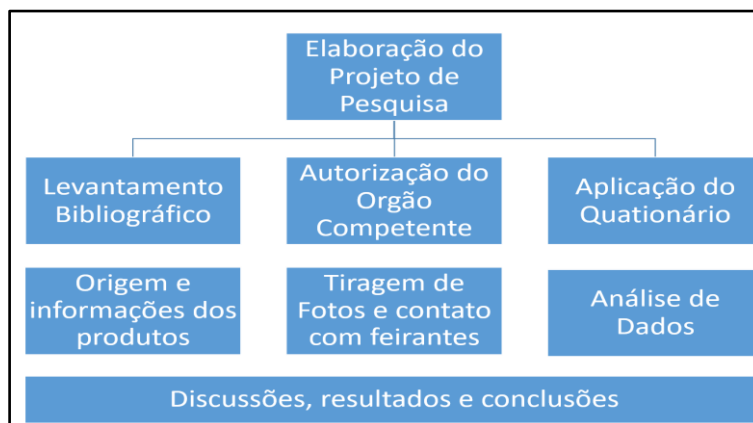


Figura 3.1 - Organograma da metodologia.

Iniciando esta pesquisa foi observado o projeto proposto inicialmente, tendo como base as etapas iniciais. Posteriormente, foi feito um levantamento bibliográfico, buscando base teórica para sua continuidade, bem como levantamento histórico, social e legislação.

Uma das etapas foi à busca de autorização a Secretaria Municipal de Agricultura, Centro e Comércio Informal – SEMACC, sendo de uma cordialidade e recepção de excelência.

Para a realização deste trabalho, foi realizada uma observação participante onde foi possível conversar com os trabalhadores da feira “da Banana” e assim explicar o motivo da visita.

Após esta etapa foi aplicado um questionário junto aos trabalhadores que aceitaram participar da pesquisa. Entretanto, estes foram informados que estariam aptos a desistirem dela em qualquer etapa da pesquisa. Através deste questionário visamos



descobrir como ocorrem os processos de armazenamento, transporte, e manipulação das frutas e legumes que chegam até a feira.

Este trabalho foi direcionado a 150 funcionários da feira da Manaus Moderna, com faixa etária entre 18 e 60 anos, que trabalham nos turnos matutinos e vespertinos. E assim, reconhecer a eficiência nos processos dos alimentos e, por conseguinte propor novas soluções, tanto para manipulação, armazenagem como para o transporte.

As observações e análises dos processos de transporte, manipulação e armazenamento foram realizados após a aplicação do questionário.

Foram utilizados como instrumentos de coleta de dados para esta pesquisa:

- Levantamento bibliográfico realizado através de livros e artigos científicos como forma de dar mais sustentação teórica a esta pesquisa;
- Observação participante, onde foi possível conversar com os funcionários da feira, conhecer e analisar os processos de transporte, manipulação e armazenamento das frutas e legumes;
- Aplicação de Questionário semi-estruturados (criado pelo pesquisador); e
- Propostas possíveis soluções para a melhoria do transporte, da armazenagem e da manipulação das frutas e legumes desta feira.

Nesta etapa da pesquisa, é apresentado um panorama com uma tabela e imagens sobre os produtos que são comercializados dentro da feira.

Tabela 3.1 - Informações dos Produtos.

<b>Informações sobre os hortifrutigranjeiros da Feira da Banana</b>						
<b>Produto</b>	<b>Freq Anual</b>	<b>Origem</b>	<b>Meio de Transporte</b>	<b>Data de Entrada</b>	<b>Validade</b>	<b>Destino Final</b>
Abacate	Todo o ano	Minas Gerais	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	4 a 5 meses	Restaurantes, Indústrias e Residências
Alho	Todo o ano	Goiás	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	4 meses	Restaurantes, Indústrias e Residências

Abacaxi	Todo o ano	Regional	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	7 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Cupuaçu	Todo o ano	Regional	Rodoviário	Toda semana	5 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Ramutã	Pouca frequência	Regional	Rodoviário	Semanal	3 dias	Residências
Limão	Ano todo	Pará/São Paulo	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	15 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Mamão	Ano todo	Regional	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	5 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Melancia	Ano todo	Roraima	Rodoviário	Semanal	3 semanas	Restaurantes, Indústrias e Residências
Laranja	Ano todo	Pará/São Paulo	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	10 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Banana	Ano todo	Pará/Acre	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	5 dias	Restaurantes, Indústrias e Residências
Ameixa	3 vezes ao ano	São Paulo	Rodoviário e Fluvial	Depende da Vazante e Cheia dos Rios	1 meses	Restaurantes, Indústrias e Residências

### 3.1.1 - Organização dos produtos dentro da feira

Nesta etapa da pesquisa são apresentados alguns produtos que são ofertados dentro da feira e também a forma de organização dos mesmos.



Figura 3.2 - Organização dos produtos.

Percebe-se que a organização dos produtos é adequada e também o local é bem limpo, dentro da feira todos os trabalhadores são orientados a manter tudo muito limpo e organizado, caso contrário, os mesmos podem ser multados.



Figura 3.3 - Organização dos produtos.

Com os produtos organizados os clientes podem analisar e escolher os produtos que mais lhe agradarem. E essa prática de organização precisa ser mantida para que os próprios clientes sintam-se mais seguros com a compra dos produtos.

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 4.1 - ANÁLISE DOS DADOS

Nesta etapa da pesquisa foi realizada uma análise sobre as informações coletadas no decorrer desta.

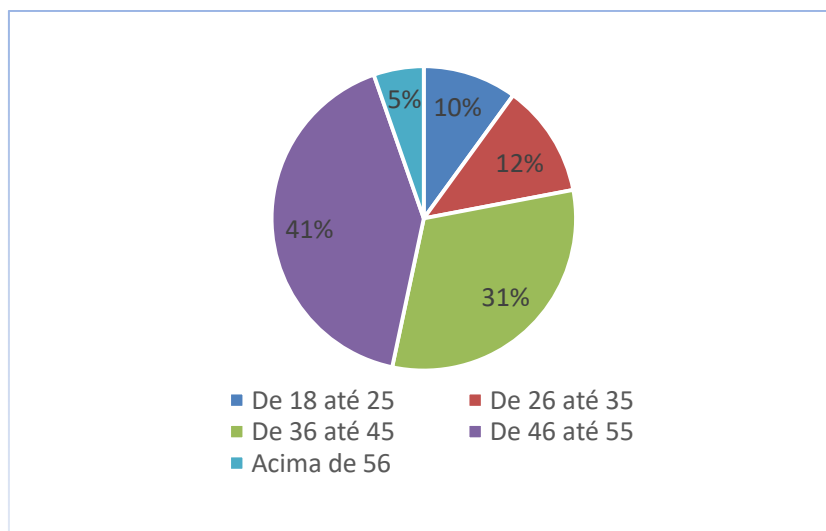


Figura 4.1 - Idade dos entrevistados.

Analisando o gráfico, pode-se perceber que a grande maioria dos trabalhadores na feira da Banana, são adultos acima dos 45 anos, pessoas estas que o mercado de trabalho não acolhe por vários motivos dos quais podemos descrever alguns como a idade, a formação escolar na área pretendida, a experiência no ramo que geralmente eles desconhecem ou não possuem mesmo a experiência necessária para exercer tal cargo, passando a ser este o meio de subsistência mais viável e acessível a ele. Sem contar nesta pequena parcela de 18 até 25 anos que podem ajudar suas famílias e garantir seu sustento.

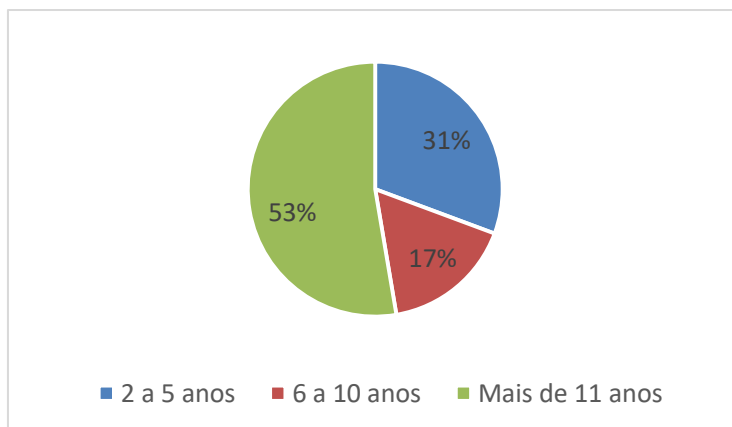


Figura 4.2 - Tempo de profissão.

O tempo que estas pessoas trabalham neste ramo é sempre muito grande porque geralmente eles vivem deste meio. Os que começaram a pouco tempo também não encontraram outro modo de garantir seu sustento e por mais que não pareça, a maioria sente-se muito satisfeitos realizando esta atividade.

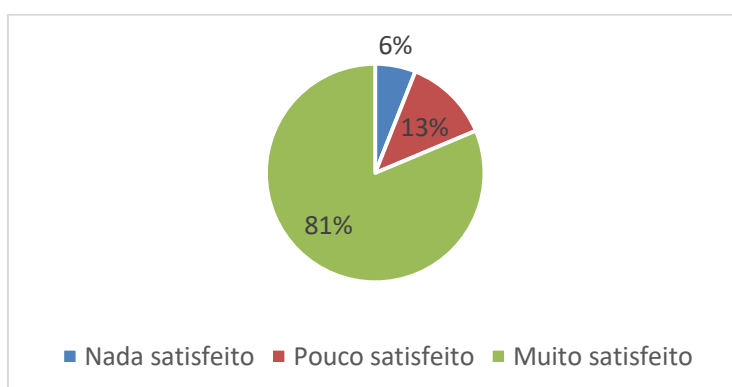


Figura 4.3 - Índice de satisfação.

A alegria com que os feirantes trabalham com a qual atendem seus clientes é algo particular, inato deles. Eles sentem-se muito satisfeitos com o seu trabalho afinal, lidar com o público diretamente como eles fazem é um recurso que poucos sabem utilizar a seu favor. Ter as pessoas ali, junto, barganhando preços, sentindo o cheirinho dos produtos fresquinhos sendo a eles oferecidos é muito gratificante.

Essa satisfação e orgulho pelo trabalho dentro da feira são tão verdadeiros que também pode ser verificado no trabalho de SALLES (2011), neste foi possível perceber que 66% dos feirantes amam o que fazem, pois tem uma boa relação com o público, e ainda conquistam novas amizades, além do “bate papo” que acontece durante o trabalho na feira.

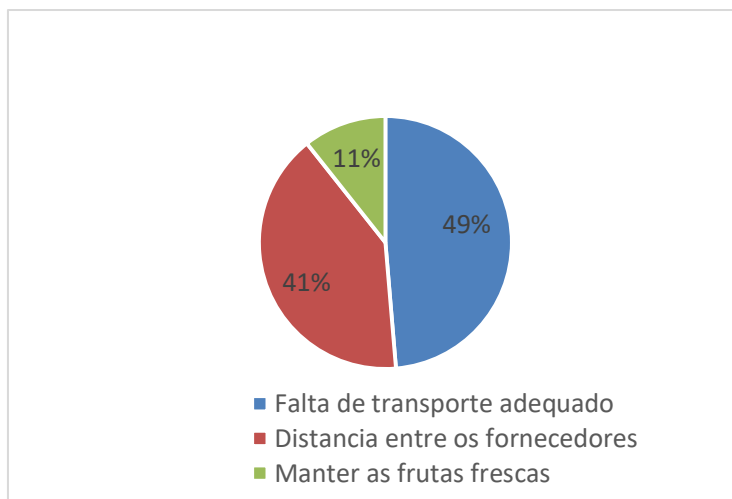


Figura 4.4 - Dificuldades da profissão.

Neste gráfico analisamos alguns problemas enfrentados pelos feirantes quase que diariamente, o que muitas vezes dificulta um melhor desempenho em seu trabalho. Seus maiores desafios são a questão do transporte adequado para a aquisição de seus produtos bem como também a distância entre os fornecedores e a feira. Isso torna o trabalho um tanto quanto cansativo e desgastante, pois muitas vezes o produto acaba sendo danificado e os prejuízos e as perdas acontecem.

Quando comparado com o trabalho de SALLES (2011), desenvolvido na cidade nordestina de Lavras, pode-se perceber que as dificuldades apontadas pelos feirantes são totalmente diferentes dos amazonenses. Na pesquisa de Salles foi possível perceber que os feirantes nordestinos afirmaram que as dificuldades que enfrentam parte do princípio de: “levantar cedo” e “intempéries climáticas” as mais significativas, totalizando 51,5% das respostas.

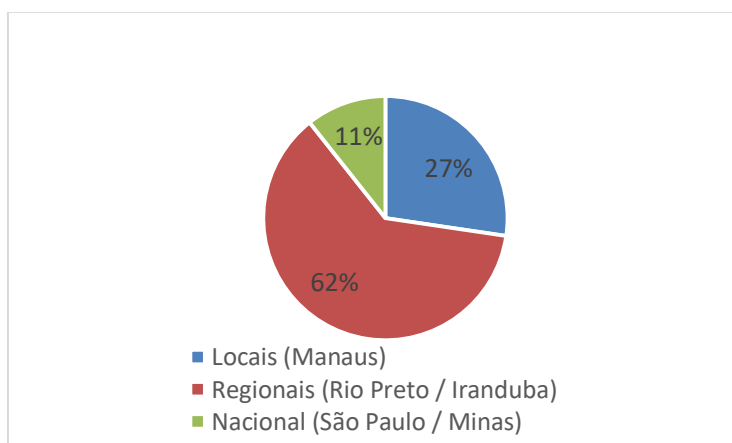


Figura 4.5 - Fornecedores.

Apesar de trabalharem com fornecedores locais e nacionais, a grande maioria trabalha com fornecedores da região, os quais moram em outros municípios do estado e de outros pertencentes à região norte o que torna as coisas um pouco mais complicadas a vista que quanto mais distante mais difícil o acesso sendo que o meio de transporte mais utilizado dentro do estado é o barco fluvial. Isso encarece um pouco mais os produtos chegando um pouco mais caro até a mão do consumidor.

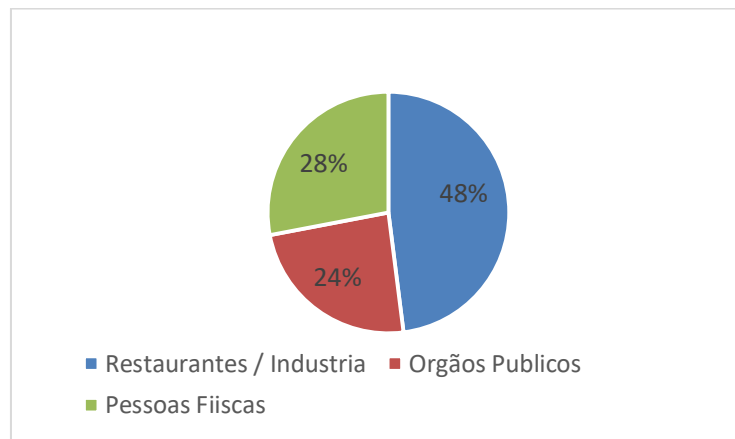


Figura 4.6 - Consumidores.

Restaurantes/ indústrias e pessoas físicas são os maiores consumidores de seus produtos. Os mesmos buscam produtos de qualidade e que estejam de preferência bem frescos. E isso eles podem encontrar na feira. Quem não quer oferecer uma alimentação mais rica, com produtos hortifrutigranjeiros frescos e de qualidade?

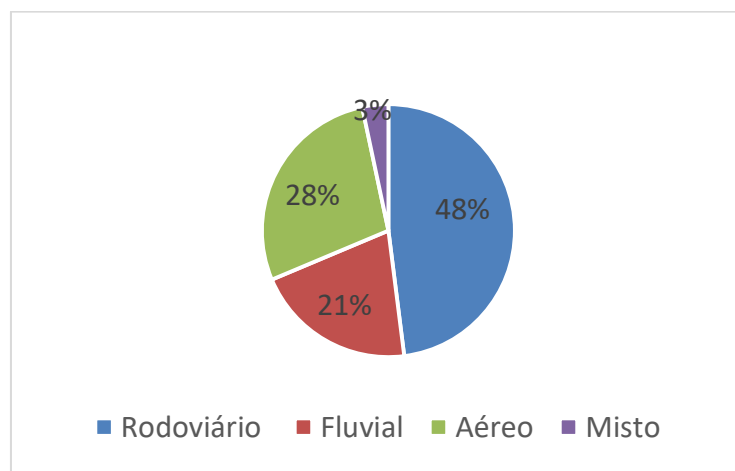


Figura 4.7 - Transporte.

Apesar de o sistema fluvial ser muito utilizado em nossa região é através das rodoviárias que a maioria dos produtos chega até a feira. Por conta das muitas horas de viagem, acontece de alguns produtos se danificarem pelo caminho, algumas frutas se machucarem afetando a qualidade do produto.

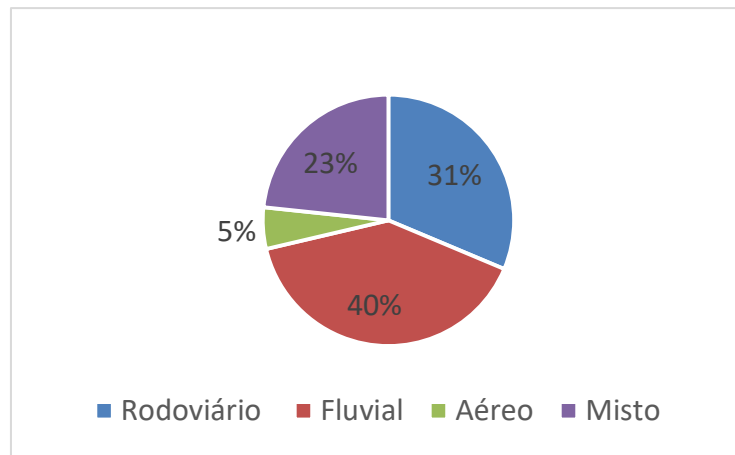


Figura 4.8 - (%) Transporte.

Já os produtos vendidos fora feira são transportados através de embarcações fluviais, que é o meio de transporte mais utilizado em nossa região, principalmente pelos nossos agricultores ribeirinhos. Alguns enfrentam horas de canoa e motor “rabeta” para chegar até a cidade e vender seus produtos.

De acordo com os entrevistados, é importante ressaltar que existe predominância do transporte fluvial e posteriormente do transporte rodoviário, tendo-se assim, um transporte rodo fluvial.

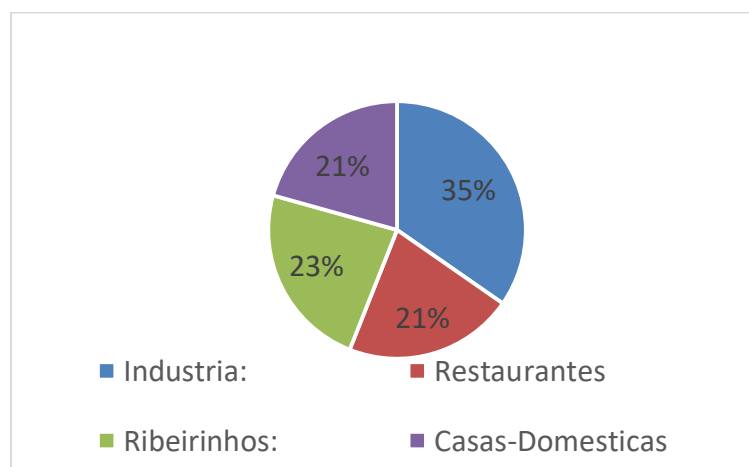


Figura 4.9 - Destino dos produtos.



Sabendo que 35% dos nossos produtos são destinados as indústrias, os quais são nossos maiores consumidores, pode-se aqui dizer que se precisa pensar em uma maneira de viabilizar a vida de fornecedores/ feirantes e consumidores (indústria). Pensar em uma maneira de ambos estarem em contato direto a fim de manterem informações sobre qual produto está se levando até a feira, o que se precisa e o que pode ser melhorado. Pensando nisto, apresenta-se aqui o aplicativo (SOFTWARE) para que aja essa intermediação entre indústria, fornecedor, feirante, dentre outros que se interessarem pelos produtos oferecidos. Assim quem usar o aplicativo não precisará ir até a feira para saber se tem certo produto ou não. Ganhando com isso mais tempo para realizar outras tarefas.

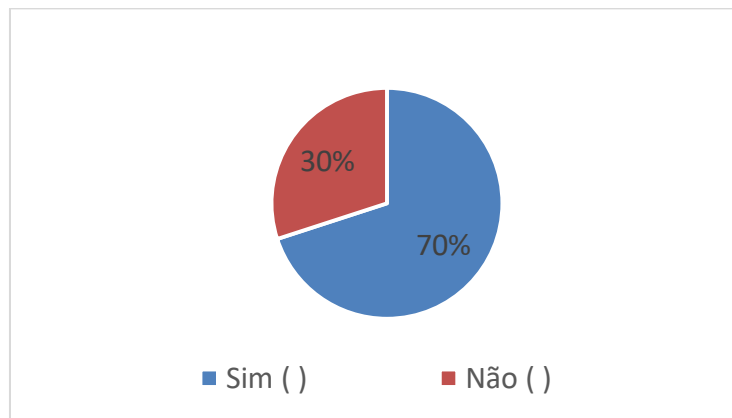


Figura 4.10 - Transporte é adequado?

A manipulação, o transporte e o armazenamento dos produtos são muito importantes para que os mesmos cheguem a bom estado nas mãos do consumidor. No tocante a isto, os feirantes estão satisfeitos com o seu desempenho em seus trabalhos. Fazem o que podem para que os produtos estejam sempre em um bom estado de consumo e assim seus clientes saiam satisfeito com o que estão adquirindo. A maior dificuldade relatada pelos feirantes ainda é referente ao transporte rodoviário, pois com as rodovias muito malcuidadas os produtos que chegam até a feira através desse modal chegam às vezes atrasados, e também machucados o que contribui para a queda no preço dos produtos.

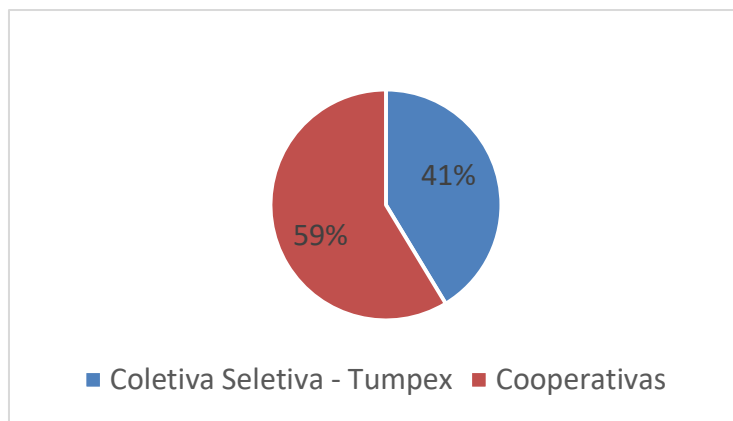


Figura 4.11 - Destino dos rejeitos.

Quando questionados sobre qual a destinação dos produtos que ficam fora da especificação, os mesmos são destinados as cooperativas, as quais são grandes parceiras dos feirantes, evitando-se assim o desperdício e fazendo o reaproveitamento dos alimentos para outros fins.

## CAPÍTULO 5

### CONCLUSÕES E SUGESTÕES

#### 5.1 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a presente pesquisa foi possível perceber que ainda há um anseio e uma necessidade muito grande na melhoria dos formatos e adequação dos transportes utilizados no processo comercialização dos produtos. Também ficou perceptível que devido ao transporte inadequado e as condições precárias das rodovias 30% dos hortifrutigranjeiros são perdido-estragados, (devido a sensibilidade dos produtos), tudo isso gera uma perda-prejuízo considerável ao final de cada mês.

Diante do atual panorama econômico de nosso estado, as feiras livres aparecem neste cenário como um ramo de trabalho alternativo, onde muitas pessoas podem trabalhar informalmente, e assim garantir o sustento da família. É um meio de desenvolvimento econômico viável para o município. Assim, quanto mais pessoas circularem nas feiras maiores será o ganho dos feirantes, e assim poderá de forma segura garantir a sustentabilidade da família.

Sob essa perspectiva, é extremamente necessário que novas políticas públicas sejam criadas para melhorar as rodovias que são essenciais para o crescimento e manutenção dos feirantes e produtores neste ramo, pois assim, as chances desse lugar continuar crescendo e agregando valor a todos será muito maior. É perceptível que ao longo dos anos as feiras tornaram-se mais que canal de comercialização, elas se tornaram de fato, um lugar de economia local tanto para seus produtores quanto para os feirantes.

Foi verificado que, a legislação vigente está voltada para a fiscalização dos feirantes, suas obrigações e alguns pontos na organização dos box do espaço físico, não havendo nenhum tipo de padronização específica ou instrução legal para o manuseio, manipulação e exposição dos produtos ofertados.

De acordo do ponto de vista do pesquisador e entrevistados, um último ponto a ser colocado, é a grande dificuldade encontrada no transporte dos produtos de outras regiões do país para a região amazônica, ficando essa locomoção refém do transporte fluvial, em virtude do grande e complexo rede fluvial que existe nesta região. Desta

forma fica evidente o grande problema que este tipo de transporte sofre, em virtude das cheias e vazantes dos rios presentes na região.

## 5.2 - PROPOSTA

Diante de todo o exposto nos itens anteriores, aqui são apresentadas propostas de melhorias para o processo de comercialização de hortifrutigranjeiros da feira da banana em Manaus. Conforme a seguir:

- Implementação através de legislação, a criação de padronização e instrução para melhor atender os trabalhadores do local, sendo algo específico para o armazenamento, manipulação e exposição. Desta forma será agregada qualidade e confiança nos hortigranjeiros, aumentando a confiança do consumidor;
- Melhorias ou criação de políticas públicas para implementação de melhores transportes e escoação dos produtos rurais de todo o país para esta região, colocando em foco as adequações de melhores nas estradas e ter uma opção diferenciada para o transporte fluvial, podendo ser colocado em prática a construção de pontes sob os rios, não tendo somente a opção fluvial para o transporte, que sofre com as vazantes e cheias da região; e
- Implementação de um aplicativo interativo com objetivo de estreitar a relação entre fornecedor, feirante e cliente final. Este é um mecanismo de ação onde produtor, comerciantes, donos de restaurantes e indústrias bem como donas de casas poderão estar em contato direto com os feirantes, e assim, saberão o que está sendo trazido a feira, o que já tem ou poderá ter amanhã. Isso traz muitas economias, principalmente de tempo, pois assim, as pessoas interessadas não perderão tempo indo até a feira sem saber ao certo o que irão encontrar por lá.

Sem falar nas ofertas do dia, das frutas e legumes fresquinhos, por seguinte, podendo estar em processo de melhoria contínuo para atender as necessidades futuras da classe. Segue a algumas interfaces do aplicativo:

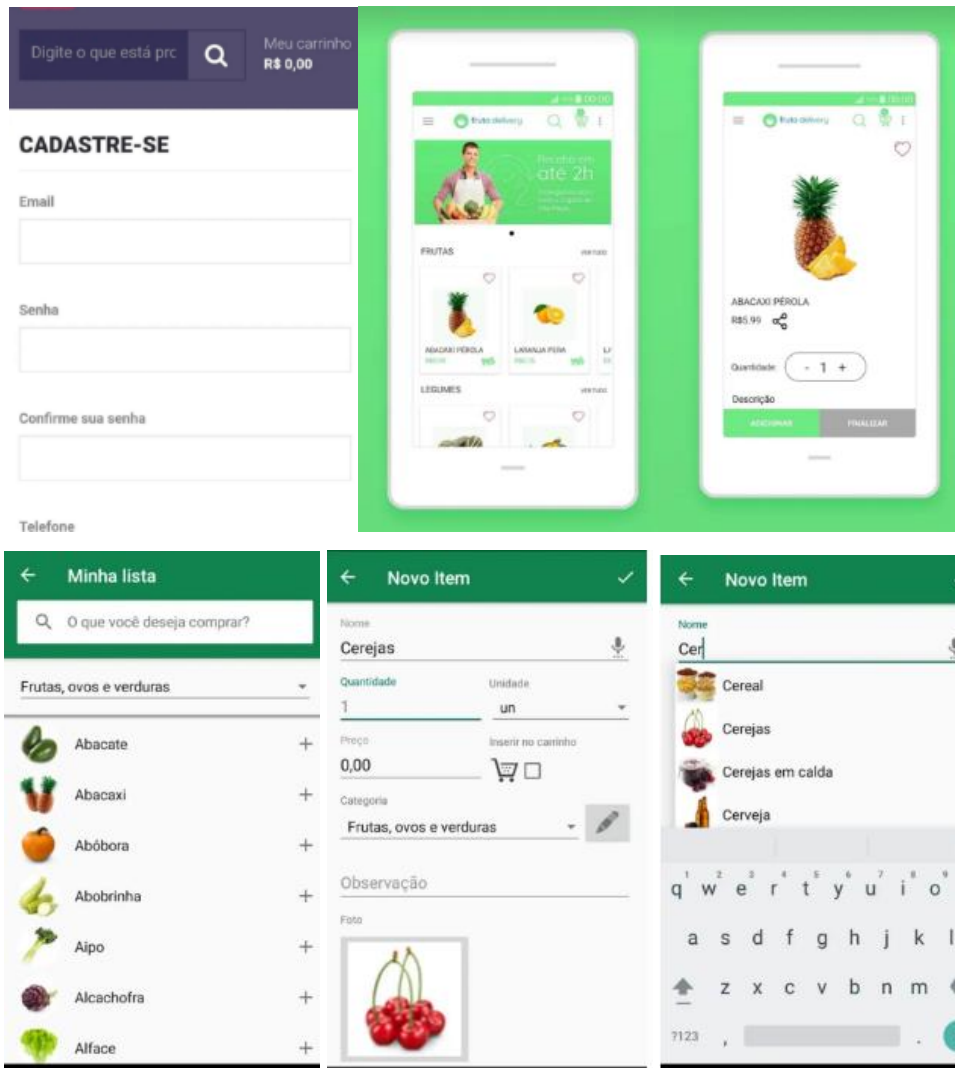


Figura 5.1 - Interfaces do aplicativo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELIK, W.; CHAIM, N. A. **Formas híbridas de coordenação na distribuição de frutas, legumes e verduras no Brasil.** Disponível em: Acesso em: 30 out. 2018.

CARDOSO, Thássia Larissa. **Evolução Dos Padrões Alimentares E Sua Influência No Mercado De Alimentos Saudáveis.** Artigo publicado em 11/08/2015. Disponível em <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/47128/THASSIA%20LARISSA%20CARDOSO.pdf?sequence1> Curitiba 2016.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4<sup>a</sup> ed. São Paulo: Manole, 2011.

COSTA, M. R. **Feira livre de São Bento em Cascavel – CE: meio de educar.** Encontro nacional dos geógrafos, 16. 2010. Porto Alegre. Anais.

COSTA, M. R. SANTOS, D. **FEIRAS LIVRES: DINÂMICAS ESPACIAIS E RELAÇÕES DE CONSUMO.** [www.geosaberes.ufc.br](http://www.geosaberes.ufc.br) ISSN:2178-0463 Geosaberes, Fortaleza, v. 6, número especial (3), p. 653 - 665, Fevereiro. 2016. © 2016, Universidade Federal do Ceará. Todos os direitos reservados.

COSTA, S. S COSTA NETO, J.M **Atividade de catação de materiais recicláveis analisadas através do circuito inferior da economia: Um estudo de caso no centro de Campina Grande-PB.** Encontro nacional dos geógrafos, 16. 2010. Porto Alegre. Anais.

FOSCACHES, M. F. de A. C. **A institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil: uma interpretação.** Rio de Janeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro/ CPDA, 2005. 505p. (Tese doutorado na área de Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade para alcançar título de PhD. em Sociologia, premiada com menção honrosa na SOBER de 2015).

FREIRE, A. G. **Água e vida na roça: uso da terra e organização do trabalho familiar a partir da disponibilidade hídrica em comunidades rurais do Alto Jequitinhonha.** In: GALIZONI, F. M. Lavradores, águas e lavouras: estudos sobre gestão camponesa de recursos hídricos no Alto Jequitinhonha. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. 254 p.: Il. – (Humanitas).

GOUVEIA, Flávia. **Indústria de alimentos: no caminho da inovação e de novos produtos. Com um faturamento anual superior a R\$ 184 bilhões, e destaque para**

**os segmentos de carnes e derivados, a indústria brasileira de alimentos se diversifica e aposta em novas tecnologias.** 2016.

JESUS, G. M. de. **Negociando os usos e sentidos da rua: trajetória e representações da feira livre carioca.** In: CARRERAS, C.; PACHECO, S. M. M. (Orgs.). Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2016.

LEITE, L.A.P.; JÚNIOR, S.S.; SANTOS, J.E.; THEODORO, V.C.A.; LIMA, L.C. **Perfil socioeconômico dos comerciantes de espécies hortícolas da Feira Central de Cáceres/MT/Brasil.** Horticultura Brasileira, v. 26, n. 2, jul-ago. 2008.

MARION, Jose C; RIBEIRO, Osni. **Introdução à Contabilidade Gerencial.** São Paulo, ed. Saraiva 2011.

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Pesquisa do NEAD revela participação da agricultura familiar no PIB do Brasil, 2012.** Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/pesquisa-do-neadrevelaParticipa%C3%A7%C3%A3o-da-agricultura-familiar-no-pib-dobrasil>>. Acesso em: 7 out. 2018.

ORTIGOZA, S. A. G.; RAMOS, C. da S. **A geografia do comercio eletrônico no Brasil: o exemplo do varejo.** Geografia vol. 28. 2013.

PORTER, M. **Estratégia Competitiva – Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

SALLES, A. (et al. 2011). **NEGÓCIO FEIRA LIVRE: UM ESTUDO EM UM MUNICÍPIO DE MINAS GERAIS.** III Encontro de Gestão de Pessoas e Relação de Trabalho. João Pessoa. 2011.

SANTOS, J. E. **Feira livre e circuitos da economia urbana: um estudo da Feira da Pedra, em São Bento (PB).** Natal, 2012. 294 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2012.

SAYURI, Camila. **As melhores feiras do Brasil.** Disponível em: <<http://ig.com.br/noticia/2010/05/31/as+melhores+feirinhas+do+brasil+9498072.html>>. Acessado em: 15 de Junho de 2018.

SILVA, A. et al. (2010). **Análise estratégica do varejo de frutas, legumes e verduras (FLV)**. SILVA, I. SILVA, A. A FEIRA LIVRE NA CONTEMPORANEIDADE: ESTUDO DE CASO EM UMA PEQUENA CIDADE PARAIBANA. Revista geosertões. 2016.

SILVEIRA, V. OLIVEIRA, E. **Avaliação da Importância das Feiras Livres e a Forma de Comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina**. – MS. I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Gestão. 2017.

SILVEIRA, Vítor Cardoso da. OLIVEIRA, Emilly Santi de. **AVALIAÇÃO DA IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS LIVRES E A FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO ADOTADA PELOS FEIRANTES NA CIDADE DE NOVA ANDRADINA – MS**. NAVIRAÍ. 2017.

SOUZA, B. A. M. **Mudanças no consumo e na distribuição de alimentos: o caso da distribuição de hortaliças de folhas na cidade de São Paulo**. 2015. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014, 150p.

SOUZA-ESQUERDO, V. F. de; BERGAMASCO, S. M. P. P. **Análise sobre o acesso aos programas de políticas públicas da agricultura familiar nos municípios do circuito das frutas (SP)**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 52, suplemento 1, 2014. Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos / T327 Marcos Aurélio Saquet, Eliseu Savério Sposito (organizadores) --1.ed.-- São Paulo : Expressão Popular : UNESP. Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2008. 368 p.: tabs.-- (Geografia em Movimento).

VEIGA, J. E. **Debates: agricultura familiar e sustentabilidade**. Cadernos 396 de Ciência & Tecnologia, Brasília, v.13, n.3, p.383-404, 1996. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/95233213/Agricultura-Familiar-e-Sustentabilidade-veiga>>. Acesso em 16 de agosto de 2018.

VILELA, N.J.; HENZ, G.P. **Situação atual da participação das hortaliças no agronegócio brasileiro e perspectivas futuras**. Cadernos de Ciência & Tecnologia. Brasília, v.17, n.1, p.71-89, 2000. Disponível em: <https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/8863/4989>. Acesso em: 15.02.2019.

WILKINSON, J. **Os gigantes da indústria alimentar entre a grande distribuição e os novos clusters a montante**. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro ICHS/DDAS. 2013. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/211>>. Acesso em 25/02/2019.



WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade: na história e na literatura.** Tradução P. H. Brito. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

ZUINI, P. **5 tendências para novos negócios de alimentação.** Revista online Pequenas Empresas e Grandes Negócios. Artigo publicado em 11/08/2015. Disponível em:. Acesso em: 25/01/2019.

Lei nº 123 – **Organização e funcionamento dos mercados e feiras no município de Manaus.** Disponível em: <<https://semacc.manaus.am.gov.br/legislacao-2/>>. Acesso em 25/03/2019.

## ANEXO I

### QUESTIONÁRIO

1. Qual sua Idade?
2. Há quanto tempo você trabalha na profissão como feirante?  
2 a 5 anos; 6 a 10 anos ou Mais de 11 anos
3. Você sente-se satisfeito com a sua profissão?  
Nada satisfeito; Pouco satisfeito ou Muito satisfeito
4. Quais são as maiores dificuldades encontradas no exercício das atividades?
5. Seus fornecedores são locais, regional e/ou nacional? Qual a origem dos produtos que chegam a feira (frutas, verduras e legumes)?
6. Em termos de percentual, quanto seria a compra local, regional ou nacional dos produtos?
7. E quais são seus consumidores?
8. Como é realizado o transporte dos produtos adquiridos para feira?  
Rodoviário; Fluvial; Aéreo ou Misto
9. Como feito o transporte dos produtos vendidos para fora feira?  
Rodoviário; Fluvial; Aéreo ou Misto
10. Qual o destino dos produtos comercializados?  
Indústria; Restaurantes; Ribeirinhos ou Casas – Domesticas
11. Você acredita que o armazenamento, o transporte e a manipulação dos alimentos são adequados?
12. Quando o produto está fora da especificação, qual seu destino?