



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ – CAMPUS
CASTANHAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL E
GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS AGROALIMENTARES
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO RURAL E GESTÃO DE
EMPREENDIMENTOS AGROALIMENTARES**

RENATO RODRIGUES CORDEIRO

**M-COMMERCE COMO UMA ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO
DA FEIRA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE PARAGOMINAS – PA**

**PARAGOMINAS
2021**

RENATO RODRIGUES CORDEIRO

**M-COMMERCE COMO UMA ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO
DA FEIRA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE PARAGOMINAS – PA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação, Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – Campus Castanhal, como requisito para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof(a). Dra. Maria José de Souza Barbosa.



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ – CAMPUS
CASTANHAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL E
GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS AGROALIMENTARES**

RENATO RODRIGUES CORDEIRO

**M-COMMERCE COMO UMA ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO
DA FEIRA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE PARAGOMINAS – PA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação, Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – Campus Castanhal, como requisito para obtenção do título de Mestre.

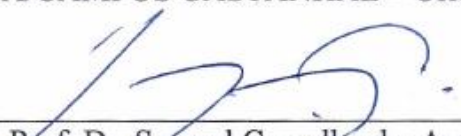
Orientadora: Prof(a). Dra. Maria José de Souza Barbosa.

Data da defesa: 09/09/2021 Início as 16:00

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 Maria Jose de Souza Barbosa
Data: 23/02/2022 18:41:55-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Dra. Maria José de Souza Barbosa
(IFPA/CAMPUS CASTANHAL – Orientadora)



Prof. Dr. Samuel Carvalho de Aragão
(IFMS/CAMPIUS NAVIRAÍ – Membro Externo)

Documento assinado digitalmente
 Farid Eid
Data: 23/02/2022 16:10:04-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Dr. Farid Eid
(IFPA/CAMPUS CASTANHAL – Membro Interno)

FICHA CATALOGRÁFICA

Dados para catalogação na fonte
Setor de Processamento Técnico Biblioteca
IFPA - Campus Castanhal

C794m Cordeiro, Renato Rodrigues

M-Commerce como uma estratégia de inovação na
organização da feira de agricultores familiares de
Paragominas – PA. / Renato Rodrigues Cordeiro. — 2021.
109 f.

Impresso por computador (fotocópia).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria José de Souza Barbosa.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural e
Gestão de Empreendimentos Agroalimentares) – Instituto
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA,
2021.

1. Agricultura familiar – Paragominas (PA). 2. Alimentos
– Comercialização – Paragominas (PA). 3. Comércio
eletrônico – Paragominas (PA). I. Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Pará. II. Título.

CDD: 338.1098115

DEDICATÓRIA

Ao meu pai Sr. Raimundo Nonato Cordeiro e ao meu filho Renato Vasconcelos Cordeiro, que são as minhas inspirações.

As agricultoras, agricultores e feirantes do Projeto Hoje Tem Feira, pela confiança e dedicação na realização do trabalho.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar ao nosso Deus, que nos dá sabedoria para viver a cada dia.

A minha FAMÍLIA, Maria da Conceição Vasconcelos da Fonseca Cordeiro (esposa) e Renato Vasconcelos Cordeiro (filho) por todo o apoio, incentivo e compreensão durante toda a jornada, principalmente nos dias difíceis e pelas horas que estava tão perto, mas ao mesmo tempo tão longe me dedicando a pesquisa, também aos meus pais, madrastra e irmãos que sempre me incentivaram e acreditaram na minha capacidade.

Agradeço, de forma especial, ao Professor Doutor Samuel Aragão, Diretor do Campus IFPA Paragominas, um amigo de grande valor que me encorajou a submeter-me à avaliação para inserção no Mestrado.

Aos meus amigos Msc. Breno Colonelli e Msc Abimael Oliveira, que sempre estiveram dispostos a contribuir com meu trabalho, tanto no meio acadêmico como profissional.

Ao Senhor Igor Silva, Gerente da Agencia Capim (SEBRAE/PARÁ) que em todas as fases do trabalho disponibilizou tempo, cursos e ferramentas durante a pesquisa.

A senhora Valquíria Sena que coordena o Projeto Hoje Tem Feira que esteve em todas as etapas de construção da dissertação.

Ao ex Prefeito Municipal de Paragominas, Dr. Adnan Demachki, pela confiança estabelecida quando me fez o convite para compor sua equipe de Secretários, de 2009 a 2012, confiando a gestão da Secretaria Municipal de Governo (SEMUG), período de aprendizado e aplicabilidade de políticas públicas com responsabilidade e eficiência.

Ao ex Prefeito Municipal de Paragominas Paulo Pombo Tocantins por escolher meu nome para compor sua equipe, em 2013, em sua 1ª gestão, e novamente, em seu 2º mandato como Prefeito, escolhendo-me para permanecer à frente da SEMUG, período que em foi implantado o curso de Mestrado em Paragominas, através do IFPa.

À Vice-Prefeita Municipal de Paragominas Mozimeire Pereira de Souza Costa por ter assinado o Termo autorizativo concedendo-me permissão para cursar o Mestrado. Meu agradecimento e respeito.

Aos Professores: Dr. Romier Sousa e Dra. Roberta Coelho por ministrarem aulas que elevaram a minha capacidade de buscar conhecimentos que impactam a vida das pessoas.

Com muito respeito, agradeço à minha Orientadora, Doutora Maria José de Souza Barbosa pela incomensurável contribuição para esta pesquisa, pelas ricas orientações, pela paciência, pela atenção e encorajamento.

RESUMO

A dissertação sobre a Feira de Agricultura Familiar de Paragominas – PA teve como objetivo conhecer o potencial da política pública municipal de fortalecimento da agricultura familiar no município, visando melhorar as condições de vida, por meio de geração do trabalho e renda. Para tanto, procurou-se implantar um aplicativo de comercialização por telefonia celular, caracterizado como M-Commerce, cuja finalidade é contribuir para a inovação na estrutura organizacional da Feira, a fim de auxiliar nos processos de gestão da produção e da comercialização da agricultura familiar, a partir do entendimento de que as transformações sociais têm gerado dinâmicas operadas por meio de instrumentos de comunicação e linguagem, nos quais as redes virtuais criam ambientes e mecanismo que podem fortalecer o desenvolvimento territorial. A dissertação constitui-se por três artigos. No primeiro, procurou-se compreender a agricultura familiar, particularmente, seu processo de produção, como estratégia de desenvolvimento territorial rural, na medida em que a produção de alimentos para a mesa dos cidadãos de Paragominas vem, em parte, deste segmento, gerando riqueza e distribuição de renda sob princípios de economia solidária. No segundo artigo descreve-se a implantação do Projeto “Hoje Tem Feira”, enquanto ação de política pública municipal de Paragominas – Pa; o projeto visou fortalecer o processo de produção e comercialização, ao construir uma estrutura de serviços voltados para o apoio ao agricultor familiar de Paragominas, no escoamento da produção. No terceiro artigo aborda-se a questão da inovação na gestão da feira de agricultura familiar em Paragominas – Pa, descreve-se o processo de estruturação desta enquanto organização social, perpassando por momentos de capacitação em nível de gestão, associativismo, cooperativismo, economia solidária e, por fim, a aplicabilidade e um aplicativo de venda, via M-commerce. Para o início da pesquisa foram realizadas reuniões, visando explicar as intenções da pesquisa, momento em que se estabeleceu um canal de comunicação entre as partes envolvidas (pesquisador, feirantes, representantes da Sala do Empreendedor/Secretarias Municipais de Governo de Paragominas, SEMAGRI e SEBRAE), para definir as responsabilidades entre estes deferentes sujeitos na execução da pesquisa e implantação do M-commerce. A segunda fase constou de coleta de dados em fontes primárias, além de entrevistas com perguntas semiestruturadas, objetivando entender como os feirantes estavam organizados desde o processo de produção à comercialização, além da relação destes com os compradores de seus produtos. O “Projeto Hoje Tem Feira” movimentou um montante de produtos com resultados visíveis. Esta ação em 2020 gerou um faturamento médio mensal de R\$ 19.424,78, totalizando cerca de R\$ 213.672,62 de rendimento anual para o referido ano. Em 2019 os ganhos ficaram na casa dos R\$ 161.000,00, sendo possível observar um incremento de renda com base na oferta e demanda de produtos, por feirantes e compradores respectivamente. Assim, conclui-se que é inegável a importância das feiras livres para o fortalecimento da Agricultura Familiar, de forma que, através dela, os agricultores têm acesso a um mercado com preços mais justos, tanto para eles como para os compradores.

Palavras chaves: Feira. M-Commerce. Agricultura Familiar. Mercado.

ABSTARCT

The dissertation on the Fair of Family Farming of Paragominas - PA aimed to discover the potential of the municipal public policy to strengthen family farming in the city, aiming to improve living conditions, through the generation of work and income. Therefore, we tried to implement a mobile phone marketing application, characterized as M-Commerce, whose purpose is to contribute to innovation in the organizational structure of the Fair, in order to assist in the production and marketing management processes of family farming, based on the understanding that social transformations have generated dynamics operated through communication and language instruments, in which virtual networks create environments and mechanisms that can strengthen territorial development. The dissertation consists of three articles. In the first, we sought to understand family farming, particularly its production process, as a strategy for rural territorial development, as the production of food for the table of citizens of Paragominas comes, in part, from this segment, generating wealth and income distribution under solidarity economy principles. The second article describes the implementation of the "Hoje Tem Feira" Project as a municipal public policy action in Paragominas – Pa; The project aimed to strengthen the production and marketing process, by building a structure of services aimed at supporting family farmers in Paragominas, in the flow of production. The third article addresses the issue of innovation in the management of the family farming fair in Paragominas – Pa, describes the process of structuring it as a social organization, passing through moments of training at the management level, associativism, cooperativism, solidarity economy and, finally, the applicability and a sales application, via M-commerce. For the beginning of the research, meetings were held to explain the research intentions, at which time a communication channel was established between the parties involved (researcher, market vendors, representatives of the Entrepreneur Room/Municipal Secretariats of Government of Paragominas, SEMAGRI and SEBRAE), to define the responsibilities between these different subjects in carrying out the research and implementing M-commerce. The second phase consisted of data collection from primary sources, in addition to interviews with semi-structured questions, aiming to understand how marketers were organized from the production process to commercialization, in addition to their relationship with the buyers of their products. The "Today Has Fair Project" moves an amount of products with visible results. This action in 2020 generated an average monthly revenue of R\$19,424.78, totaling approximately R\$213,672.62 of annual income for that year. In 2019, earnings were around R\$ 161,000.00, and it is possible to observe an increase in income based on the supply and demand of products, by marketers and buyers, respectively. Thus, it is concluded that the importance of open markets for the strengthening of Family Farming is undeniable, so that, through it, farmers have access to a market with fairer prices, both for them and for buyers.

Keywords: Fair. M-Commerce. Family farming. Marketplace.

LISTA DE FIGURAS

CAPÍTULO II:

Figura 1	Mapa de Localização da Feirinha no município de Paragominas – Pa.....	40
Figura 2	Reunião entre feirantes, Sala do Empreendedor/SEMUG, SEMAGRI, SEBRAE e docente do mestrado IFPA para alinhar as ações do projeto. A: 08 de julho de 2020; B: 30 de outubro de 2020; C e D: Presença do prefeito alinhando as estratégias e ações para a feira.....	42
Figura 3	Diagrama da Matriz FOFA (SWOT).....	44
Figura 4	Aplicação da metodologia FOFA para os feirantes da “Feirinha da Prefeitura”	63

CAPÍTULO III:

Figura 1	Reunião entre feirantes, Sala do Empreendedor, SEMAGRI, SEBRAE e docente do mestrado IFPA para alinhar as ações do projeto. A: 08 de julho de 2020; B: 30 de outubro de 2020.....	82
Figura 2	Oficina de capacitação da ferramenta de M-commerce para os feirantes do Projeto Hoje Tem Feira no município de Paragominas – Pa.....	88
Figura 3	Interface principal do Aplicativo de vendas “Hoje Tem Feira”.....	89
Figura 4	Interface secundária do Aplicativo de vendas “Hoje Tem Feira”.....	90
Figura 5	QR-cod do Aplicativo “Hoje Tem Feira”.....	97
Figura 6	Capacitação em Associativismo, Cooperativismo e Economia Solidária..	96
Figura 7	Capacitação em Gestão da Produção e da Comercialização para feirantes da “Feirinha da Prefeitura” de Paragominas - Pa.....	99

LISTA DE GRÁFICOS

CAPÍTULO II:

Gráfico 01	Faixa etária dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	46
Gráfico 02	Escolaridade dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	47
Gráfico 03	Ocupação anterior dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	48
Gráfico 04	Rendimento mensal dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	49
Gráfico 05	Faturamento médio por feira no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	50
Gráfico 06	Participação dos feirantes em algum auxílio governamental, com exceção do auxílio emergencial.....	51
Gráfico 07	Participação dos feirantes no auxílio emergencial da Pandemia.....	51
Gráfico 08	Influência no aumento de produção dos feirantes para atender o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	52
Gráfico 09	Percentual de aumento de produção depois da participação no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	53
Gráfico 10	Investimentos em melhorias para atender o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	54
Gráfico 11	Melhorias para atender o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	55
Gráfico 12	Troca de produtos entre feirantes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	56
Gráfico 13	Transporte dos produtos dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	57
Gráfico 14	O que cada feirante vende de forma cumulativa no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	58
Gráfico 15	Percentual dos outros produtos comercializados no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	59
Gráfico 16	Canais de comercialização dos feirantes antes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	60
Gráfico 17	Controle de vendas no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	61
Gráfico 18	Como é feito o controle de vendas no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	62

CAPÍTULO III:

Gráfico 01	Perda de produção e comercialização decorrente do isolamento social dos feirantes Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	91
Gráfico 02	Utilização de aplicativo de compra por parte dos feirantes Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	92
Gráfico 03	Frequência que os feirantes utilizam o aplicativo de compra.....	93
Gráfico 04	Percentual dos feirantes que venderia seus produtos por aplicativo.....	94

Gráfico 05	A criação de um aplicativo contribuiria com o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa?.....	95
Gráfico 06	Que contribuições um aplicativo traria para o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa?.....	96

LISTA DE QUADROS

CAPÍTULO II:

Quadro 1	Média de faturamento anual da feira de agricultores familiares de Paragominas-Pa.	50
Quadro 2	Matriz FOFA dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	64
Quadro 3	Classificação da Matriz GUT.....	65
Quadro 4	Matriz GUT dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	65
Quadro 5	Análise da Matriz GUT dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.....	66

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I	16
AGRICULTURA FAMILIAR COMO ESTRATÉGIA DE GERAÇÃO DE ALIMENTOS VOLTADOS AO MERCADO LOCAL	16
1 INTRODUÇÃO	17
2 METODOLOGIA	19
3 POTENCIAL DA FEIRA NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS E NA GERAÇÃO DE RENDA	20
3.1 AGRICULTURA FAMILIAR, PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS	22
3.2 AGRICULTURA FAMILIAR E A ORGANIZAÇÃO PARA O ACESSO AO MERCADO LOCAL	24
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	29
CAPÍTULO II.....	34
1 INTRODUÇÃO	35
1.2 ORGANIZAÇÃO E POSSIBILIDADES DA AGRICULTURA FAMILIAR EM PARAGOMINAS	37
2 METODOLOGIA	40
2.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DO PROJETO HOJE TEM FEIRA – OBJETO DE ESTUDO	40
2.2 DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO – DRP COMO INSTRUMENTO DE CONHECIMENTO DA REALIDADE SOCIAL).....	41
2.2.1 Análise FOFA dos Feirantes.....	43
3 OS AGRICULTORES FAMILIARES VINCULADOS AO PROJETO HOJE TÊM FEIRA EM PARAGOMINAS – PARÁ	45
3.1 PRODUÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES DA “FEIRINHA DA PREFEITURA” DE PARAGOMINAS	52
3.2 COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES DA “FEIRINHA DA PREFEITURA” DE PARAGOMINAS	57
3.3 ANÁLISE FOFA E APLICAÇÃO DA MATRIZ GUT	62
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS	69
CAPÍTULO III.....	74
INOVAÇÃO NA GESTÃO DA FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR EM PARAGOMINAS – PARÁ: O M-COMMERCE.....	74
1 INTRODUÇÃO	75
1.2 AGRICULTURA FAMILIAR E A GESTÃO POR REDES: O M-COMMERCE COMO MERCADO ESTRATÉGICO	78

2 METODOLOGIA	81
2.1 DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO VOLTADO A CONSTRUÇÃO DO APLICATIVO M-COMMERCE	81
2.2 CAPACITAÇÃO PARA A IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO M-COMMERCE.....	83
3 O APLICATIVO M-COMMERCE COMO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO DA GESTÃO DA FEIRA	84
3.2 COMERCIALIZAÇÃO VIA M-COMMERCE NO CONTEXTO DA PANDEMIA DO SARS-COV-2.....	90
3.3 CAPACITAÇÃO EM ASSOCIATIVISMO, COOPERATIVISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA	96
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	101

1 INTRODUÇÃO

A dissertação sobre a Feira de Agricultura Familiar do Município de Paragominas teve como motivação inicial entender o potencial de geração do trabalho dos produtores rurais da agricultura familiar e, ao mesmo tempo, possibilitar a promoção de um espaço de produção e comercialização de produtos alimentícios oriundos do município de Paragominas – PA, sob a dinâmica de mercados curtos e com a introdução de aplicativo M-Commerce, como efeito inovador, a fim de alcançar os consumidores, particularmente, em contexto de crise, como a decorrente da pandemia causada pelo Sars-Cov2¹.

A ideia da construção de um mecanismo de potencialização da feira partiu da iniciativa do autor², vinculada ao exercício do Estágio Obrigatório no âmbito do Mestrado Profissional do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA Castanhal. Desta forma, a proximidade com a Sala do Empreendedor/SEMUG em parceria com o SEBRAE e, por consequência, com feirantes da Feira da Agricultura Familiar, foi possível realizar reuniões para apresentar a proposta de estudos sobre esses sujeitos protagonistas. Com a adesão dos agricultores iniciou-se o processo de conhecimento sobre a gestão organizacional do “Projeto Hoje Tem Feira”, uma ação do governo municipal, quando sugeriu-se implantar um aplicativo de venda via celular, como um instrumento de inovação na gestão da produção e comercialização, para além do espaço físico de funcionamento deste Projeto.

Outro elemento importante da pesquisa aplicada foi a promoção de encontros de capacitação visando a estruturação e organização da gestão da feira como estratégia de comercialização. Tal procedimento realizou-se em conjunto com os feirantes, contando com a participação de representantes da Sala do Empreendedor/SEMUG/SEBRAE e de técnicos da Secretaria de Agricultura de Paragominas, bem como, do autor da presente dissertação.

Tratou-se, portanto, de uma de pesquisa participativa vinculada ao Estágio Obrigatório para a obtenção do título de mestre em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares (PPDRGEA). Nesse ambiente, após o conhecimento da realidade dos feirantes, criou-se um aplicativo de venda tipo M-commerce, visando potencializar a comercialização dos feirantes, particularmente, em um período atípico de pandemia do Sars-Cov2, que por necessidade de orientações sanitárias teve-se que decretar ações voltadas ao

¹ Vírus transmissor da doença conhecida popularmente como Covid-19, iniciada na província de Wuhan na China no ano de 2019.

² Na oportunidade ocupava-se cargo comissionado na gestão pública de governo municipal.

distanciamento social, levando ao isolamento social da população, que precisava permanecer em suas casas, situação essa que alterou as formas de vida no município e seus cidadãos.

Portanto, a ideia principal desta dissertação foi desenvolver estudos sobre a organização e formalização da Feira de Agricultura Familiar enquanto uma ação de política pública municipal capaz de dinamizar o processo de escoamento da produção da agricultura familiar, mediante a comercialização. Com base em observações do ambiente no Projeto Hoje Tem Feira verificou-se a necessidade de ampliar o acesso dos consumidores a produtores diretos, portanto, oriundos do próprio município de Paragominas, a fim de garantir ofertas de produtos de qualidades e com preços acessíveis, na medida em que se criou um circuito curto entre produto-consumidor.

Com a crise da pandemia do Sars-Cov-2 pensou-se na implantação de um aplicativo de M-Commerce que fosse capaz de atingir novos públicos, para além de um espaço físico determinado ao funcionamento inicial da venda, e fortalecer a gestão da produção e comercialização, além de apontar possíveis melhorias na dinâmica da produção da agricultura familiar, com incremento de renda, enquanto mecanismo de desenvolvimento territorial rural.

Para isso, realizou-se um levantamento sobre a realidade dos agricultores familiares para conhecer aspectos sociais, econômicos e estruturais, o que foi efetuado por meio de um Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) e, posteriormente, análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Esses procedimentos metodológicos foram importantes para conhecer os gargalos e potencialidades da feira e assim apontar possíveis caminhos de melhorias no processo de gestão da produção e da comercialização no âmbito da agricultura familiar em Paragominas.

Neste sentido, pode-se contribuir efetivamente para o aumento da produção dos agricultores familiares envolvidos no “Projeto Hoje Tem Feira da Prefeitura” e para a expansão dos participantes³, devido ao aumento da demanda e maior alcance do mercado consumidor. Nesse contexto, percebeu-se que a agricultura familiar possui um papel essencial no desenvolvimento socioeconômico, sobretudo, na produção de alimentos, na geração de renda e na fixação do homem ao campo (VIEIRA, *et al.*, 2012).

As feiras como espaço de comercialização e trocas, representa um dos métodos mais antigos de venda de produtos agrícolas, por oferecer produtos alimentícios de boa qualidade devido à proximidade entre produção (HISTORICAMENTE SEM USO DE AGROQUIMICOS) e consumo, gerando ainda preços mais baixos do que o comumente

³ A expansão se deu através da Sala do Empreendedor, que a partir da indicação dos próprios feirantes fez a seleção de mais produtores familiares. No início eram nove e agora em 2021 são quatorze.

aplicado em supermercados. De acordo com Silveira *et al.* (2017) a feira atua como um canal que possibilita o relacionamento entre produtor e o consumidor final, tendo como vantagem a possibilidade de identificar quais são as necessidades, os desejos dos clientes e a possibilidade de ajudá-los.

Nesse sentido observou-se que o debate sobre a importância e o papel da agricultura familiar no desenvolvimento local e territorial vêm ganhando cada vez mais força nos últimos anos, em todas as esferas da economia mundial (BEZERRA & SCHLINDWEIN, 2017). No Brasil a situação não é diferente, como expressa Sabourin (2017, p. 282) “a agricultura familiar [...] constitui antes de tudo uma categoria social histórica, que eles conseguiram fazer conhecer como categoria política”, que vem assumindo importância na esfera social e econômica, uma vez que ganha força tanto do ponto de vista da participação no Produto Interno Bruto – PIB, quanto na efetividade da melhoria de vida de milhares de brasileiros a ela atrelados.

Nesse sentido Reichert, *et al.* (2009) comentam que a agricultura familiar vive um momento de adaptação frente às novas mudanças socioeconômicas da sociedade atual e tem inovado e introduzido alternativas em face dos desdobramentos da agricultura moderna, principalmente no que concerne à criação de modelos de gestão participativa e em rede, como o E-commerce.

A feira evidencia-se como um projeto necessário e importante para o desenvolvimento da agricultura familiar no município de Paragominas, pois tem realizado capacitações aos feirantes, no sentido de melhorar seus processos de gestão de produção e gestão pessoal, além de agregar valor aos produtos, colaborando para ampliar os canais de comercialização e incremento financeiro dos feirantes; somado o fato de propiciar o consumo de alimentos com preços acessíveis, visto a ausência do atravessador, na medida em que há venda direta aos funcionários/consumidores da prefeitura e comunidade em geral.

Com os achados da pesquisa e, ao mesmo tempo, a implantação do aplicativo M-Commerce, se conseguiu obter resultados favoráveis, seja na melhoria da gestão da produção, seja da comercialização, com incremento de renda, como consta nos artigos que compõem esta dissertação sobre a estratégia de inovação na organização da feira de agricultores familiares de Paragominas – PA.

No primeiro artigo trata-se da compreensão sobre a agricultura familiar como estratégia de desenvolvimento territorial rural, na medida em que a produção de alimentos para a mesa dos cidadãos de Paragominas vem em parte deste segmento, gerando riqueza e distribuição de renda em princípios da economia solidária.

No segundo artigo descreve-se a implantação do Projeto “Hoje tem Feira”, enquanto ação de política pública no município de Paragominas – PA, que visou fortalecer o processo de produção e comercialização, ao constituir uma estrutura de serviços voltados ao apoio ao agricultor familiar de Paragominas no escoamento de sua produção.

No terceiro artigo aborda-se a questão da inovação na gestão da feira de agricultura familiar em Paragominas – PA, onde descreve-se o processo de estruturação desta, enquanto organização social, perpassando pelo processo de capacitação em nível de gestão, associativismo, cooperativismo, economia solidária e, por fim, a aplicabilidade da ferramenta de venda, via M-commerce.

Ademais, o objetivo desse trabalho foi conhecer o potencial de geração do trabalho e renda da Feira de Agricultores familiares de Paragominas – PA, a fim de contribuir para sua formalização, organização e estruturação social e implantar um aplicativo de venda de produtos, via M-commerce para fortalecer a gestão da comercialização e apontar melhorias na produção da agricultura familiar enquanto mecanismo de desenvolvimento territorial.

1.1 REFERÊNCIAS

BEZERRA, G. J.; SCHLINDWEIN, M. M. Agricultura familiar como geração de renda e desenvolvimento local: uma análise para Dourados, MS, Brasil. **Interações (Campo Grande)**, v. 18, p. 3-15, 2017.

REICHERT, L. J.; GOMES, M. C.; SCHWENGBER, J. E. A importância socioeconômica da agricultura familiar no desenvolvimento territorial da Zona Sul do Rio Grande do Sul. Grupo de Pesquisa: Agricultura Familiar e Ruralidade. (2009). Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/13/627.pdf> Acessado em 15 de maio de 2019.

SABOURIN, E. Origens, evolução e institucionalização da política de agricultura familiar no Brasil. 2017. In: DELGADO, G. C.; BERGAMASCO, S. M. P. PEREIRA (orgs.). Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário. 2017. 470 p. Disponível em: <https://agritrop.cirad.fr/583794/7/583794.pdf> Acessado em 21 de janeiro de 2020.

SILVEIRA, V. C. *et al.* Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na Cidade de Nova Andradina–MS. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 1, n. 1, 2017.

VIEIRA, A. V.; ROSA, L. dos S.; SANTOS, M. M. de L. Agrobiodiversidade de Quintais Agroflorestais no Município de Bonito, Estado do Pará. Belém. **Revista de Ciências Agrárias**. V. 55, N. 03. P. 159-166, jul/set. 2012.

CAPÍTULO I

AGRICULTURA FAMILIAR COMO ESTRATÉGIA DE GERAÇÃO DE ALIMENTOS VOLTADOS AO MERCADO LOCAL

RESUMO

O termo agricultura familiar abrange um grande leque de tipologias e situações rurais, tendo como base agregadora, a questão da capacidade de trabalho e da gestão, que são essencialmente familiares. Uma das formas de atuação particular da agricultura familiar é seu processo de distribuição e negociação de venda, que em grande parte se dá de através de circuitos curtos de comercialização de alimentos, de forma direta aos consumidores, por meio de feiras livres. Dessa forma, o objetivo deste artigo é analisar a agricultura familiar como estratégia de geração de alimentos voltados ao mercado local, no município de Paragominas – Pa. Quanto ao processo metodológico, a pesquisa é qualitativa e foi realizada através de um levantamento bibliográfico junto ao banco de dados do Google Acadêmico, Scielo, periódicos da Capes e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, para assim garantir a confiabilidade das informações. Percebeu-se ao longo do trabalho, a importância da agricultura familiar, que se destaca por três aspectos fundamentais, a produção de alimentos básicos; a relevância no sentido de manter grande parte das ocupações rurais, e; o papel decisivo para além dos aspectos meramente produtivos, com diferenças na maior preservação dos recursos naturais e o espaço ocupado nas comunidades agrícolas, evitando assim o êxodo rural. De forma, a agricultura familiar está diretamente atrelada as organizações sociais do campo, as quais são aliadas no que diz respeito ao acesso ao mercado, principalmente, por meio das feiras livres, e em práticas de economia solidária (relações de reciprocidade e interatividade mútua). Assim, verificou-se que as construções coletivas são ferramentas fundamentais no fortalecimento da agricultura familiar. Em Paragominas – PA, essa realidade pode ser comprovada através de ações coletivas dos agricultores familiares que compõem o “Projeto Hoje Tem Feira”, os quais se estruturam como entidade social que busca alternativas de comercialização dos seus produtos, por meio da “feirinha da prefeitura”, de forma presencial e digital com o uso de aplicativo de venda.

Palavras chaves: Feira. Paragominas. Agricultura Familiar. Mercado. Organização

ABSTRACT

The term family farming covers a wide range of types and rural situations, based on the issue of work capacity and management, which are essentially family farming. One of the particular forms of action of family farming is its process of distribution and sales negotiation, which largely takes place through short food marketing circuits, directly to consumers, through open markets. Thus, the objective of this article is to analyze family farming as a strategy for generating food for the local market, in the city of Paragominas - Pa. As for the methodological process, the research is qualitative and was carried out through a bibliographical survey with the bank Google Scholar, Scielo, Capes periodicals and Digital Library of Theses and Dissertations, in order to guarantee the reliability of the information. Throughout the work, the importance of family farming was perceived, which stands out for three fundamental aspects: the production of basic foodstuffs; the relevance in terms of maintaining a large part of rural

occupations, and; the decisive role beyond merely productive aspects, with differences in greater preservation of natural resources and the space occupied in agricultural communities, thus avoiding rural exodus. In this way, family farming is directly linked to rural social organizations, which are allied with regard to market access, mainly through open markets, and in solidarity economy practices (relationships of reciprocity and mutual interactivity) . Thus, it was found that collective constructions are fundamental tools in strengthening family farming. In Paragominas - PA, this reality can be proven through collective actions of family farmers who make up the "Today Has Fair Project", which are structured as a social entity that seeks alternatives for marketing their products, through the "City Hall Market" ", in person and digitally using a sales application.

Keywords: Fair. Paragominas. Family farming. Marketplace. Organization

1 INTRODUÇÃO

A geração de alimentos voltados ao mercado local é sem sombra de dúvidas uma das premissas da agricultura familiar, que entre outras coisas é responsável por **boa parte** do alimento que vai para a mesa dos brasileiros (TEIXEIRA, 2019).

O termo agricultura familiar abrange um grande leque de tipologias e situações rurais (FREDO; OTANI, 2015), tendo como base agregadora a questão da polarização da mão-de-obra e da gestão, que são essencialmente familiares e isso tudo, em contraposição à agricultura patronal (CASTRO, 2017). O autor supracitado continua ressaltando que cada unidade de produção funciona como uma conexão, de conjunção e disjunção, com procedimentos e estratégias definidos por lutas e experiências históricas.

Tipologias ou estilos de agricultura, foi primeiro mencionado com o enfoque sistematizado por Ploeg (1993; 1994), que o fez para definir e organizar a natureza da diversidade presente na agricultura familiar.

Conterato; Schneider; Waquil (2010), descrevem cinco tipologias ou estilos de agricultura familiar, as quais sejam:

[...] altamente descapitalizado e economicamente vulnerável (estilo 1). O segundo estilo de agricultura familiar pode ser caracterizado como capitalizado, altamente especializado e mercantilizado (estilo 2). O terceiro estilo de agricultura familiar caracteriza-se por ser altamente voltado para o autoconsumo e dependente das transferências sociais (estilo 3). Já o quarto estilo de agricultura familiar caracteriza-se pela descapitalização e dependência da produção de commodity (estilo 4). Por fim, o quinto estilo de agricultura familiar diferencia-se dos demais por ser diversificado na perspectiva não agrícola e altamente capitalizado (estilo 5) (CONTERATO; SCHNEIDER; WAQUIL, 2010, p. 173).

De acordo com Castro (2015, p. 94), “essa categoria social evidencia formas de viver e agir peculiares. A agricultura familiar acessa e difunde formas de saber, de organização do

trabalho, de cultivo de sementes e de tecnologias não ligadas aos modelos homogeneizadores de produção”.

Para Nascimento *et al.* (2017) a agricultura familiar no Brasil se constitui como um importante segmento produtivo, à medida que é responsável pela produção de alimentos básicos, gera renda e desenvolvimento local, contribui para a diminuição do êxodo rural e, promove segurança alimentar e nutricional.

Apesar de que, infelizmente a maior parte do que é produzido pela agricultura familiar ser comercializado via atravessadores, que levam boa parte dos rendimentos finais dos produtos, uma forma de atuação particular desse segmento é seu processo de distribuição e negociação de venda, que em parte se dá de através de circuitos curtos de comercialização de alimentos, de forma direta aos consumidores, por meio de feiras livres espalhadas por quase todos os municípios brasileiros e mundo a fora.

Contribuindo com esse pensamento, Oliveira; Lima (2017) destacam que:

No Brasil, as feiras livres existem desde os tempos coloniais, sendo de fundamental importância para a criação e fortalecimento do mercado interno e, conseqüentemente, para a formação das primeiras cidades. Dessa maneira, podemos atribuir outro papel para as feiras, e considerá-las como um elemento que está na base da organização social e econômica das cidades, desde a sua formação até o presente momento. Apesar de todas as mudanças ocorridas no período moderno, as feiras ainda estão presentes em quase todos os municípios do país, sendo em muitas cidades, em especial nas pequenas, o principal espaço de comercialização de mercadorias (OLIVEIRA; LIMA, 2017, p. 2).

Assim, segundo Silva *et al.* (2017) “as feiras livres, têm se mostrado estrategicamente promissores no propósito de efetivar o escoamento da produção de muitos agricultores familiares. Ainda de acordo com os mesmos autores “as feiras livres são caracterizadas por ocorrerem em espaços públicos e com periodicidade, são locais onde ocorrem trocas de mercadorias entre produtores, além de propiciar o escoamento da produção agrícola local.

Essa forma de comercialização tem se tornado estratégico ao escoamento da produção agrícola familiar. De acordo com Guzzatti, Sampaio e Turnes (2014) o circuito curto pode ser definido como o processo de comercialização agrícola onde são prezadas primordialmente relações mais aproximadas entre consumidores e produtores rurais.

Segundo Schneider; Ferrari (2015), as cadeias curtas têm três particularidades no âmbito espacial, onde são responsáveis pela aproximação entre a produção e o consumo de alimentos; social, à medida que proporciona o contato frente a frente entre produtores e consumidores, o que gera um processo de confiança e integração e; econômico ao passo que cria mercados locais com maior agregação de valor aos produtos.

Dessa forma, o objetivo deste artigo é descrever a agricultura familiar como estratégia de geração de alimentos voltados ao mercado local, no município de Paragominas – PA.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho está pautado em uma pesquisa qualitativa, focada na compreensão aprofundada sobre o papel da agricultura familiar na geração de alimentos para o mercado local de Paragominas, tendo em vista que: “Os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos [...] e se valem de diferentes abordagens. (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

Quanto aos objetivos a pesquisa é descritiva, pois “o interesse é descrever um fato ou fenômeno” (SANTOS, 1999, p.26), os quais passam a ser confrontadas com as referências teóricas a fim de verificar a veracidade das informações, para então, difundi-la enquanto conhecimento de uma dada realidade obtida a partir de múltiplas linguagens.

A pesquisa descritiva visa evidenciar características de uma população, um fenômeno ou experiência para o estudo realizado. Ela leva em conta os aspectos da formulação das perguntas que norteiam a pesquisa, além de estabelecer relação entre as variáveis propostas no objeto de estudo em análise (TRIVIÑOS, 1987).

Assim, foram estabelecidos critérios para a construção das temáticas imbricadas no objeto da pesquisa, ou seja, o levantamento bibliográfico junto ao banco de dados do Google Acadêmico, Scielo, periódicos da Capes e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, foi realizado de modo a garantir confiabilidade no trato das categorias e conceitos utilizados para a compreensão da feira e, desta forma, propor um instrumento de comercialização pro meio virtual. Foram selecionados os trabalhos mais relevantes sobre a temática e, a partir dessa seleção, fez-se fichamentos destas, a fim de entender os conceitos e as descrições mais relevantes para a compreensão da problemática em estudo.

Desta forma, seguiu-se as orientações de Lima; Miotto (2007, p. 2) que entendem a pesquisa bibliográfica como “...um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório”. Buscou-se acercar-se do debate sobre a agricultura familiar, um modo de vida no campo e suas conexões com a cidade, particularmente no que se refere a comercialização direta de seus produtos.

A análise da literatura sobre a problemática estudada se constituiu em uma revisão realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes (PIZZANI, 2012). Com base no material selecionado buscou-se entender as seguintes categorias analíticas: agricultura familiar, produção de alimentos na agricultura familiar, Paragominas, mercado local, agricultura familiar em Paragominas, feira de produtores rurais, geração de renda na comercialização de produtos da agricultura familiar e, organização social. A compreensão destes conceitos favoreceu a construção de um conhecimento específico, mas transversal, que possibilitou criar argumentos acerca da realidade vivenciada na pesquisa, como passa-se a expor no item seguinte.

3 POTENCIAL DA FEIRA NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS E NA GERAÇÃO DE RENDA

No Censo Agropecuário de 2017, vê-se que a agricultura familiar é responsável por grande parte da produção de alimentos básicos consumidos pelos brasileiros, como mandioca, feijão, hortaliças, leite e outros. Embora ocupe apenas 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários, a agricultura familiar corresponde a mais de 67% dos estabelecimentos e concentra mais de 67% do pessoal ocupado no campo (IBGE, 2019). De acordo com a Lei Federal n. 11.326, de 24 de julho de 2006, no artigo 3º (BRASIL, 2006) são destacadas como características primordiais para se enquadrar como agricultores familiares aqueles que corresponderem às seguintes características:

- (i) não possuir área maior do que quatro módulos fiscais;
- (ii) a mão de obra utilizada nas atividades econômicas ser predominantemente familiar e
- (iii) o maior percentual da renda ser obtido das atividades econômicas do estabelecimento.

Parece haver um consenso, entre pesquisadores, sobre o importante papel da agricultura familiar. Em estudo sobre o papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo, Mattei (2014, p. 90):

Em primeiro lugar, deve-se registrar os resultados extremamente positivos obtidos pela agricultura familiar em termos produtivos, especialmente no que concerne à produção de alimentos básicos. [...] Em segundo lugar, deve-se ressaltar, também, o papel relevante da agricultura familiar no sentido de manter grande parte das ocupações rurais sob sua responsabilidade. [...] Em terceiro lugar, é importante realçar o papel decisivo que a agricultura familiar desempenha para além dos aspectos

meramente produtivos. [...] Duas diferenças são visíveis: a maior preservação dos recursos naturais e um espaço físico ocupado com gente.

Na agricultura de base familiar, segundo Ploeg (2008), existe uma forma imbricada de organização, o que é refletido no seu modo de vida, suas estratégias de sobrevivência e na capacidade de adaptação às relações produtivas desses produtores. Uma dessas táticas é a forma de comercialização através das feiras de pequenos produtores, que contribuem significativamente com melhorias na qualidade de vida desses produtores.

Corona *et al.* (2018, p. 239), corroborando com o autor acima, declaram que “estudos sobre as estratégias dos agricultores familiares para inserção e construção de mercados apontam para possibilidades diversas, entre elas, as feiras-livres”. Essa dinâmica de comércio é uma importante ferramenta para o fortalecimento da agricultura familiar, uma vez que possibilita o acesso direto dos produtores ao cliente, derrubando assim a figura do atravessador e possibilita praticar preços mais acessíveis, tanto para vendedores como para compradores. Sobre as experiências das feiras livres de agricultores familiares, Sabourin (2014, p. 19) chama atenção para o fato de haver relações que vão além do estritamente econômico.

[...] dessas experiências pela teoria da reciprocidade oferece alternativas à exploração capitalista, à troca desigual e, ao mesmo tempo, permite valorizar os atributos específicos dos territórios locais e os valores humanos éticos, afetivos e de identidade, gerados pelas relações de reciprocidade simétrica.

A teoria da reciprocidade por sua vez é um conceito que dá significância para as teorias do desenvolvimento local, pois como mostra Sabourin (2011, p. 25) “procura outra leitura das relações econômicas e sociais que aquela por meio unicamente do princípio da troca e, portanto, abre propostas alternativas de economia humana em matéria de desenvolvimento, a partir de outra lógica social e econômica”.

Assim, passa-se a entender que o espaço de comercialização da feira não é apenas econômico, mas, sobretudo, social na medida por envolver relações diversas como a troca de saberes, vivências, diálogos e a reciprocidade entre os envolvidos no processo de construção desse mundo, que vai além das vendas.

Porém essa modalidade acaba sendo restrita a uma clientela que tem disponibilidade de tempo para ir ao encontro dos espaços físicos das feiras nas datas e locais onde elas ocorrem, uma vez que, em alguns casos, não há frequência diária desses pontos de venda, se restringindo a um ou dois dias por semana, como é acontece na “feirinha” de produtores rurais que acontece às quartas feiras na sede da prefeitura municipal de Paragominas.

3.1 AGRICULTURA FAMILIAR, PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS

Para Wanderley (2004) a agricultura familiar é um importante componente do sistema de produção agrícola brasileiro, tanto no que diz respeito ao abastecimento interno e para exportação, quanto para a manutenção da oferta de ocupação e emprego rural.

Schneider e Cassol (2014, p. 228) destacam a diversidade econômica e heterogeneidade social da agricultura familiar, que é “formada por pequenos proprietários de terra que trabalham mediante o uso da força de trabalho dos membros de suas famílias, produzindo tanto para seu autoconsumo como para a comercialização e vivendo em pequenas comunidades ou povoados rurais”.

A agricultura familiar tem se destacado como um dos ramos econômicos que cresce na produção de alimentos, geração de riquezas e em distribuição de renda mais equitativa, constituindo a base para um desenvolvimento rural sustentável.

Conti *et al.* (2015, p. 68) destacam que “um dos mais difundidos atributos da agricultura familiar é a sua capacidade e importância na produção de alimentos”, prosseguem mostrando a importância desse setor para o abastecimento interno, principalmente, de arroz, feijão, milho e mandioca, o que contribui para a segurança alimentar e nutricional do país.

Conti (2013) enfatiza ainda que a agricultura familiar possibilita a garantia do acesso físico e econômico aos alimentos em todo o tempo, com qualidade nutricional e livre de contaminantes e assim contribui para o bem viver das atuais e futuras gerações, sendo assim fator de desenvolvimento sustentável.

Segundo dados do Censo Agropecuário em 2017 (IBGE, 2017), a agricultura familiar se destaca com a produção das seguintes culturas: 10,9% da produção de arroz, 41,8% do feijão preto, 69,6% da mandioca, 36% do frango, 31% dos bovinos, 48,8% da banana, 56,9% do cacau, 64,2% do leite de vaca e, 34,5% dos suínos, além de ser responsável por 23% do valor total da produção agropecuária brasileira (TEIXEIRA, 2019). Assumindo assim um papel de extrema importância na produção de alimentos no Brasil.

A participação da agricultura familiar na produção de alimentos é visível, pois “a horticultura é a atividade mais desempenhada pelos agricultores familiares, onde a olericultura e a fruticultura apresentam um maior percentual de produção (SILVA *et al.* 2017, p. 8)”. Os autores destacam o trabalho da agricultura familiar na soberania e segurança alimentar no país, evidenciando a procura por produtos sem uso de agrotóxicos por grande parte dos consumidores brasileiros, que segundo eles “estão se modificando e incentivando, assim, a busca por

alimentos, frescos, com origem e processos transparentes e que promovam a saúde” (SILVA *et al.* 2017, p. 8).

Mattei (2014), em seu trabalho sobre o papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo destaca três aspectos relevantes, a produção de alimentos básicos; a relevância no sentido de manter grande parte das ocupações rurais e; o papel decisivo para além dos aspectos meramente produtivos, com diferenças na maior preservação dos recursos naturais e o espaço ocupado do que ele chama de “um rural com gente”.

Nesse sentido, Rezende *et al.* (2014) ao tratarem dos aspectos da comercialização, mostram a necessidade da construção de um planejamento efetivo que possa estruturar os processos de comercialização articulando a geração de trabalho e renda especialmente para os agricultores familiares.

Colaborando com isso Schroetter; Büttgenbender; Graef, (2011) destacam que o processo de comercialização deve colaborar para responder as seguintes questões: o que, quanto, quando, e onde e como produzir, e de que forma distribuir os produtos. Para os autores, fazendo assim, a agricultura familiar pode se organizar e se qualificar no que diz respeito as atividades econômicas e comerciais. Essa ideia é articulada com a necessidade de um planejamento estruturado e não apenas da comercialização como de todo o processo de produção.

Uma das maiores dificuldades no processo de produção é a comercialização, pois é preciso conhecer e entender os meios de distribuição. Isso pode ser feito primeiro com a verificação de todos os envolvidos no processo que se inicia no campo e vai até o consumidor final. Isso facilita a tomada de decisões do que produzir e para quem vender a produção (CUNHA, 2013).

De acordo com Pierri; Valente (2015), existem basicamente quatro canais de comercialização dos produtos da agricultura familiar: venda direta ao consumidor, integração vertical com o agronegócio processador, vendas para o setor de distribuição e mercados institucionais. Essa, no entanto, é uma visão limitada, uma vez que existem infinitas possibilidades de comercialização a partir da estruturação de uma dada organização da agricultura familiar, como é o caso da feira.

Essas questões de comercialização são mais trabalhadas em parcerias, por exemplo, nas feiras de produtores rurais, uma vez que esses espaços, por si, já se constituem em um mecanismo relevante de comercialização.

Nesse sentido, as feiras da agricultura familiar associadas aos novos instrumentos de gestão da produção e da comercialização como os instrumentos de M-commerce tem se

mostrado, particularmente, em tempos de isolamento social, um mecanismo extremamente viável, quando as formas de encontros presenciais são impossibilitadas, visando a preservação da vida.

3.2 AGRICULTURA FAMILIAR E A ORGANIZAÇÃO PARA O ACESSO AO MERCADO LOCAL

O processo de construção social de organizações coletivas de acesso ao mercado, na agricultura familiar está pautado em “diversas práticas de economia solidária com base em relações de reciprocidade e de ajuda mútua a partir das quais as famílias conseguem construir e fortalecer a sua inserção nos diversos circuitos” (PRA, *et al.*, 2016, p 22). Ainda segundo a autora essas práticas têm gerado a formação de associações e cooperativas.

Segundo Schneider (2016), as organizações coletivas são fatores extremamente relevantes na inserção e manutenção de produtores familiares no mercado, somado a capacidade de inovação, flexibilidade e outros fatores.

Diante dos desafios e potencialidades da agricultura familiar, os pequenos produtores, por meio da associação, tendem a melhorar a atuação no mercado e, portanto, o desempenho econômico, o que faz com que o associativismo passe a ser um mecanismo relevante para a construção de um ambiente favorável à permanência dos habitantes dos assentamentos rurais (SANGALLI *et al.*, 2015, p. 3).

De acordo com Piergentile *et al.* (2015), o associativismo rural se caracteriza pela união de pessoas que possuem os mesmos objetivos, diretos ou indiretos, capazes de trazer benefícios para os produtores rurais em várias áreas como produção, administração e comércio.

Sabourin (1999) já destacava que as transformações e, conseqüentemente, a modernização da agricultura, especialmente da agricultura familiar, estão atrelados, entre outros fatores, a processos de ação coletiva e a diversas formas de organização dos agricultores.

Neste contexto, para o mesmo autor, as organizações de agricultores passam a exercer novos papéis ou novas funções, em duas circunstâncias novas: i) assumir funções de interesse geral que eram antes da responsabilidade do Estado e, ii) participar de decisões em projetos ou programas de desenvolvimento local, territorial ou de manejo de recursos naturais (SABOURIN *et al.*, 2004).

Deve-se considerar também que essas organizações podem ser entendidas como mobilizadoras para “justificar políticas ou projetos participativos, nas quais elas têm, em realidade, pouco poder de definição e de decisão, mas sim responsabilidade de execução, de gestão ou de administração, em substituição aos serviços do estado” (SABOURIN, 2005, p. 3).

Outro fator relevante nesse processo de organização social, são as redes de comercialização criadas a partir da união entre produtores familiares. Segundo Figueiredo *et al.* (2020, p. 10.350), essas “redes de comercialização que priorizam os agricultores familiares preconizam maior equilíbrio em suas trocas mercantis e as relações do comércio justo”. Os autores prosseguem afirmando que:

[...] essa rede solidária destaca-se em cadeias em torno de uma transformação social, a troca entre grupos mais próximos, assim possibilitando novas parcerias e possibilidades, que anteriormente se baseavam em contratos e lucro. Portanto, a economia solidária permite a criação de outra dinâmica entre agricultura e a natureza, que busca a preservação do meio ambiente, e um desenvolvimento que se encaixe com a agricultura familiar que produz alimentos sem agrotóxicos (FIGUEIREDO *et al.*, 2020, p. 10.349).

Sobre comércio justo é possível fazer algumas ponderações de acordo com Antunes e Conti (2019):

[...] o comércio justo é um movimento que propõe priorizar o bem-estar de produtores e consumidores nas relações comerciais, por meio de mecanismos que asseguram o preço justo, a sustentabilidade social, econômica e ambiental, o acesso ao mercado por parte de pequenos produtores, o desenvolvimento local, a transparência e o respeito à diversidade, entre outras questões. Este movimento, pela semelhança entre os princípios, confluiu com o movimento de economia solidária no Brasil (ANTUNES; CONTI, 2019, p. 1).

Percebe-se que há uma forte interação entre o comércio justo e a economia solidária e tudo a partir de construções sociais. Nesse sentido, se levarmos em consideração a abordagem sociológica dos mercados em que estão inseridos a agricultura familiar, veremos que de acordo com Schneider e Ferrari (2015, p. 59) essa abordagem está pautada “não como premissas da ação econômica, mas como resultados concretos da interação social. Os autores prosseguem dizendo que os mercados são “espaços reais de confronto entre atores, cuja forma depende exatamente da força, da organização, do poder e dos recursos de que dispõe cada parte” (SCHNEIDER E FERRARI, 2015, p. 59).

Sobre sociologia de mercados Fligstein & Dauter (2012) destacam que a mesma se refere ao estudo sobre as trocas sociais existentes em um dado mercado e a forma de estruturação do tipo de troca social desse mercado sob condições capitalistas. Para os mesmos autores “a sociologia dos mercados nos dá ferramenta para decidir se um dado conjunto de estruturas sociais protege os incumbentes ou, ao invés disso, fomenta o crescimento econômico e a competição” (FLIGSTEIN & DAUTER, 2012, p. 485).

Assim, fica evidente a importância da organização social no processo de construção de um espaço estruturado e consolidado de venda, que neste caso de estudo é a feira. Assim a base

de tudo deve ser a integração social, que por sua vez, deve gerar ações concretas tanto na área de produção, como na de comercialização.

Gonçalves Júnior (2010, p.177) destaca a importância da organização social e do papel de cada indivíduo na construção de um projeto de produção e comercialização. O autor comenta que, os atores envolvidos em seu estudo “vêm sendo capazes de alterar o contexto em foco por meio de seus esforços de construção de mercados” (GONÇALVES JÚNIOR, 2010, p. 177) e, assim, “obtendo significativos resultados no combate à pobreza e na promoção de desenvolvimento num ambiente historicamente marcado pelo baixo dinamismo econômico e pelas amarras da tradição” (GONÇALVES JÚNIOR, 2010, p. 177).

Como parte da construção da estruturação da produção e comercialização, estão as políticas públicas, que servem de alavanca para que os projetos sociais possam ser viabilizados. Nesse sentido “a atuação desses atores [*sociais*] é fundamental na reorientação dessas políticas, redefinindo estratégias e as orientando a partir do fornecimento de conteúdo fruto de sua expertise” (GONÇALVES JÚNIOR, 2010, p. 177).

Sobre as políticas públicas que atendem a agricultura familiar tem-se os principais: Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura familiar – PRONAF, que objetiva “propiciar condições para aumentar a capacidade produtiva, a geração de emprego e de renda, de tal forma a melhorar a qualidade de vida dos agricultores familiares”; Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE que, “possibilita a compra de produtos da agricultura familiar de forma direta para a merenda escolar” e; Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, que “prevê a aquisição de alimentos da agricultura familiar por órgãos públicos federais, estaduais e municipais para o atendimento de populações em situação de insegurança alimentar” (COLONNELLI, 2020, p. 38).

Essas políticas públicas propiciam uma transformação não apenas da realidade social, mas também da questão econômica.

Ainda segundo Gonçalves Júnior (2010, p. 177) “essas transformações são permeadas por um “senso de missão” e “espírito público” que orienta esses processos, impelindo a construção de novos arranjos sociais, estabelecidos em bases renovadas”. Nesse sentido, é indispensável a ação participativa do indivíduo enquanto ator social em uma organização comunitária.

Para Silva (2011), a base da economia solidária são os empreendimentos solidários que são formados de pessoas que apresentam relação social preexistente, seja pelo trabalho, por dividirem espaço habitacional ou de atividades agrícolas, laços familiares ou afinidade étnica.

Sendo assim, pode-se dizer que a agricultura familiar é entendida como uma das bases da economia solidária, uma vez que nessa modalidade de produção, os valores de cooperação e autogestão estão sempre em pauta, aliado ao modo de vida solidário e sustentável que em geral é propagado por esses agricultores.

A efetivação dessa economia solidária pode ser desencadeada pela prática do comércio justo, que de acordo com Diaz Pedregal (2006, p. 13), “pretende contribuir ao desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições comerciais e garantindo os direitos dos produtores e dos trabalhadores marginalizados”⁴. Nesse sentido, Figueiredo *et al.* (2020, p. 10.349) destacam que:

Diante deste contexto, a agricultura familiar passou a estabelecer novas relações com essa nova economia que procurava fortalecer sua produção, oferecer incentivos para a diversidade do plantio, relações de serviços, trabalhos e saberes para a inclusão social. Nesse sentido, o empreendimento de economia solidária aponta para a produção de uma cultura relacionada ao trabalho e à promoção humana. As feiras geram espaços de encontro entre quem compra e quem vende mais do que um contato humanizado entre produtores e consumidores. Por meio desse relacionamento, os consumidores podem conhecer a origem do produto, as relações de trabalho, transporte e qualidade do alimento, entre outros aspectos.

Para que seja consolidada, a economia solidária deve fazer o enfrentamento de alguns desafios, tais como: a criação de um ambiente institucional propício para a formalização desses empreendimentos em cooperativas; estabelecimento de canais de financiamento adequados para sua realidade; assistência técnica especializada; acesso a mercados institucionais; abertura para a atuação de empreendimentos solidários nos grandes projetos de investimento do governo e; atuação conjunta entre os órgãos do governo federal (SILVA, 2011).

De acordo com Figueiredo *et al.* (2020) a priorização de comercialização através da agricultura familiar traz mais equilíbrio nas trocas mercantis e nas relações de comércio justo.

Se este mercado elementar, igual a si próprio, se mantém através dos séculos é certamente porque, em sua simplicidade robusta, é imbatível, dado o frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das cercanias. Dados também seus preços baixos, pois esse mercado elementar, onde se vende sobretudo ‘sem intermediários’, é a forma mais direta, mais transparente de troca, a mais bem vigiada, protegida contra embustes (BRAUDEL, 2009, p. 15).

Colaborando com isso, Silva (2015) destaca que o consumidor reconhece o trabalho do agricultor nesse tipo de mercado, pois leva em consideração a qualidade dos produtos, a sustentabilidade do processo e a relação de trabalho desenvolvida na produção e

⁴ Tradução do autor

comercialização. Nesse sentido, se estabelece uma relação de confiança entre consumidor e produtor.

Assim as feiras, como espaços alternativos de comercialização da agricultura familiar ainda de acordo com Figueiredo *et al.* (2020, p. 10.357) criam “consumidores interessados em uma nova abordagem de comercialização mais justa e igualitária. Estes mercados possibilitam a diversificação de culturas e a obtenção de melhoria da renda do produtor que tem uma pequena propriedade e pouco capital para investimento”.

Nesse sentido, os espaços alternativos de comercialização da agricultura familiar, estão intimamente ligados aos princípios de economia solidária e comércio justo, pois caminham na mesma direção, sendo necessário evidentemente, que o agricultor familiar se entenda como ator de transformação nos processos econômicos e sociais, de forma que este apreenda os fundamentos e a funcionalidade da economia solidária e faça desta uma ferramenta no dia a dia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebeu-se ao longo do trabalho a importância da agricultura familiar em função do papel que ocupa na produção de alimentos básicos; relevância em manter grande parte das ocupações rurais, e; o papel decisivo para além dos aspectos meramente produtivos, com diferenças na maior preservação dos recursos naturais e do espaço ocupado nas comunidades agrícolas, evitando assim o êxodo rural.

De forma geral a agricultura familiar está diretamente atrelada as organizações sociais do campo, as quais são aliadas no que diz respeito ao acesso ao mercado, principalmente por meio das feiras livres, muitas vezes pautadas em práticas de economia solidária (relações de reciprocidade e interatividade mútua). Dessa forma as construções sociais coletivas são ferramentas fundamentais no fortalecimento do segmento.

Em Paragominas - PA essa realidade pode ser comprovada através das ações coletivas dos agricultores familiares que compõem o “Projeto Hoje Tem Feira”, organizados como entidade social, que tem como finalidade buscar alternativas de comercialização dos seus produtos, particularmente através da chamada “feirinha da prefeitura”, de forma presencial e digital por meios de aplicativo de venda um espaço conquista na relação com gestores públicos municipais.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, D. de C.; CONTI, B. R. **O Comércio justo e solidário na política pública federal: histórico e perspectivas**. 2019. In.: IPEA. Mercado de Trabalho: conjuntura e análise. Documento 66. Brasília-DF. 2019. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9938/1/bmt_66_economia_solidaria_o_comercio_justo_e_solidario.pdf Acessado em 10 de dezembro de 2020.
- BRASIL. Senado Federal. *Lei nº 11.326*, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: <[http:// www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm)>. Acessado em 3 março 2019.
- BRAUDEL, F. **O jogo das trocas. Civilização material, economia e capitalismo: século XV-XVIII**. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- CASTRO, L. F. P. Agricultura Familiar, Habitus e Acesso à Terra. **Revista Brasileira de Sociologia do Direito**, v. 2, p. 91-105. 2015.
- CASTRO, L. F. P. Agricultura familiar: perspectivas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 17, n. 192, p. 142-154, 2017. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/33103>. Acessado em 10 de janeiro de 2021.
- COLONNELLI, B. L. **Diagnóstico e avaliação de acesso a políticas públicas por agricultores familiares em comunidades rurais no Município de Paragominas**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares) — Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA, 2020.
- CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S.; WAQUIL, P. D. Estilos de agricultura: uma perspectiva para a análise da diversidade da agricultura familiar. **Ensaio FEE**, v. 31, n. 1, 2010. Disponível em: <http://200.198.145.164/index.php/ensaios/article/viewFile/2240/2773>. Acessado em: 10 de setembro de 2021.
- CONTI, I. L. Interfaces entre direito humano à alimentação adequada, soberania alimentar, segurança alimentar e nutricional e agricultura familiar. In: CONTI, I. L. (Org.). *Convivência com o Semiárido Brasileiro: autonomia e protagonismo social*. Brasília: Editora IABS, 2013.
- CONTI, I. L.; BAZOTTI, A.; RADOMSKY, G. F. W. Agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional: um estudo sobre a relação produção-consumo nos municípios de Toledo (PR) e Contagem (MG). *Extensão Rural*, v. 22, n. 1, p. 56-86, 2015.
- CORONA, H. M. P.; VASQUES, S. T. V.; GODOY, W. I. Dinâmicas socioeconômicas dos feirantes agricultores familiares de Chapecó (SC). **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 23, n. 1, p. 237-261, 2018.
- CUNHA, S.D. O Encontro da Agricultura Familiar com a Alimentação Escolar. **Monografia Pós-graduação UFLA**. Ano 2013. UFLA, pg. 1-63, LAVRAS/MG, 2013.

DIAZ PEDREGAL, V. **Commerce équitable et organisations de producteurs**. Le cas des caféiculteurs andins au Pérou, en Equateur et en Bolivie. Paris: L'Harmattan, 2006. 274p. (Coll. Logiques Sociales).

FIGUEIREDO, E.; MONTEBELLO, A. E. S.; NORDER, L. A. C. Organização e práticas de economia solidária com agricultores familiares: o caso do instituto chão/Instituto chão: solidary economy organization and practices with family farmers: the case of the chão institute. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 3, p. 10348-10370, 2020.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. A sociologia dos mercados. **Caderno CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, 2012.

FREDO, C. E.; OTANI, M. N. Caracterização preliminar da agricultura familiar no Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, v. 45, n. 6, p. 9-29, 2015. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/publicacoes/ie/2015/tec1-1215.pdf>. Acessado em 10 de janeiro de 2021.

GONÇALVES JUNIOR, O. “Práticas de mercado” e reestruturação de laços sociais: uma combinação possível? **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, v. 15, n. 57, 2010.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C. & TURNES, V. A. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16 (3). 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo agropecuário 2017: Resultados definitivos**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

IBGE. Instituto de Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/paragominas/panorama>. Acessado em: 10 de abril de 2020.

LIMA, T. C. S. de; MIOTO, R. C. T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálisis**, v. 10, n. SPE, p. 37-45, 2007.

MATTEI, L. O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo. **Rev. Econ. NE**, Fortaleza, v. 45, suplemento especial, p. 83-91, out./dez., 2014.

NASCIMENTO, A. C. D. do. **O planejamento dos pequenos agricultores familiares: um estudo de caso nas Centrais de Abastecimento do Pará (Ceasa)**. Dissertação. Mestrado em Gestão de Empresas. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Lisboa. 2017.

OLIVEIRA, M. S. de; LIMA, J. R. O. Feiras livres: uma manifestação natural e espontânea de economia popular e solidária. IV Semana de economia e I Encontro de Egressos de Economia da UESB. Vitória da Conquista, Bahia, 13 a 17 de fevereiro de 2017. Disponível em: http://www2.uesb.br/eventos/semana_economia/2016/anais/GT1%20-%203.%20Feiras%20livres%20-%20uma%20manifesta%C3%A7%C3%A3o%20natural%20e%20espont%C3%A2nea%20de

[%20economia%20popular%20e%20solid%C3%A1ria.pdf](#). Acessado em: 10 de janeiro de 2021.

PIERRI, M. C. Q. M. & VALENTE, A. L. E. F. (2015) A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura. *In: 53º Congresso de Economia e Sociologia Rural*. Alagoas. 2015.

PIERGENTILE, E. *et al.* Associativismo e a sua importância para a agricultura familiar de Ubitatã-PR: um estudo de caso sobre a feira do pequeno produtor. Cascavel – Paraná. 3º Simpósio de Sustentabilidade e Contemporaneidade nas Ciências Sociais – 2015. Disponível em: <https://www.fag.edu.br/upload/contemporaneidade/anais/55954637af0f7.pdf>. Acessado em: 02 de abril de 2020.

PIZZANI, L. *et al.* A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 10, n. 2, p. 53-66, 2012.

PLOEG, J. D. van der. Rural sociology and the new agrarian question: a perspective from the Netherlands. *Sociologia Ruralis*, Oxford, v. 32, n. 2. p. 240-246, 1993.

PLOEG, J. D. van der. Styles of farming: an introductory note on concepts and methodology. *In: PLOEG, J. D. van der; LONG, A. Born from within: practices and perspectives of endogenous rural development*. Assen: Van Gorcum, 1994. p. 7-30.

PLOEG, J. D.V. **Camponeses e impérios agroalimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

PRA, M. *et al.* Lógicas e estratégias de comercialização na agricultura familiar do Agreste da Paraíba. *Estudos Sociedade e Agricultura*. Rio de Janeiro – RJ. **Estudos, Sociedade e Agricultura**. v. 24. n. 1. 2016. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/775>. Acessado em: 10 de abril de 2020.

REZENDE, D. C. V.; MORAES, A. S. F.; DA CUNHA REZENDE, S. D. Planejamento e Comercialização de produtos da Agricultura Familiar para Alimentação Escolar Municipal em Monte Carmelo/MG no ano de 2014. **Revista GeTeC**, v. 7, n. 16, 2018.

ROSENFELD, C. L. A autogestão e a nova questão social: Repensando a relação indivíduo-sociedade. **Civitas Revista de Ciências Sociais**, v.3, nº 2, 2003. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/742/74230209/>> Acesso em 30 jul. 2017.

SABOURIN E. 1999 Family farming sustainability and regional economic integration in Brazil: between debate and reality. *In: "Sustainable agriculture and Environment: Globalization and trade liberalisation"* Dragun A.K. & Tisdell C. (dir.) Cheltenham, GB, Edward Elgar Editor, pp 229-245.

SABOURIN E. Dádiva e reciprocidade nas sociedades rurais contemporâneas. **Tomo**, v 7: 2004. 75-104.

SABOURIN, E. Organização dos agricultores e produção de valores humanos. *In: XII CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA*. 31 de Maio a 3 de Junho de 2005, FAFICH/UFGM. Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. 2005.

SABOURIN, E. Teoria da reciprocidade e sócio-anthropologia do desenvolvimento. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 13, n. 27, p. 24-51, 2011.

SABOURIN, E. Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidária. **Revista Econômica do Nordeste REN**, v. 45, p. 18-30. 2014.

SANGALLI, A. R. *et al.* Associativismo na agricultura familiar: contribuições para o estudo do desenvolvimento no assentamento rural Lagoa Grande, em Dourados (MS), Brasil. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 2, p. 225-238, 2015.

SANTOS, A. R. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. Rio de Janeiro: DP&A editora, 1999.

SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. Diversidade e heterogeneidade da agricultura familiar no Brasil e algumas implicações para políticas públicas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 31, n. 2, p. 227-263, 2014.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar—o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, 2015. Disponível em: <http://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/949/475>. Acessado em 10 de janeiro de 2021.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. *In: Construção de Mercados e Agricultura Familiar*: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 93-140, 2016.

SCHROETTER; M.R.; BÜTTENBENDER, P.L.; GRAEF, C. E. Cooperativas da Agricultura Familiar E A Merenda Escolar: Produção, Comercialização E Consumo Na Região Fronteira Noroeste. **Artigo Pós-Graduação em Gestão de Cooperativas**. Departamento de Estudos da Administração da UNIJUI. Ano 2011. Disponível em: http://redcidir.org/multimedia/pdf/trabajos_seleccionados/Seleccionados-VSimposio/Asociativismo-empresas-e-innovaci%C3%B3n/23-COOPERATIVAS-DAAGRICULTURA-FAMILIAR-E-A-MERENDA-ESCOLAR.pdf. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

SILVA, B. J. da. **Circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: emancipação socioeconômica na agricultura familiar?** Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis – SC. 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/158869/336756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 10 de janeiro de 2021.

SILVA, M. N. *et al.* A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017.

SILVA, S. P. **A economia solidária na estratégia de erradicação da pobreza extrema no Brasil**: uma contribuição para o debate. Nota Técnica 47. IPEA. 2011. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3966/1/bmt_47_economia.pdf. Acessado em 10 de agosto de 2020.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. Unidade 2 – A pesquisa científica. *In*: GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. Métodos de pesquisa. **Porto Alegre: Editora da UFRGS**, p. 120, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acessado em: 11 de Maio de 2021.

TEIXEIRA, G. O Censo Agropecuário 2017. **Revista NECAT-Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense**, v. 8, n. 16, p. 8-39, 2019.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WANDERLEY, M. de N. B. **Agricultura familiar e campesinato**: rupturas e continuidade. Texto elaborado para aula inaugural do primeiro semestre de 2004 no CPDA/UFRRJ. Disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/leaa/files/2014/06/texto-6.pdf>. Acessado em 20 de maio de 2019.

CAPÍTULO II

ANALISE DOS RESULTADOS DA POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL “PROJETO HOJE TEM FEIRA” EM PARAGOMINAS (PA)

RESUMO

O processo de implantação da Feira de Agricultura Familiar de Paragominas decorreu de uma ação de política pública da prefeitura municipal, em parceria com o SEBRAE, para o incentivo à agricultura familiar, através do Projeto denominado Hoje Tem Feira, que visou fortalecer o processo de produção e comercialização, ao constituir uma estrutura de serviços voltados ao apoio ao escoamento de sua produção. O Projeto Hoje Tem Feira vem promovendo a comercialização de produtos dos agricultores familiares, em face da oportunidade de ofertar de uma diversidade de produtos aos consumidores locais, além de gerar trabalho, empregos e incremento de renda. Para a organização dessa ação de política pública municipal, mediante pesquisa, foram realizadas reuniões a fim de estabelecer um canal de comunicação entre as partes envolvidas (pesquisador, feirantes, representantes da: Sala do Empreendedor/ Secretaria Municipal de Governo de Paragominas, Secretaria Municipal de Agricultura e SEBRAE), nesse espaço de diálogo definia-se responsabilidades entre os diferentes sujeitos em interação. Na primeira fase de implantação do Projeto e com base nessa relação de confiança houve um momento de coleta de informações, por meio de entrevistas com perguntas semiestruturadas, objetivando entender os processos de organização da produção e da comercialização dos feirantes. Na segunda fase foi realizada a análise (FOFA), com todos os envolvidos na feira, seguida de reuniões de proposição de um aplicativo de vendas, o qual contou com adesão dos agricultores/feirantes. Os dados obtidos nesses momentos e fases da pesquisa e ação foram analisados a luz da matriz (GUT), onde várias estratégias foram traçadas no sentido de mitigar os pontos fracos e potencializar os pontos fortes, através de capacitações. Verificou-se que a implantação do “Projeto Hoje Tem Feira” se constituiu como uma oportunidade que vem atendendo expectativas dos feirantes e contribuído com o desenvolvimento da agricultura familiar no município, não apenas para os agricultores envolvidos, mas para toda uma cadeia que compõe a feira, pois movimenta um montante de produtos com resultados visíveis. Esta ação em 2020 gerou um faturamento médio mensal de R\$ 19.424,78, totalizando cerca de R\$ 213.672,62 de rendimento anual para o referido ano. Em 2019 os ganhos ficaram na casa dos R\$ 161.000,00, sendo possível observar um incremento de renda com base na oferta e demanda de produtos, por feirantes e compradores respectivamente. Observou-se que as feiras livres são um espaço público onde os feirantes têm acesso a um mercado com preços mais acessíveis aos compradores locais.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Feira. Organização social.

ABSTRACT

The implementation process of the Paragominas Family Farming Fair resulted from a public policy action by the municipal government, in partnership with SEBRAE, to encourage family farming, through the project called Hoje Tem Feira, which aimed to strengthen the production process and commercialization, by constituting a structure of services aimed at supporting the

flow of its production. The Hoje Tem Feira Project has been promoting the sale of products from family farmers, given the opportunity to offer a variety of products to local consumers, in addition to generating jobs, jobs and increased income. For the organization of this municipal public policy action, through research, meetings were held in order to establish a channel of communication between the parties involved (researcher, stallholders, representatives of: Sala do Empreendedor/ Municipal Secretary of Government of Paragominas, Municipal Secretary of Agriculture and SEBRAE), in this space of dialogue, responsibilities were defined between the different subjects in interaction. In the first phase of implementation of the Project and based on this relationship of trust, there was a moment of gathering information, through interviews with semi-structured questions, aiming to understand the processes of organizing the production and commercialization of the stallholders. In the second phase, the analysis (FOFA) was carried out with all those involved in the fair, followed by meetings to propose a sales application, which had the participation of farmers/marketers. The data obtained in these moments and phases of research and action were analyzed in the light of the matrix (GUT), where several strategies were drawn up in order to mitigate weaknesses and potentialize strengths, through training. It was found that the implementation of the "Today Has Fair Project" was an opportunity that has been meeting the expectations of marketers and has contributed to the development of family farming in the municipality, not only for the farmers involved, but for the entire chain that makes up the fair, as it moves an amount of products with visible results. This action in 2020 generated an average monthly revenue of R\$19,424.78, totaling approximately R\$213,672.62 of annual income for that year. In 2019, earnings were around R\$ 161,000.00, and it is possible to observe an increase in income based on the supply and demand of products, by marketers and buyers, respectively. It was observed that open markets are a public space where marketers have access to a market with more affordable prices for local buyers.

Keywords: Family farming. Fair. Social organization.

1 INTRODUÇÃO

O projeto Hoje Tem Feira nasceu com base na parceria entre o SEBRAE/PA e a Sala do Empreendedor, órgão da Prefeitura Municipal de Paragominas, um espaço de recepção e acolhimento, inicialmente, de nove agricultores, mas que logo passaram a ser catorze. Estes buscaram apoio para a comercialização de seus produtos. Aí, nesse espaço, houve a promoção de capacitação em formação de preço, atendimento ao cliente e controle financeiro, cuja finalidade era o crescimento profissional dos feirantes e sua eficiência na administração do negócio. Esse projeto promoveu a interação inicial dos produtores rurais, logo aumentado, os quais passaram a ofertar produtos naturais com preços acessíveis à comunidade local, sob um canal de comercialização importante e, ao mesmo tempo, esta ação de política pública tem contribuído positivamente para o crescimento profissional dos feirantes, devido aos processos de formação de agricultores envolvidos (SEBRAE/PA, 2019).

Em 2020 o Projeto Hoje Tem Feira contou com 15 feirantes e com perspectivas de elevar esse número em 2021, tendo em vista abranger mais consumidores para a consolidação da Feira, como meio de incrementar a renda dos produtores, com oferta de produtos naturais e de qualidade aos consumidores locais (PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS, 2020).

O processo de implantação da Feira de Agricultura Familiar uma ação de política pública municipal de Paragominas decorreu, portanto, de uma ação que visava incentivar a agricultura familiar no município. Inicialmente essa ação de política pública funcionou em um bosque, espaço público de estacionamento da prefeitura, que influenciava a comercialização direta de produtos, favorecida pela circulação de um público de mais de 3.000 servidores.

Porém, no início de 2021, com a mudança de governo, a pedido dos feirantes, foi decidido que o evento acontecesse em um espaço público situado em frente à prefeitura, uma área sombreada, com fechamento de via pública. A feira tem acontecido todas as quartas feiras, nesse espaço, mas houve ampliação dessa ação que passou a ocorrer também de forma itinerante, em alguns bairros, em pontos turísticos da cidade e locais de grande movimentação nos fins de semana. Essa ação tem por critério o entendimento entre feirantes e a Sala do Empreendedor.

O “Projeto Hoje Tem Feira” movimenta um montante de produtos com resultados visíveis. Esta ação em 2020 gerou um faturamento médio mensal de R\$ 19.424,78, totalizando cerca de R\$ 213.672,62 de rendimento anual para o referido ano. Em 2019 os ganhos ficaram na casa dos R\$ 161.000,00, sendo possível observar um incremento de renda com base na oferta e demanda de produtos, por feirantes e compradores respectivamente (PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS, 2020).

Desse modo, entende-se que o projeto promove o desenvolvimento do comércio em face da oportunidade de os agricultores familiares, ao viabilizar a comercialização de uma diversidade de produtos aos consumidores locais, com geração de trabalho, empregos e incremento de renda, devido ao aumento da oferta de produtos e da demanda de clientes, particularmente, quando há o interesse e a procura por novos produtores, ampliando o número de agricultores nesta ação.

A iniciativa tem aberto novas oportunidades de transações comerciais no município, aproximando produtores de consumidores, tudo isso inicialmente no pátio da prefeitura e hoje do lado de fora, na rua em frente ao órgão público supramencionado, local escolhido (em comum acordo entre feirantes, Secretaria Municipal de Governo de Paragominas e SEBRAE)

por apresentar um grande público potencial de clientes, todas as quartas-feiras e eventualmente em outros locais estratégicos em períodos pré-definidos.

Vale destacar que a parceria firmada entre os órgãos públicos já mencionados e os feirantes não retira a liberdade que estes têm em seus negócios, pelo contrário, vem no sentido de fortalecer esse autogoverno, de forma que estes possam ser cada vez mais autossuficientes em seus processos.

Segundo o SEBRAE/PA (2019), a feira, no ano de 2019, contribuiu positivamente no processo de crescimento profissional dos comerciantes, auxiliando na legalização de muitos empreendimentos, inclusive, um dos participantes da feira adquiriu selo de inspeção municipal (SIM⁵), além de outros integrantes serem filiados em uma cooperativa de grande atuação local na agricultura familiar, a Cooperativa dos Pequenos Produtores do Uraim e Condomínio Rural de Paragominas – Cooperuraim⁶. Esses fatos repercutiram em mais credibilidade e confiança, pois se sabe que é um alimento de origem animal com o selo de qualidade, passando segurança quanto a sua procedência.

O projeto tem promovido a visibilidade dos agricultores familiares em suas capacidades de empreender, particularmente quando novos agricultores têm procurado o espaço da feira para comercializar seus produtos, como aqueles que já participaram de outros espaços de venda de artesanato, por exemplo, (algo que ocorreu no passado de forma esporádica em praças públicas e hoje não ocorre mais), possibilitando garantia de sustento da família dos envolvidos.

Nesse sentido o objetivo do presente trabalho é analisar o processo de implantação do projeto “Hoje Tem Feira” enquanto ação de política pública do município de Paragominas – PA, voltado ao fortalecimento da agricultura familiar, em especial, da comercialização, tendo em vista a melhorar a renda da agricultura familiar por meio do incentivo a comercialização.

1.2 ORGANIZAÇÃO E POSSIBILIDADES DA AGRICULTURA FAMILIAR EM PARAGOMINAS

Essa estruturação organizacional é fundamental no processo de aprimoramento por parte dos agricultores familiares, de princípios fundamentais de associativismo, cooperativismo e

⁵ Frisa-se que outro feirante já apresentava Selo de Inspeção Estadual (SIM), (caso da produção de queijo).

⁶ Cooperativa fundada em 20 de Dezembro de 2011, atualmente conta com mais de 50 cooperados da agricultura familiar de Paragominas - Pa.

economia solidária, que são bandeiras historicamente defendidas pela agricultura familiar e que se colocam como ferramentas de transformação econômica e social.

Segundo Soares *et al.* (2016, p. 11), no município de Paragominas, “enquanto as grandes fazendas produzem grãos e, principalmente, gado para a exportação, os pequenos produtores são quem alimentam o mercado interno”. Isso mostra a importância dessa atividade para o município, na medida em que a produção da agricultura familiar, em grande parte, abastece o mercado local, essa categoria social colabora com o panorama da produção e alimentos no âmbito nacional.

Para entender essa realidade verifica-se que, segundo a Secretaria Municipal de Agricultura de Paragominas (SEMAGRI PARAGOMINAS, 2019), o município possui 48 comunidades rurais, as quais detém 52 associações de produtores e/ou moradores rurais, o que mostra um percentual médio de 1,08% organizações associativas por comunidade. Esse índice revela a importância dessas entidades como forma de representatividade no meio rural. Entretanto, de acordo com o mesmo órgão, apenas quatro delas (até 2018) estavam em situação de pendências jurídicas junto a receita federal e outros órgãos competentes) com isso pode-se perceber que existe um grande entrave quanto a gestão dessas instituições.

É importante destacar que o fato da não legalização, não tem a ver somente com falta de organização, uma vez que esse processo desencadeia um esforço financeiro, burocrático e jurídico, que tem lados positivos, como o fato de poder desfrutar de compras governamentais, por exemplo, mas que por outro lado, tem gerado passivos de obrigações financeiras.

No caso dos feirantes do projeto Hoje Tem Feira chama atenção para a legalização frente aos avanços, até mesmo pela percepção deles para a importância da legalização (debatida em reuniões e conversas com o representante do trabalho em questão, para o mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do IFPA).

Nesse sentido, não apenas a existência das associações deve ser incentivada, mas sobretudo, a estruturação organizacional dessas entidades, de modo que sejam eficientes e cumpram o objetivo a que foram propostas. No entanto, cabe ressaltar que mesmo com todas as dificuldades destas organizações, elas são de fundamental importância para o desenvolvimento local e mesmo com dificuldades estruturais, conseguem contribuir com esse desenvolvimento local do município de Paragominas.

Colonnelli (2020), em sua dissertação de mestrado intitulada “Diagnóstico e avaliação de acesso a políticas públicas por agricultores familiares em comunidades rurais no Município de Paragominas”, se refere aos dados agricultura familiar em Paragominas e traz um mapa

situacional de vários aspectos, tais como, dados de comercialização, organização social, políticas públicas, com relação aos agricultores de Paragominas.

Observa-se que 67% dos pesquisados participam de alguma organização social, sendo que 71% há mais de 5 anos e em 86% dos casos se beneficiam disso para a comercialização de seus produtos. Entretanto, apenas 36% dizem ter modificado a maneira de produzir após ter ingressado na associação e/ou cooperativa e 34% da produção é comercializada pela associação. [...] Quanto ao acesso às Políticas Públicas de Produção, apenas 31% acessaram algum tipo de programa, sendo que destes 61% é representado pelo Pronaf A e 94% não tiveram acesso aos programas de compras governamentais (COLONNELLI, 2020, p. 5).

Nesse sentido, percebe-se que mesmo com uma alta participação em organizações sociais por parte dos agricultores familiares do município, há um percentual baixo de melhorias na produção, em decorrência dessa participação. Porém, é nítida a contribuição dessas organizações sociais em algum processo de comercialização, uma vez que 86% dos participantes da pesquisa de Colonnelli (2020) se beneficiam da associação para comercializar seus produtos.

De acordo com Colonnelli (2020, p. 50, grifos do autor) “a atuação dessas entidades tem sido deficitária, primeiro pelo exposto anteriormente [*informalidade e falta de compromisso*], que é a forma como as criam, seguidamente se destaca a falta de organização dos associados”. Ainda nesse sentido CIRAD, EMBRAPA e UFPA (2013, p. 20) em seu relatório de realidades e perspectivas da agricultura familiar no município de Paragominas–PA, apresentam a seguinte visão:

Em geral pode-se dizer que a organização social na agricultura familiar é muito heterogênea, sendo mais frágil em relação à organização da produção e mais forte em relação a representações político institucionais. A exceção das sub-regiões ou locais em que a organização social é bastante forte e antiga, como no caso encontrado nas comunidades mais antigas o que permitiu maior legitimidade às lideranças encontradas (CIRAD; EMBRAPA; UFPA, 2013).

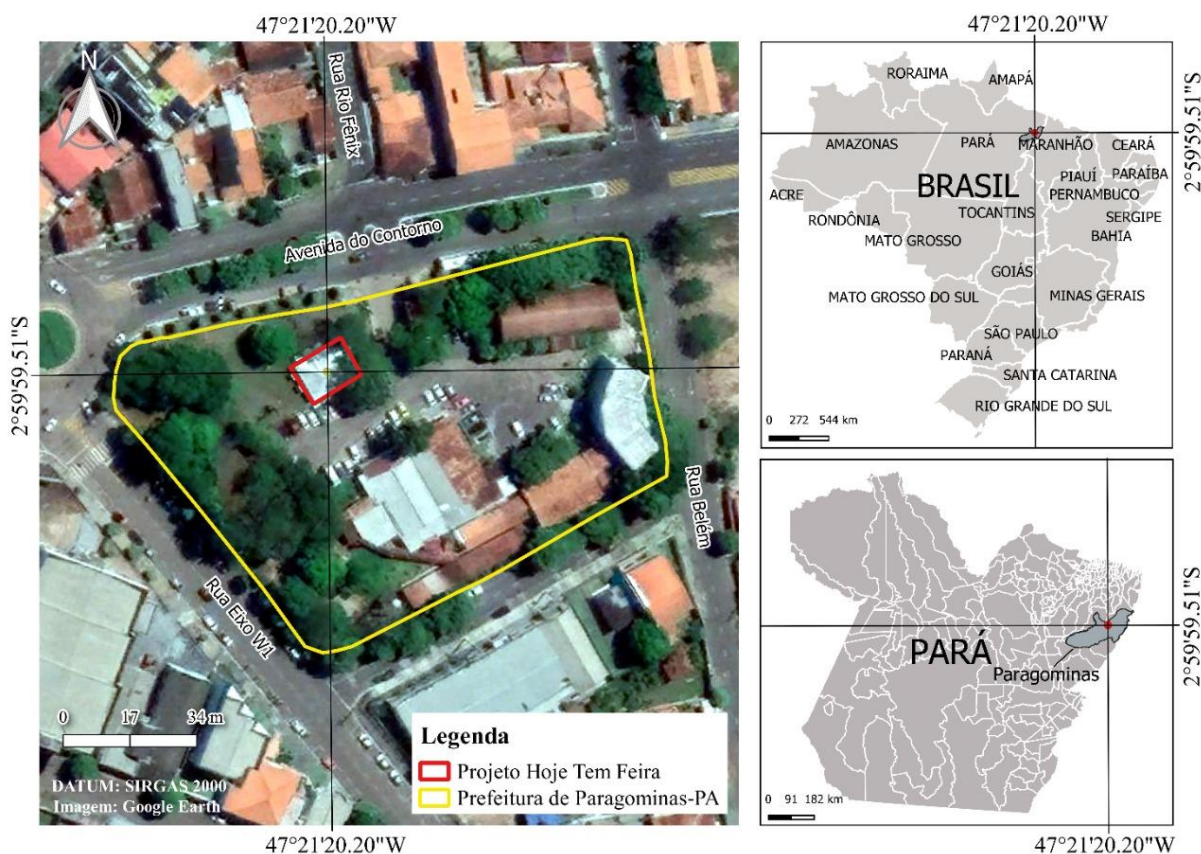
Isso nos leva a refletir qual é o papel das entidades governamentais ao implementarem políticas públicas para os agricultores familiares, no sentido de promover melhores condições de vida, tendo em vista que a participação em organização social (como a feira, neste caso), parece ser a chave de acesso inicial a vários programas públicos de incentivo a esses agricultores familiares e, em consequência, ao desenvolvimento rural (COLONNELLI, 2020).

2 METODOLOGIA

2.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DO PROJETO HOJE TEM FEIRA – OBJETO DE ESTUDO

O município de Paragominas (Figura 1), situado às margens da rodovia Belém-Brasília (BR-010), a 320 quilômetros da cidade de Belém, possui uma área de 1,93 milhões de hectares (1,5% da superfície do Pará) e abriga uma população estimada de 113.145 habitantes (IBGE, 2019). Paragominas faz parte da mesorregião Sudeste Paraense e se limita com o Maranhão, a leste, e com cinco municípios paraenses: Ipixuna do Pará e Nova Esperança do Piriá, ao norte; Ulianópolis, Goianésia do Pará e Dom Eliseu, ao sul; e Ipixuna do Pará, a oeste.

Figura 01 – Mapa de Localização da Feirinha no município de Paragominas – Pa.



Fonte: Adaptado de Google Earth (2020).

De acordo com Santos *et al.* (2017), as atividades econômicas predominantes em Paragominas são a agricultura de pequena, média e grande escala, pecuária, atividade madeireira, produção de carvão, reflorestamento e mineração de bauxita, as quais são as principais fontes do produto Interno Bruto do município.

O Projeto Hoje Tem Feira acontece na área de bosque do estacionamento da Prefeitura Municipal de Paragominas, situado na Rodovia do Contorno 1212 – Centro, Paragominas – PA. Funciona sempre as quartas-feiras nesse endereço e eventualmente de forma itinerante nos finais de semana em locais pré-determinados por reuniões entre os participantes e a “Sala do Empreendedor” da Prefeitura Municipal de Paragominas, como praças, grandes estacionamentos de órgãos públicos e privados, de forma a atender demandas locais dos bairros do município.

2.2 DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO – DRP COMO INSTRUMENTO DE CONHECIMENTO DA REALIDADE SOCIAL)

Entende-se o Diagnóstico Rural Participativo (DRP) como conjunto de procedimentos metodológicos capaz de permitir que uma comunidade desenvolva a capacidade de se autodiagnosticar, refletir sobre seus próprios problemas e, assim, ser capaz de se planejar, gerenciar e construir habilidades para solucionar essas adversidades (VERDEJO, 2006). Esses procedimentos metodológicos de acordo com Toledo *et al.* (2015) envolvem a:

[...] obtenção direta de informação primária ou de "campo" na comunidade, e esta é conseguida por meio de grupos representativos de seus membros, até chegar a um autodiagnóstico sobre o estado dos seus recursos naturais, sua situação econômica e social e outros aspectos importantes para a comunidade.

O DRP é um instrumento capaz de dar aos participantes, de acordo com Ribeiro (2015, p. 33) “voz e visibilidade, expondo suas necessidades e potencialidades na definição de problemas e busca de soluções, dentro de uma proposta de desenvolvimento “deles” e para “eles”.

Para Kummer (2007), o DRP consegue identificar problemas e hierarquizar prioridades, através de um posicionamento crítico de uma dada realidade e estimular o desenvolvimento rural, pois permite o envolvimento dos atores sociais no processo de tomada de decisão diante da busca da mudança de realidade. Dessa forma, é possível entender quais as causas de uma determinada adversidade e assim listar as ferramentas e os procedimentos que podem ser utilizados para combatê-lo de acordo com a prioridade comunitária.

Nesse sentido, esse tipo de metodologia participativa tem caráter essencial na transformação social de uma dada realidade, pois permite entender os problemas e elencar por prioridades, a fim de acionar mecanismos de solução, de forma coletiva, o que segundo Gusmán (2001, p. 36)

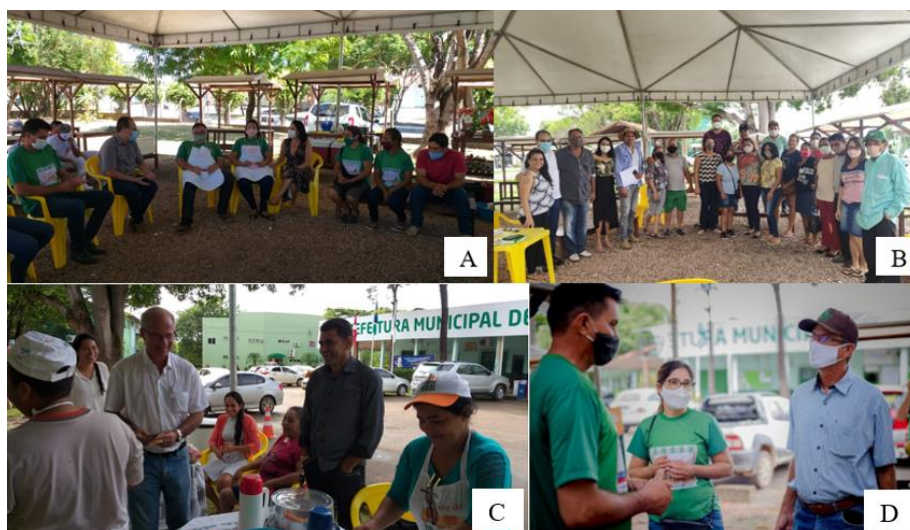
[...] a maneira mais eficaz para realizar esta tarefa consiste em potencializar as formas de ação social coletiva, pois estas possuem um potencial endógeno transformador, não se trata de levar soluções prontas para a comunidade, mas de detectar aquelas existentes localmente e “acompanhar” e animar os processos de transformação existente em uma dinâmica participativa (GUSMÁN, 2001, p. 36).

Assim, a construção coletiva de buscas de solução é o que se quer e isso de forma participativa respeitando as particularidades dos envolvidos, por essa razão optou-se por esse instrumento de coleta de dados e ao mesmo tempo de construção coletiva de soluções.

Para tanto, o primeiro passo é fazer uma avaliação do potencial socioeconômico dos feirantes, através de diagnóstico participativo, onde se realizou um diagnóstico para apontar caminhos estratégicos de desenvolvimento. Nesse sentido foi realizado um levantamento com a caracterização socioeconômica e de comercialização dos agricultores familiares participantes do projeto Hoje Tem Feira no município de Paragominas – PA.

Para o início do planejamento do presente projeto de pesquisa, foram realizadas reuniões nos dias 08 de julho de 2020 (Figura 2A), a primeira e a segunda no dia 30 de outubro de 2020 (Figura 2B), para explicar as intenções do pesquisador. Nessas reuniões foi estabelecido um processo de comunicação entre as partes envolvidas (feirantes, representantes da: Sala do Empreendedor, Secretarias Municipais de Agricultura e de Governo de Paragominas e SEBRAE) para definir as responsabilidades entre diferentes sujeitos na execução do estudo.

Figura 02 – Reunião entre feirantes, Sala do Empreendedor/SEMUG, SEMAGRI, SEBRAE e docente do mestrado IFPA para alinhar as ações do projeto. A: 08 de julho de 2020; B: 30 de outubro de 2020; C e D: Presença do prefeito alinhando as estratégias e ações para a feira.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

Nas reuniões apresentou-se o objetivo da pesquisa enfatizando a disposição em contribuir para melhorar os processos de gestão organizacional e de vendas dos feirantes. Na

ocasião os feirantes interessaram-se com relação ao apoio do projeto de mestrado e se colocaram à disposição para colaborarem no que fosse possível, concordando assim com os objetivos e processos exposto pelo autor do referido estudo em parceria com os órgãos presentes representados.

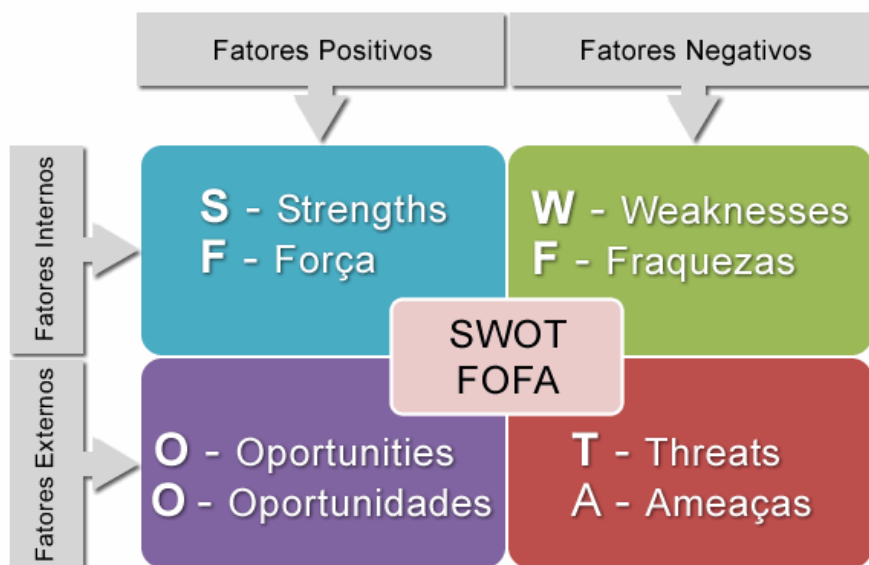
Ressaltando que na figura 02 – C alguns presentes estavam sem máscara por se tratar de um café da manhã, porém, tão logo terminaram de comer recolocaram suas máscaras.

A segunda fase constou de coleta de fonte primária realizada através de entrevistas com perguntas semiestruturadas, objetivando entender os processos de organização da produção e da comercialização dos feirantes, bem como, a relação destes com os compradores de seus produtos. Este processo contou com o uso de um Termo de Consentimento Livre Esclarecido – TCLE, que explicou aos participantes os objetivos do estudo, bem como, os procedimentos legais que amparam a participação em pesquisa envolvendo pessoas.

Logo, em seguida elaborou-se um questionário (Apêndice I) com questões socioeconômicas e dados sobre gestão, planejamento, produção, comercialização dos feirantes e uso do aplicativo, o qual foi aplicado a todos os feirantes. Como o contexto atual de pandemia exigiu-se cuidados especiais, o procedimento foi presencialmente, porém respeitando todos os protocolos de segurança do Ministério da Saúde. Mostra-se assim como realizou-se a análise da FOFA.

2.2.1 Análise FOFA dos Feirantes

Na primeira fase foi realizado a análise FOFA, com todos os envolvidos na feira. Esse momento aconteceu em forma de reuniões com agendamento prévio e confirmação de presença dos envolvidos (feirantes; representantes da “Sala do Empreendedor” da Prefeitura Municipal de Paragominas, Secretaria Municipal de Agricultura e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE; bem como de indivíduos que estejam em processo de compor a feira, na condição de vendedor). As instituições se justificam, uma vez que fazem do acompanhamento dos feirantes e são os responsáveis pela implantação e manutenção da feira. De acordo com Espírito Santo *et al.* (2019), a análise FOFA (do inglês SWOT) (Figura 03), significa em uma tradução direta (e mais usual) *Strenghts* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Essa ferramenta auxilia no planejamento de estratégias que, a partir da identificação de forças e fraquezas internas, bem como, de oportunidades e ameaças externas, podem ser trabalhadas a fim de criar mecanismos que impulsionem os objetivos de uma dada organização (DANTAS; MELO, 2008).

Figura 03 - Diagrama da Matriz FOFA (SWOT).

Fonte: Camargo (2018).

Segundo Pereira *et al.* (2017), em se tratando de análise externa, faz-se necessário que haja uma estratégia de adequação desse instrumento, pois o objetivo da pesquisa é contribuir com a construção de novos canais de comercialização via M-commerce, ou seja, ampliação do mercado ainda em âmbito local/municipal. Já com relação as questões internas devem-se avaliar os recursos que os agricultores familiares participantes podem disponibilizar em termos de estratégias que potencializem a comercialização de seus produtos. Dentre esses recursos podem ser citados, pessoal capacitado, técnicas de produção, técnicas administrativas, finanças, pesquisa e desenvolvimento (P&D) entre outros (BETHLEM, 2009).

A aplicação da metodologia FOFA, contou com a participação do SEBRAE e da Sala do Empreendedor da Prefeitura de Paragominas. Nesse momento também será debatido outros processos de gestão da feira, que serão definidos a partir dos resultados da análise FOFA em treinamentos específicos que sucederão esse processo.

A fim de analisar de modo aprofundado a Matriz FOFA foi construída uma relação sobre os gargalos apontados e as possíveis soluções, a partir da Matriz GUT. De acordo com Gomes (2006, p. 6):

[...] essa matriz é uma forma de se tratar problemas com o objetivo de priorizá-los. Ela leva em conta a gravidade, a urgência e a tendência de cada problema. a) Gravidade: impacto do problema sobre coisas, pessoas, resultados, processos ou organizações e efeitos que surgirão em longo prazo, caso o problema não seja resolvido. b) Urgência: relação com o tempo disponível ou necessário para resolver o problema. c) Tendência: potencial de crescimento do problema, avaliação da tendência de crescimento, redução ou desaparecimento do problema (GOMES, 2006, p. 6).

“A Matriz GUT auxilia o gestor na avaliação dessas prioridades” (MELO, *et al.*, 2018, p. 3142). Portanto, um instrumento que foi utilizado com base nos objetivos de melhorar o processo de gestão dos agricultores, sejam em relação à produção e comercialização.

3 OS AGRICULTORES FAMILIARES VINCULADOS AO PROJETO HOJE TÊM FEIRA EM PARAGOMINAS – PARÁ

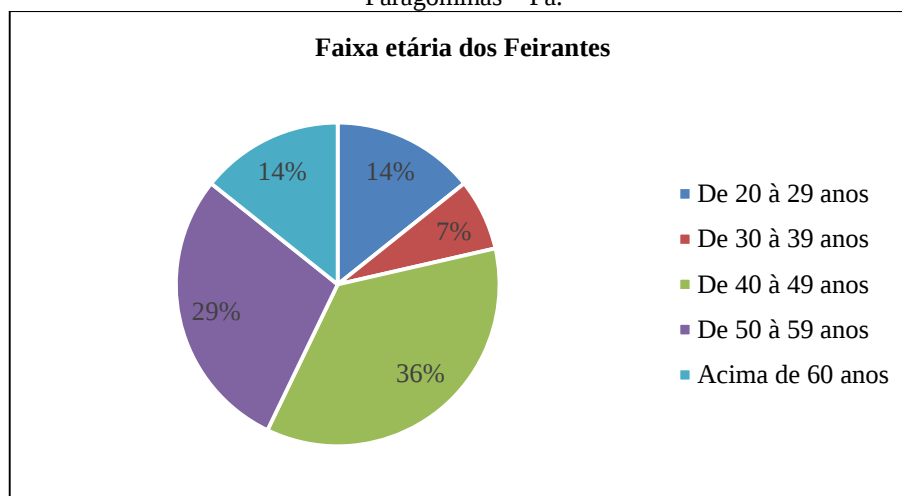
Neste item, são apresentadas as características sociais e econômicas das 14 famílias de agricultores familiares que participam do Projeto Hoje Tem Feira, coordenado pela Sala do Empreendedor da Prefeitura Municipal de Paragominas em parceria com a Secretaria Municipal de Agricultura e o SEBRAE regional Capim/PA.

O projeto Hoje tem feira, que deu origem a “Feirinha da Prefeitura”, nasceu da necessidade de buscar novas oportunidades de mercado para permitir que um público maior de agricultores familiares se engajassem no mercado e assim fomentar a demanda agroalimentar presente (constada a partir de estudo de mercado, construído em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBARE e a Sala do Empreendedor da Prefeitura) dos servidores municipais que transitam o espaço do governo municipal, bem como de outros visitantes.

O projeto está no seu terceiro ano de existência e a feira acontece todas às quartas feiras, com horário de início às 7:00 da manhã e término às 12h00min, com localização fixa no estacionamento da prefeitura municipal, onde participam de forma assíduas 14 produtores/feirantes, de vários segmentos, dentre estes tem-se a venda de embutidos, hortifrutigranjeiro, leite e derivados, flores e plantas, pescados, artesanato e produtos alimentícios.

Dentre os agricultores membros do Projeto, 36% têm idade entre 40 à 49 anos, 29% está na faixa de 50 a 59 anos, 14% tem entre 20 à 29 anos, 14% estão com idade acima de 60 anos e, 7% são produtores entre 30 à 39 anos (Gráfico 01). Esse resultado nos mostra um perfil de idade significativo para adultos, com pouca expressividade de jovens e idosos, o que revela que a participação de produtores na feira é fundamentalmente composta por adultos entre 30 e 59 Anos representando 72% do total.

Gráfico 01 – Faixa etária dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

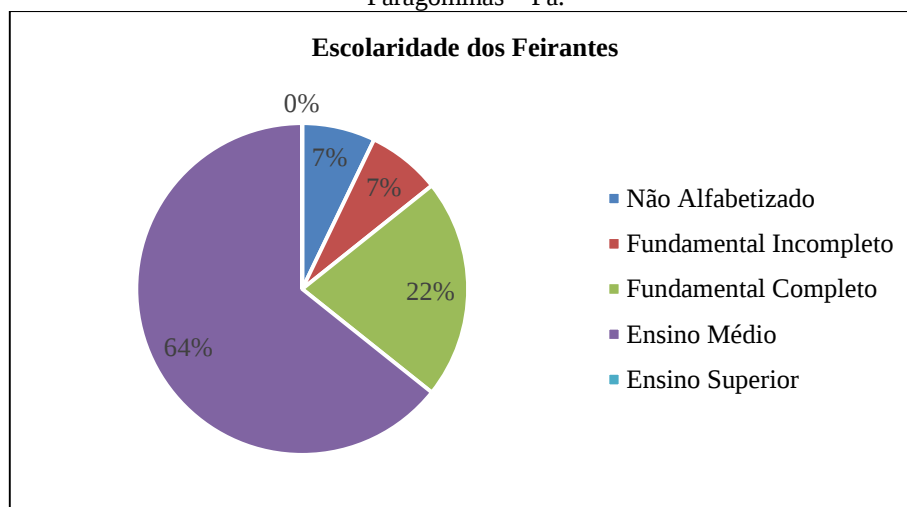
Em trabalho similar a este, Corona; Vasques; Godoy (2018) relatam que a idade dos feirantes pesquisados em Chapecó-SC é de 100% para a faixa etária acima de 40 anos, com um percentual de 21,43% para pessoas com mais de 60 anos, mostrando que não existe a participação de jovens na referida feira. Quando comparamos os dados com a realidade do nosso estado, percebemos em Romão e Bezerra (2019) o seguinte:

[...] todos (os feirantes) entre 36 e 60 anos e a minoria deles entre 55 e 60 anos. Esse acontecimento pode ser explicado pelo fato de alguns agricultores não possuírem outra fonte de renda e, atrelado, a uma idade mais avançada buscarem na feira livre uma renda antes da aposentaria e essa se tornar uma renda complementar após ela (ROMÃO; BEZERRA, 2019, p. 22, acréscimos do autor).

Esses dados concordam com os resultados de Corona; Vasques; Godoy (2018) e diferem do presente trabalho, que mesmo de forma modesta, aponta a participação de 21% de feirantes com idades menores que 40 anos. Isso é importante no processo de renovação na sucessão familiar, pois mostra o interesse dos mais jovens em participarem ativamente da cadeia de produção familiar.

No que se refere à escolaridade, a maioria dos entrevistados (64%) possuem o ensino médio completo, 22% têm ensino fundamental completo, (7%) não concluíram a educação de nível fundamental e (7%) são analfabetos (Gráfico 2). Esses dados são interessantes ao revelarem que há um grau de escolaridade significativo entre os feirantes, o que facilita o processo de comercialização em termos de controle financeiro.

Gráfico 02 - Escolaridade dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

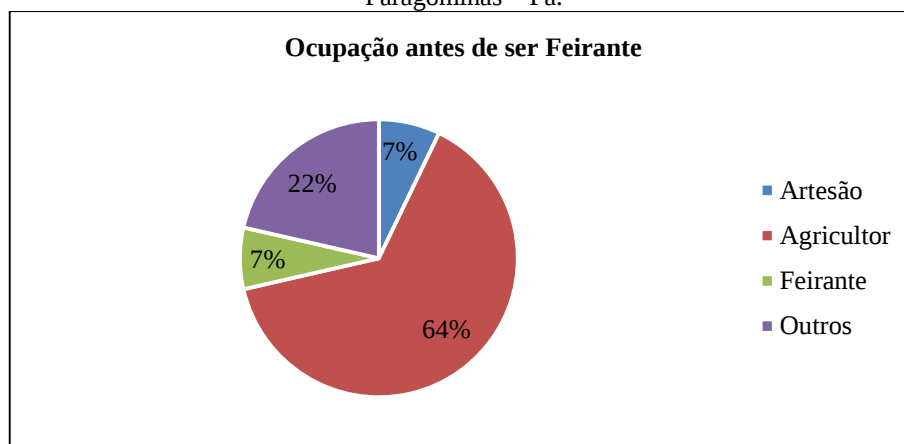


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Resultados diferentes foram encontrados por Silva *et al.* (2017, p. 3), em trabalho sobre o perfil socioeconômico dos feirantes da feira livre da Quatorze de Março, Capanema no Pará; eles relatam que “80% dos entrevistados não têm o ensino fundamental completo e apenas 20% têm ensino médio completo”. Resultados similares a esses foram encontrados por Romão e Bezerra (2019, p.22): “verificou-se que todos os agricultores, com exceção de dois, possuem baixa escolaridade, o que é típico dos agricultores da região”. Essas citações mostram um pouco da realidade dos feirantes do estado do Pará. No caso dos feirantes de Paragominas, percebe-se um certo grau de vantagem em relação aos demais feirantes pesquisados em outros município do estado do Pará, uma vez que estes apresentam um grau maior de estudos.

Quanto a ocupação dos feirantes antes de fazerem parte da feira, constatou-se que 64% viviam somente da agricultura; 22% ocupavam outras profissões diversas, 7% eram artesões e 7% já eram feirantes (Gráfico 03). A presença de outras profissões fora do perfil de agricultura, tem a ver com a participação de feirantes que comercializam comidas ou plantas, por exemplo, e viram na feira uma oportunidade de negócio, embora isso não signifique que estes não estavam ligados ao campo, mas apenas não exerciam atividades de forma direta no meio rural.

Gráfico 03 – Ocupação anterior dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



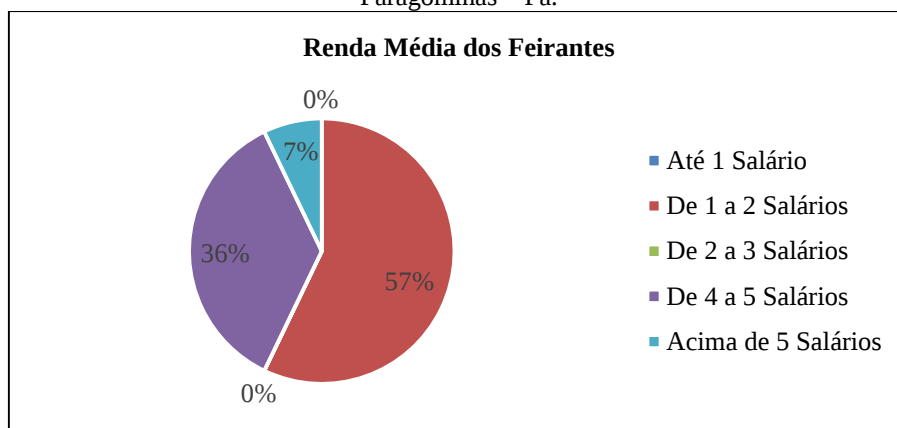
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Esses dados mostram que a feira tem importante papel de inclusão social ao possibilitar a oportunidade de ocupação para membros da família que, por algum motivo, estavam ociosos, ou ocupando outras atividades fora do contexto da agricultura.

“A inserção de milhares de agricultores familiares nos processos de comercialização tem dado a visibilidade que essas famílias sempre almejaram no meio rural (ROMÃO; BEZERRA, 2019, p. 16). Além disso, garantem a geração de renda e abertura de novas oportunidades”. Na medida que essas famílias são engajadas no processo de venda, como nesse caso, por meio de feiras livres, a diversificação de atividades entre os membros da família se intensifica, dando oportunidades maiores de aproveitamento da mão de obra familiar.

No que diz respeito ao rendimento líquido mensal dos feirantes componentes do Projeto Hoje Tem Feira, constatou-se que 57% apresentam renda de um a dois salários-mínimos, 36% têm de quatro a cinco salários-mínimos e 7% acima de cinco salários-mínimos (Figura 04). Esses dados apontam o rendimento médio mensal, considerando outras fontes de renda. Nota-se aqui que 93% dos entrevistados tem renda de 2 a 5 salários mínimos.

Gráfico 04 – Rendimento mensal dos feirantes membros do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



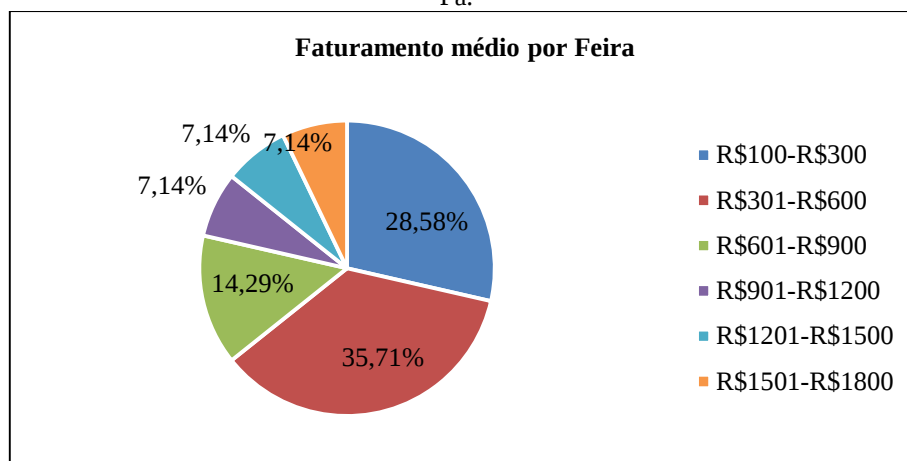
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Os dados do diagnóstico rural familiar de Paragominas, feito em 2018 por discentes e docentes do Mestrado Profissional do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA, turma de Paragominas, mostraram que 61% dos produtores ganha até um salário mínimo, 35% apresenta rendimento de dois a três salários mínimos e apenas 4% ganham acima de quatro salários mínimos (COLONNELLI, 2020), percebe-se que a participação na feira, possibilita um ganho a mais, comparado a média de rendimentos geral dos produtores familiares no município.

Silva (2012), em estudo sobre feira livre no município de Conceição do Araguaia, constatou que 69% dos feirantes tinham rendimento de até um salário-mínimo, 13% de dois salários-mínimos e 18% com três salários-mínimos, mostrando um rendimento relativamente baixo, por parte da maioria dos feirantes. Realidade um pouco diferente do apresentado em Paragominas, que apresenta um rendimento médio mensal relativamente melhor.

No que concerne ao faturamento médio por feira no Projeto Hoje Tem Feira, constatou-se que 28,58% faturam de R\$ 100,00 a R\$ 200,00 reais, 35,71% faturam de R\$ 301,00 a R\$ 600,00 reais, 14,29% faturam entre R\$ 601,00 a R\$ 900,00 reais, 7,14% faturam entre 901,00 a 1.200,00 reais, 7,14% faturam entre R\$ 1.201,00 a R\$ 1.500,00 reais e, 7,14% faturam entre R\$ 1.501,00 a 1.800,00 reais (Gráfico 05). Percebe-se aqui que 61% dos feirantes ganham até um salário mínimo por feira.

Gráfico 05 – Faturamento médio por feira no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Cabe ainda salientar que de acordo com o Relatório Anual do Projeto Hoje Tem Feira, os feirantes obtiveram um faturamento de cerca de R\$ 38.640,30 no ano de 2018, R\$ 160.959,48 em 2019 e R\$ 213.672,62 em 2020, (um valor médio mensal de R\$ 19.424,78 (Quadro 01), onde cada produtor/feirante faturou entre R\$ 250,00 até R\$ 6.704, 00 em um dado mês, de acordo com a atividade desenvolvida e a frequência na feira (SEBRAE, 2021).

Quadro 01 – Média de faturamento anual da feira de agricultores familiares de Paragominas-Pa.

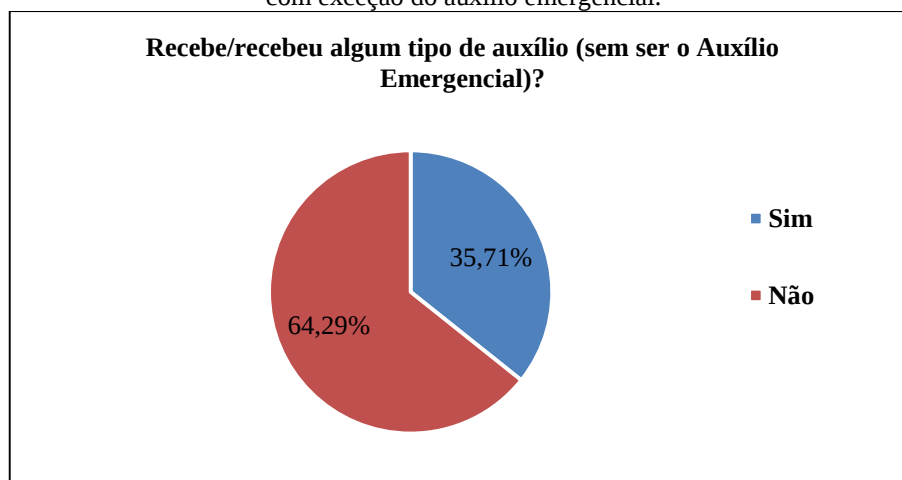
Ano	Faturamento	Percentual de aumento
2018	R\$ 38.640,30	--
2019	R\$ 160.959,48	316,55%
2020	R\$ 213.672,62	33%

Fonte: Dados do trabalho (2021).

Esses resultados mostram o crescimento e a valorização do trabalho de todos os feirantes e a contribuição expressiva para a autonomia de cada, bem como, o aumento de renda, diminuição do êxito rural e o aumento do valor agregado dos produtos.

Em comparação a esses dados Sousa (2019) constatou que os feirantes de Capitão Poço no Pará, obtiveram valores mensais variando entre R\$ 200 a R\$ 800 reais por família, apresentando, assim, rendimentos menores que os vistos em Paragominas. Com relação a participação dos feirantes em algum auxílio governamental, com exceção ao benefício emergencial referente à Pandemia, tem-se que, 64,29% não receberam e 35,71% receberam (Gráfico 06).

Gráfico 06 – Participação dos feirantes em algum auxílio governamental, com exceção do auxílio emergencial.

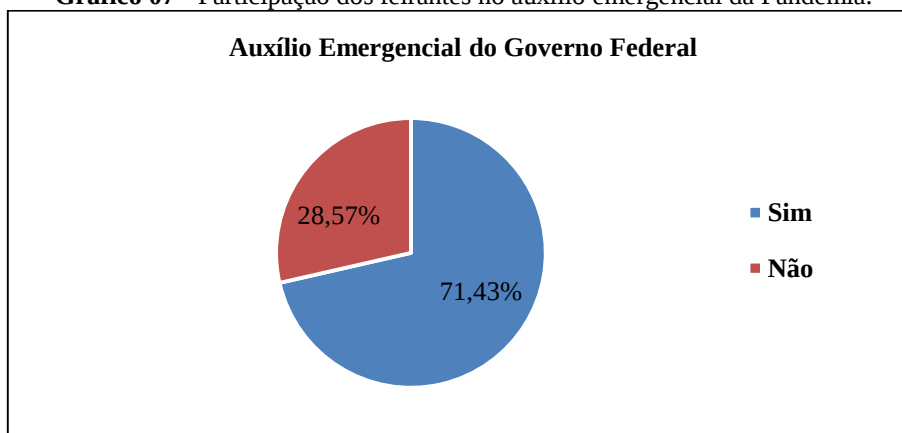


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Esses dados diferem do resultado do diagnóstico da agricultura familiar do município de Paragominas-PA, elaborado em 2018, como referiu-se anteriormente, reportados por Colonnelli (2020), que constatou que 93% dos produtores familiares rurais de Paragominas, recebia até aquele ano, algum auxílio do governo. Percebe-se com isso que os feirantes do “Projeto Hoje Tem Feira” fogem à regra geral dos produtores familiares do município, no que diz respeito à participação em algum auxílio do governo, principalmente por não se enquadrarem, em grande parte, na faixa etária de aposentadoria, ou no intervalo de faturamento do bolsa família, que são os dois programas de maior impacto na renda.

No que diz respeito a participação dos feirantes no auxílio emergencial, do governo federal, 71,43% dos entrevistados disseram que receberam auxílio em detrimento de 28,57% dos que responderam que não receberam (Gráfico 07).

Gráfico 07 - Participação dos feirantes no auxílio emergencial da Pandemia.



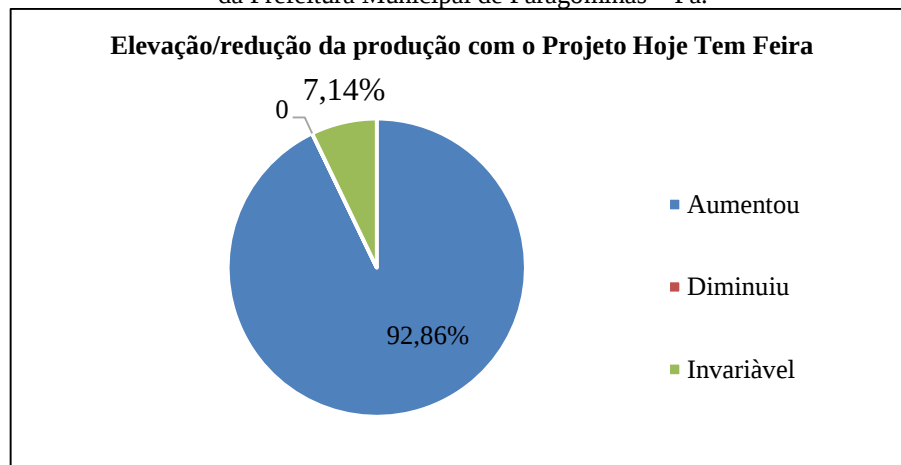
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

De acordo com Valadares *et al.*, (2020, p. 13) “o Senado aprovou, em 1º de abril, o PL no 873/2020, que expande, explicitamente aos agricultores familiares, o alcance do auxílio emergencial – também conhecido como renda básica – no valor de R\$ 600,00”, o que permitiu o acesso a esse recurso por esse público. Mesmo diante dessa possibilidade, percebe-se que 35,71% não teve acesso ao benefício. Quando se investigou a causa, soube-se por parte dos feirantes que não se enquadraram na questão de outros quesitos do programa, como rendimentos por exemplo.

3.1 PRODUÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES DA “FEIRINHA DA PREFEITURA” DE PARAGOMINAS

Verificou-se que houve aumento de produção dos feirantes para atender a “feirinha”, para 92,86% dos produtores, visando atender a feira, em contrapartida, 7,14% disseram que não houve aumento de produção (Gráfico 08). Percebe-se que praticamente todos os envolvidos, com exceção de um feirante, conseguiu aumentar sua produção para atender a feira e assim conseguiu vender mais (Gráfico 09) e, por conseguinte, aumentar seus faturamentos. Isso mostra o potencial de geração de emprego e renda da feira para os produtores rurais envolvidos.

Gráfico 08 – Influência no aumento de produção para atender o Projeto Hoje Tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

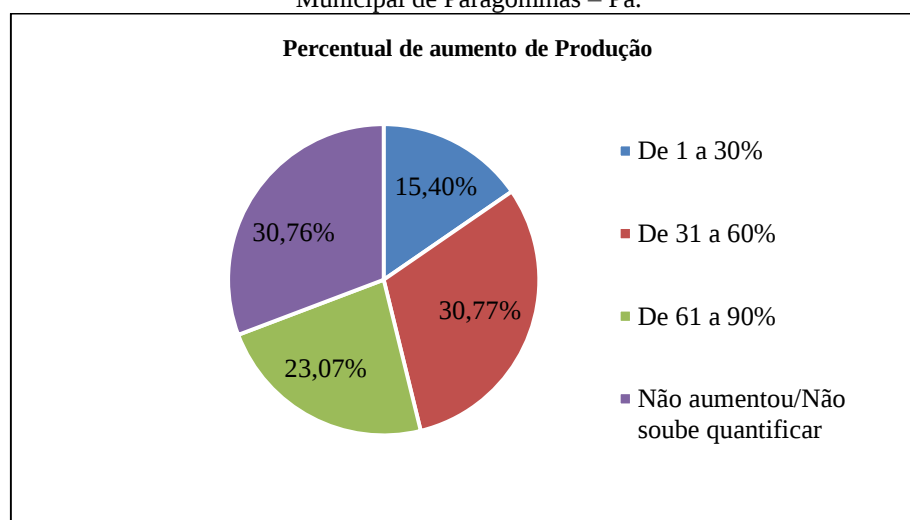


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Romão; Bezerra (2019, p. 9) declaram que “a produção [depois que os produtores entraram para a feira] aumentou consideravelmente contribuindo positivamente com renda da família”, confirmando assim o potencial de desenvolvimento que a feira proporciona para os agricultores familiares.

No que se refere ao percentual de feirantes que disseram ter obtido aumento de produção, depois da participação no Projeto Hoje Tem Feira, foi de 30,77%, eles afirmaram que esse percentual correspondeu entre 31% a 60%, enquanto 30,76 % disseram não ter como quantificar, exatamente, ou que não aumentaram sua produção, enquanto outros 23,07% informaram que o aumento correspondeu a faixa entre 61% a 90% e, 15,4%, que houve um aumento de até 30% no incremento da produção (Gráfico 09).

Gráfico 09 – Percentual de aumento de produção com a participação no Projeto Hoje Tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



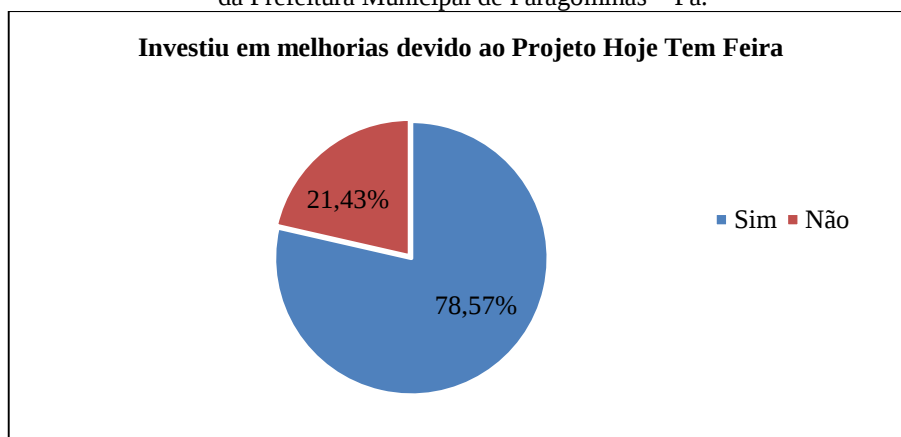
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Percebe-se que mais da metade (53,84%) dos feirantes obtiveram resultados superiores a cinquenta por cento de aumento na produção. Esses dados se explicam pela demanda gerada a partir do acesso a feira como meio de comercialização de circuito curto, proporcionado por esse mercado.

Sampaio *et al.* (2019), em trabalho realizado junto aos feirantes do município de Garrafão do Norte no Pará, constatou que cem por cento dos entrevistados declarava aumento da renda, com a venda de produtos advindos da agricultura, reforçando o potencial das feiras na geração de trabalho e renda para os envolvidos, essa mesma constatação foi identificada em Paragominas.

É importante destacar que o aumento de produção não veio sem investimento em melhorias no processo produtivo por parte dos produtores. Assim, quanto aos investimentos em melhorias feitos pelos feirantes para atender o Projeto Hoje tem Feira, verificou-se que 78,57% dos entrevistados tiveram algum tipo de investimento, contra 21,43% que responderam não ter nenhum investimento específico para atender a feira (Gráfico 10).

Gráfico 10 – Investimentos em melhorias para atender o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

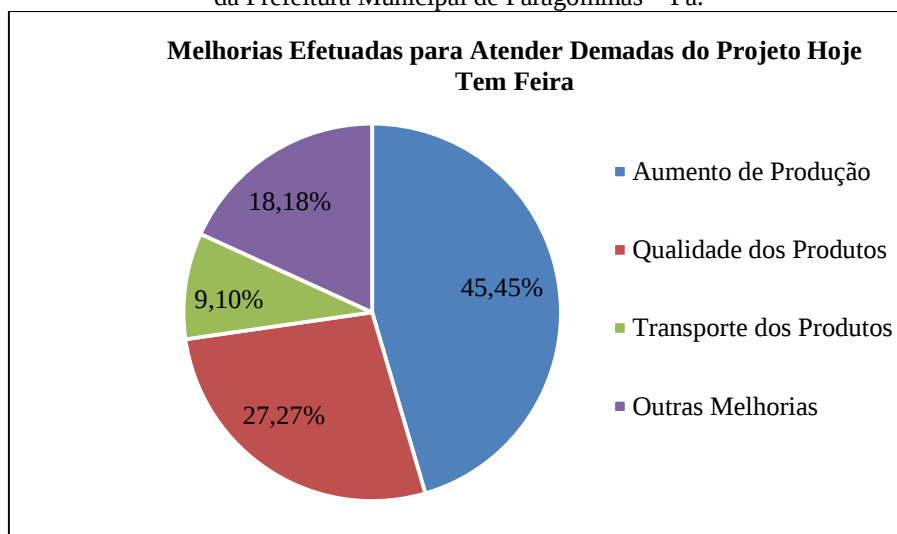


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Silva (2012) destaca a questão da melhoria em estrutura e na qualidade dos produtos apresentados nas feiras e ressalta que os agricultores familiares, feirantes de Conceição do Araguaia, tiveram que se adequar para atender melhor o seu público, atingindo assim melhores resultados, o que também foi observado em relação aos feirantes de Paragominas.

Dos que responderam que fizeram algum tipo de melhorias, para atender a feira, observou-se que 45,45% investiram em aumento da produção, 27,27% investiram em qualidade dos produtos (que estão relacionadas a: manejo nutricional do solo, com práticas sustentáveis de produção, como uso de compostagem para adubação; rotação de culturas; manejo adequado de poda e de colheita que, somados contribuem para um produto melhor), 18,18% investiram em outras melhorias e 9,10% investiram em transporte dos produtos (Gráfico 11). Essas melhorias são motivadas pelo aumento de venda, ou seja, os feirantes perceberam que quanto mais aplicassem em benefícios para este mercado, seja em produtos ou processos, conseguiam resultados positivos nas vendas.

Gráfico 11 – Melhorias para atender o Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

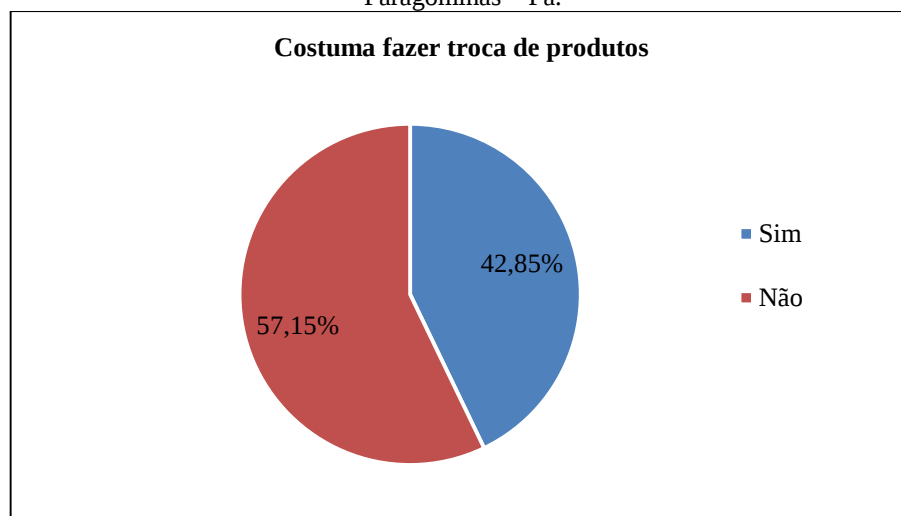


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Luciano (2017, p. 41) destaca, em sua pesquisa sobre agricultura familiar, no contexto da feira do produtor rural no município de Rio Claro – SP, que todos os entrevistados responderam que valeu a pena investir em melhorias na qualidade de produtos para a realização da feira, pondera ainda que os consumidores “sempre buscam por produtos de qualidade e principalmente melhorias que visam a manutenção e consolidação da feira”. Fato que motiva os feirantes a investirem no aperfeiçoamento do negócio. Essa realidade também foi observada em Paragominas.

A feira também se constitui como um espaço de troca entre produtores e seus produtos, neste aspecto particular percebeu-se que, em Paragominas essa prática não tão utilizadas, pois 57,15% dos feirantes responderam que não fazem esse tipo de permuta, embora 42,85% responderam que fazem trocas entre produtos, como se vê (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Troca de produtos entre feirantes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

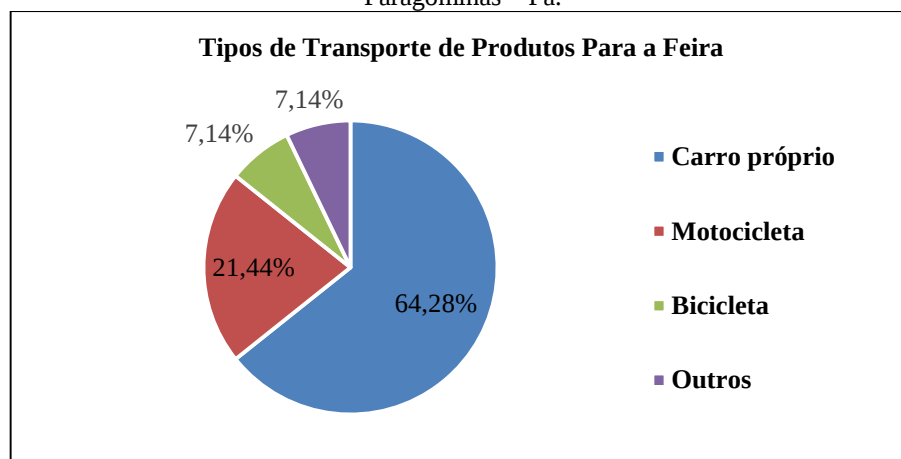
Luciano (2017, p. 7) destaca que na Europa, na Idade Média, “os Camponeses que não conseguiam vender a sua produção excedente trocavam por outros produtos” e esta atuação teve grande influência em processos de padronização monetária. Assim, pode-se ver que o processo de troca do excedente da produção se configura como uma prática antiga. Segundo Oliveira (2020), em seu trabalho sobre a Teoria da Reciprocidade de Dominique Temple em feiras livres, é capaz de gerar:

[...] vínculos sociais [...] através do “oferecer” e “receber”, onde os indivíduos são mobilizados por outros princípios de troca (baseia-se em valores como reputação, amizade, confiança e solidariedade) que não econômico, como o estabelecimento de um bom convívio comunitário (OLIVEIRA, 2020, p. 8).

Nesse sentido, os feirantes de Paragominas perpetuam essa prática, que é, em sua essência, uma reciprocidade, ressaltando o papel da feira na construção de vínculos e laços de amizade e solidariedade, como citado acima, uma vez que fortalece a construção de princípios de solidariedade nos espaços de comercialização da agricultura familiar.

Nas feiras há um dos problemas que exige atenção dos gestores públicos, ou seja, o transporte dos produtos, dos feirantes, particularmente quando se tem como elemento a qualidade dos produtos, isso implica em boas estradas, caminhões frigoríficos, dependendo do produto etc.; 64,28% dos entrevistados responderam que utilizam carro próprio para transportar seus produtos; 21,44% utilizam motocicleta própria; 7,14% fazem seu transporte em bicicleta e 7,14% utilizam outros meios de transporte, que não próprios (Gráfico 13).

Gráfico 13 – Transporte dos produtos dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

A circulação da produção dos pequenos agricultores é um dos principais entraves na produção familiar. Logo, percebe-se que, na feira de produtores familiares de Paragominas, esse problema, pelo menos no que diz respeito ao transporte, não representa um entrave muito grande, haja vista que 85,72% dos produtores possuem carro ou moto para transportar seus produtos, embora estes tenham problemas na estocagem, estradas vicinais em condições precárias.

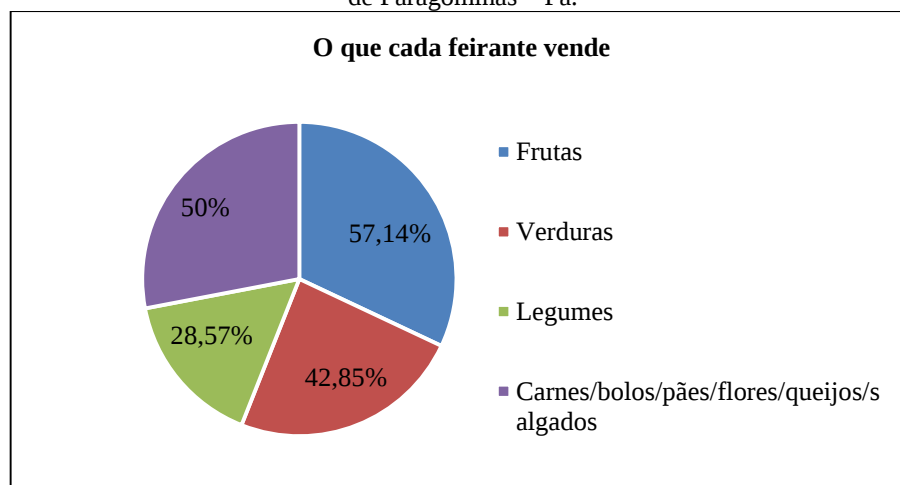
Romão e Bezerra (2019, p. 29), quando indagaram os feirantes de Capitão Poço no Pará, sobre a temática do transporte, inferiram que todos “os agricultores entrevistados expuseram toda a sua dificuldade semanal relacionada ao transporte dos produtos até o local de venda”, mesmo 85% produtores possuindo motocicleta e 15% carro próprio. Esses feirantes expuseram a questão das dificuldades de transporte com motocicleta no período de chuvas.

Quando se compara esses resultados, com os encontrados em Paragominas, percebe-se que os 64,28% dos que têm carro, quando necessário, ajudam os demais, o que facilita o transporte. Essa realidade reforça a questão do companheirismo e ajuda mútua dispensada pelos feirantes, o que é uma prática comum nesses espaços da agricultura familiar.

3.2 COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES DA “FEIRINHA DA PREFEITURA” DE PARAGOMINAS

Os produtos comercializados na feira, constatou-se que 57,14% vendem frutas, 50% outros produtos (carnes, bolos, pães, queijos, salgados), 42,85 verduras e 28,57% trabalham com legumes (Gráfico 14).

Gráfico 14 – O que cada feirante vende de forma cumulativa no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



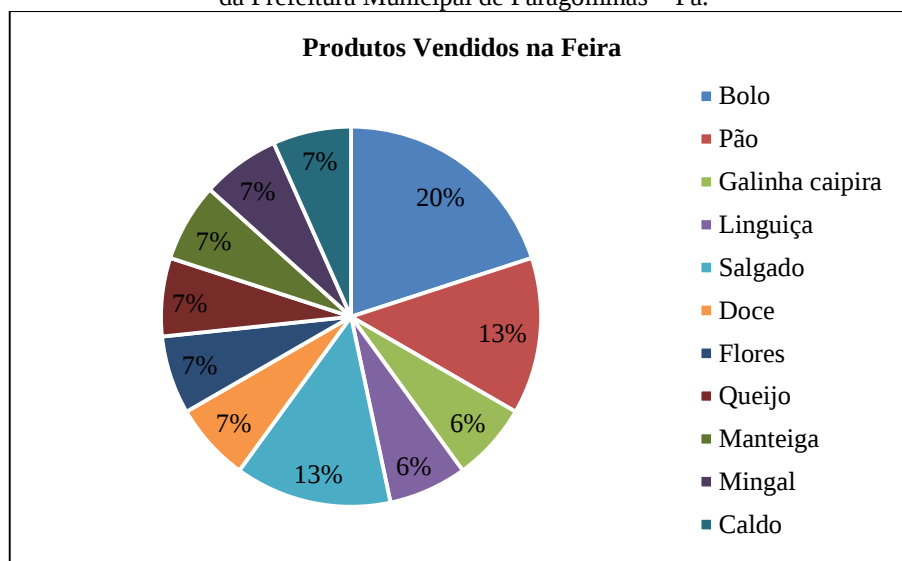
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Os dados analisados mostram que 50% dos feirantes vendem produtos como carnes, bolos, pães, flores, queijos, salgados, limitando-se a comercializar somente esses produtos, sem se envolver na parte de hortifrúti, levando perceber que os outros 50% dos entrevistados vendem de frutas, verduras e legumes de modo diversificado.

Sampaio, *et al.* (2019), em estudo sobre caracterização dos produtos vendidos pelos agricultores familiares na feira livre de Garrafão do Norte no Pará, mostram que as frutas correspondem a 39% dos produtos vendidos, seguida por 33% de hortaliças, 11% legumes e outros 11% derivados da mandioca e apenas 6% venderem outros tipos de produtos. Os dados de Garrafão do Norte se assemelham aqueles de Paragominas, onde se destaca a venda de hortifrúti.

Ao analisar somente o percentual dos outros produtos comercializados no Projeto Hoje Tem Feira, percebeu-se que 20% correspondem a venda de bolos, 13% de pão, 6% de galinha caipira, 6% de linguiça, 13% de salgados, 7% de flores, 7% de queijo, 7% de manteiga, 7% de mingau e, 7% de caldo quente (Gráfico 15).

Gráfico 15 – Percentual dos outros produtos comercializados no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

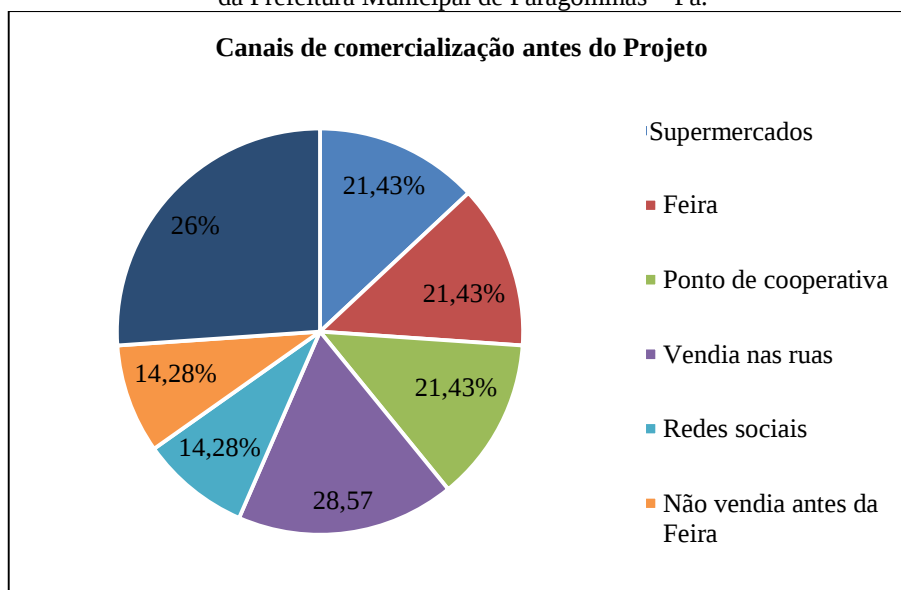


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

A intenção desses dados é mostrar a diversificação de produtos vendidos na feira, para além dos hortifrútis. Esses produtos são ofertados para atender a demanda local, uma vez que a Sala do Empreendedor da Prefeitura de Paragominas, em parceria com o SEBRAE/PA, faz levantamentos periódicos sobre necessidades e interesses dos consumidores, a fim de atender, na medida do possível, as expectativas dos consumidores.

Nesse sentido, os canais de comercialização dos feirantes antes do Projeto Hoje Tem Feira, revelam que 28,57% vendiam antes nas ruas, 26% vendiam para outros meios de comercialização, 21,43% vendiam para supermercados, 21,43% vendiam para feirantes de outra feira, 21,43% vendiam para uma cooperativa, 14,28% vendiam via redes sociais e 14,28% não vendia na feira (Gráfico 16).

Gráfico 16 – Canais de comercialização dos feirantes antes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

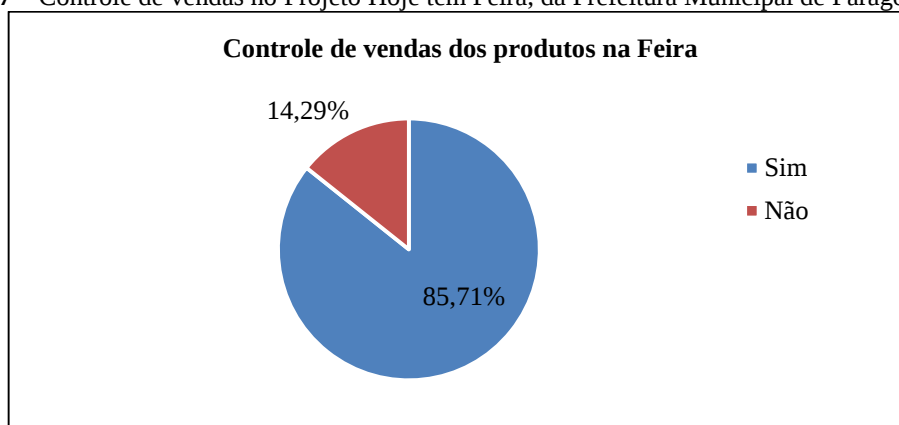


Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Costa (2017), em seu estudo sobre a Feira Livre Comunitária da agricultura familiar de Dom Pedrito, RS, mostra que 55,5% dos feirantes vendiam seus produtos, antes de participarem da feira para o PNAE, 55,5% vendiam para particulares, 55,5% tinham outra renda, portanto, não comercializava em feira, 44,4% vendiam em bancas de rua, 33,3% vendiam para mercado local, 11,1% vendiam em outras feiras e 11,1% vendiam para restaurantes.

Esses dados, tanto da realidade em Paragominas, como na região Sul mostram a importância que a feira passa exercer na vida do produtor familiar. À medida que esse agricultor consegue concentrar suas vendas em um local “amigável”, com data marcada e consumidores finais, podem conhecer de onde veio a produção e, assim, dar mais valor ao produto, suas vendas aumentam, gerando inclusive demanda maior de produtos, sem contar na saída da figura do atravessador que, por vezes, pratica preços baixos com os produtores e nos mercados finais elevam os preços enquanto diminuem os rendimentos do produtor. Em se tratando do controle de vendas dos feirantes vinculados ao Projeto Hoje tem Feira, percebeu-se que 85,71% fazem o controle de suas vendas, embora 14,29% não afirmem não fazerem esse controle (Gráfico 17).

Gráfico 17 – Controle de vendas no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Coelho *et al.* (2018, p. 08), em trabalho sobre controle de custos e receitas, com os agricultores familiares feirantes de Nova Olímpia-MT, constatou que: “quando perguntados se realizam algum controle dos custos e receitas por meio de anotações, 50% responderam que não fazem, 28,57% às vezes, 14,29% na maioria das vezes e 7,14% sempre anotam”. Os autores prosseguem comentando que:

[...] a falta de controle e apuração se dá em razão de que o agricultor é responsável por todas as tarefas da unidade de produção – desde a preparação do solo, plantio, manutenção, colheita, embalagem, transporte até a comercialização etc., ou seja, restando pouco tempo para atividades burocráticas e também o baixo nível de escolaridade, pois a maioria não possui o ensino fundamental completo (COELHO *et al.*, 2018. p. 8).

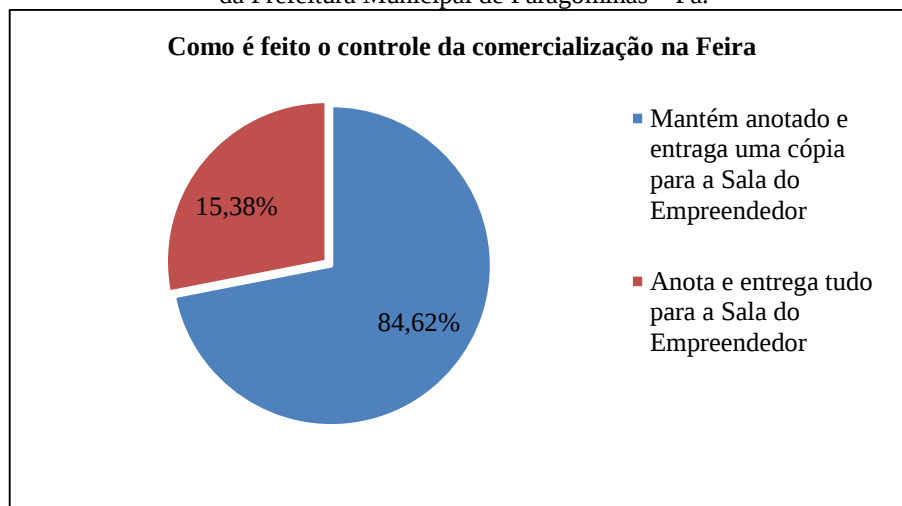
A realidade de múltiplas funções exercidas pelo agricultor familiar foi observada no dia a dia dos feirantes de Paragominas e isso, de certa forma, dificulta o processo de contabilidade e controle financeiro, que mesmo tendo 85,71% dos entrevistados respondendo de que fazem algum tipo de anotação, percebe-se que sem o auxílio da “Sala do Empreendedor”, no caso da Feira de Paragominas, esses dados não seriam trabalhados da mesma forma, já que recebem apoio da gestão municipal, nessa tarefa.

Chama-se a atenção aqui para o papel da gestão municipal e de parcerias entre entidades na adoção de políticas de incentivo, não apenas na produção, mas também da gestão da comercialização.

O controle de vendas na feira, desses agricultores é realizado por 84,71% que fazem algum tipo de gestão financeira, no entanto, percebeu-se que esses 84,71% fazem anotações e entrega uma cópia e mantém as informações para controle financeiro e 15,38% anotam, porém entrega para a Sala do Empreendedor, sem se preocupar em fazer análise econômica dos dados.

Uma dependência que se constitui em necessidade melhorar o conhecimento em gestão da produção e da comercialização, por parte dos feirantes (Gráfico 18).

Gráfico 18 – Como é feito o controle de vendas no Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Pontua-se que o controle de venda na verdade é repassado para a “Sala do Empreendedor”, para fazer a gerência desse processo junto aos feirantes, como mencionado, anteriormente, pois estes realizam várias tarefas e muitas atividades, envolvendo desde a produção até a comercialização, dificultando essa operação que exige atenção e tempo para o registro. Assim, mais uma vez fica evidente o papel do poder público em contribuir com políticas de incentivo à agricultura familiar em todos os âmbitos.

3.3 ANÁLISE FOFA E APLICAÇÃO DA MATRIZ GUT

Na primeira fase da pesquisa sobre o Projeto Hoje Tem Feira foi realizada uma análise FOFA, que aconteceu em forma de reuniões com agendamento prévio e confirmação de presença dos envolvidos (feirantes; representantes da “Sala do Empreendedor” da Prefeitura Municipal de Paragominas, Secretaria Municipal de Agricultura e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE; bem como, com indivíduos que estivessem em processo de compor a feira, na condição de vendedor), visando favorecer possíveis encaminhamentos, uma vez que estes acompanham os feirantes no processo de implantação e manutenção da feira.

A aplicação da metodologia FOFA (Figura 04), aconteceu no dia dezoito do mês de dezembro de dois mil e vinte, às quatorze horas, na Agência Sebrae regional Capim, localizada

Avenida Presidente Vargas, nº 513, no bairro Uraim. A reunião se iniciou com os participantes do Projeto Hoje Tem Feira, a Sra. Valquíria Sena, representante da Prefeitura (Sala do Empreendedor), por mim enquanto pesquisador e discente do Curso de Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares do IFPA e o representante da Secretaria Municipal de Agricultura de Paragominas, o senhor Abimael Oliveira – engenheiro agrônomo. Sendo esse último responsável pela política pública municipal relativa a agricultura.

Figura 04 - Aplicação da metodologia FOFA para os feirantes da “Feirinha da Prefeitura”.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

O palestrante Abimael Oliveira, Engenheiro Agrônomo da SEMAGRI, iniciou cumprimentando a todos e falando da importância de se planejar, para saber onde se quer chegar e citou um ditado chinês: “Nenhum vento ajuda um barco que não sabe onde quer ancorar”. Para o palestrante, essa é uma atividade constante, porque o cenário muda e surgem novas oportunidades, novos desafios, sendo necessário estar sempre atentos. Mas, que precisa de estratégia. Diante dessa afirmação, Abimael apresentou a ferramenta de planejamento da Matriz FOFA (Pontos fortes, Fracos, Oportunidade e Ameaça), a análise SWOT.

Neste sentido, estimulou os participantes a traçar metas, estratégias e objetivos, a fim de fortalecer a parceria com instituições afins e criar o hábito de um planejamento continuado, ou seja, se capacitarem por meio de cursos disponibilizados, seja pelo SEBRAE, SENA, SESI ou ir em busca de outras instituições que possam contribuir para a agricultura familiar. Abordou ainda a relevância de se formar uma cooperativa construindo metas, estratégias, visão e missão. Enfatizou que uma solução aos entraves da restrição de acesso à comercialização da feira seria a adoção do comércio eletrônico, possibilitando a venda através de um aplicativo, explanou sobre o objetivo da pesquisa encaminhada por mim, para disponibilizar um aplicativo de venda

ao Projeto, desde que tenha a aceitação de todos, tendo como objetivo contribuir para alavancar as vendas da agricultura familiar, pois os feirantes poderão vender todos os dias e não somente nos dias da feira que acontece sempre as quartas-feiras.

Após ministrar o conteúdo da palestra, os participantes foram divididos em três grupos, a fim de realizar uma atividade, com a missão de enxergar as oportunidades, ameaças, fraquezas e forças do Projeto Hoje tem Feira, conforme o quadro 02.

Quadro 02 - Matriz FOFA dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

Fatores Externos	
Oportunidades	Ameaças
Apoio e Espaço institucional; Possibilidade de um aplicativo de venda; Capacitações; Clientes fixos; Apoio de entidades com equipe qualificada; Linhas de crédito; Embalagens personalizadas; Criação da Cooperativa; Participação em licitações.	Concorrência com mercados formais; Dificuldade de acesso; Clima desfavorável de inverno na produção e comercialização; Quantidade de atravessadores; Mudança de governo; Alta no preço de insumos.
Fatores Internos	
Forças	Fraquezas
Produtos frescos e com qualidade (práticas sustentáveis de produção); Diversificação de produtos; Força de vontade Preços acessíveis Comprometimento e união dos produtores; Praça de alimentação; Geração de emprego e renda local.	Falta de estruturação da organização; Falta de constância de dias da feira; Pouca capacitação; Espaço Pequeno; Falta de comprometimento com horário; Comodismo; Falta de padronização em alguns produtos; Inconstância de produção e de padronização (estruturação de conservação) de alguns produtos. Pouca divulgação.

Fonte: Dados do Trabalho (2021).

A partir desses dados criou-se a Matriz GUT visando auxilia no elenco das prioridades de resolução de problemas (e por isso é também conhecida como Matriz de Prioridades), cuja análise fosse eficaz em questões em que é preciso orientação para tomar decisões complexas e que exigem a análise de vários problemas. Para isso, com o sistema GUT é possível classificar cada problema de acordo com a Gravidade, Urgência e Tendência (e assim temos a sigla GUT), de acordo com o quadro 03, expressa como funciona o sistema de pontuação que vai de 1 a 5 (MONTANIA; PHILIPPI, 2018).

Quadro 03 – Classificação da Matriz GUT.

PONTOS	GRAVIDADE (G)	URGÊNCIA (U)	TENDÊNCIA (T)	G x U x T
5	Problema extremamente grave	Intervenção imediata	Situação irá piorar caso nada seja feito	$5 \times 5 \times 5 = 125$
4	Problema muito Grave	Situação urgente	Situação irá piorar em curto prazo	$4 \times 4 \times 4 = 64$
3	Problema grave	Deve ser resolvido o mais cedo possível	Situação irá piorar em médio prazo	$3 \times 3 \times 3 = 27$
2	Problema com pouca gravidade	Pouca urgência pode esperar um pouco	Situação irá piorar a longo prazo	$2 \times 2 \times 2 = 8$
1	Problema sem Gravidade	Não tem pressa	Situação pode não mudar, ou pode piorar	$1 \times 1 \times 1 = 1$

Fonte: Montania; Philippi (2018).

Ressalta-se que a Matriz GUT pode auxiliar o produtor a identificar os pontos fracos e fortes das propriedades rurais, facilitando tomadas rápidas de decisões visando à correção de pontos falhos e o aumento da rentabilidade (MELO, *et al.*, 2018, p. 3143).

As ferramentas de gestão brainstorming e Matriz GUT podem auxiliar o produtor a identificar os pontos fracos e fortes das propriedades rurais, facilitando tomadas rápidas de decisões visando à correção de pontos falhos e, consequentemente, o aumento da rentabilidade. A partir da avaliação dos resultados encontrados, torna-se possível a realização de um planejamento contendo plano de ação e metas a serem cumpridas no curto, médio e longo prazos permitindo, então, a resolução dos problemas que causam ineficiência no setor (REIS, *et al.*, 2017, p. 897).

Após a determinação da matriz FOFA foi utilizada a ferramenta de gestão Matriz GUT, mencionada anteriormente e que corresponde aos resultados obtidos no quadro 04.

Quadro 04 - Matriz GUT dos feirantes do Projeto Hoje tem Feira da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

Problemas	Gravidade	Urgência	Tendência	Total
Falta de estruturação da organização	4	4	4	64
Falta de constância de dias da feira	3	3	3	27
Pouca capacitação	4	3	4	48
Espaço pequeno	3	3	2	18
Falta de comprometimento com horário	4	3	3	36
Comodismo	2	2	3	12
Inconstância de produção e de padronização (estruturação de conservação) de alguns produtos	4	4	5	80
Pouca divulgação	2	3	4	24

Fonte: Dados do Trabalho (2021).

Com base nos resultados obtidos nessa matriz foram propostas ações para melhoria, de forma que os feirantes consigam mitigar os problemas encontrados e a partir das metas, estratégias e táticas de ações consigam alcançar resultados melhores na execução da feira. Os resultados da matriz GUT estão dispostas no quadro 05.

Quadro 05 - Análise da Matriz GUT dos feirantes do Projeto Hoje Tem Feira Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.

Fraquezas	Caracterização	Objetivos	Metas	Estratégicas	Táticas	Quem fará?	Quando?
Falta de estruturação da organização	GUT = 64 pontos Trabalhar a partir da capacitação e gestão participativa. Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI, SENAR, OCB.	Fortalecer as parcerias com as instituições afins; Criar o hábito da aprendizagem continuada; Buscar exemplos, bem sucedidos, de organizações da A. F. Investir em planejamento e gestão organizacional.	Capacitação de 100 % dos feirantes, quanto a gestão e organicidade, levando em conta princípios de cooperação e economia solidária. Fazer o Planejamento estratégico e operacional da Feira. Criar Plano de Negócio para a Feira em geral, bem como para cada negócio individual.	Reunião com os feirantes para explicar o processo organizacional ; Buscar apoio das entidades afins. Sensibilizar os feirantes para a conscientização da importância da estruturação da organização.	Palestras de incentivo; Oficinas abordando o Tema; Cursos de capacitação na área.	Todos	Dentro de seis meses.
Falta de constância de dias da feira.	GUT = 27 Pontos Trabalhar com a possibilidade do aplicativo de venda. Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI, SENAR, OCB.	Fortalecer as parcerias com as instituições afins; Ampliar o alcance da feira para novos clientes.	Criação do Aplicativo de venda via M-Commercy; Capacitação dos feirantes sobre o uso do aplicativo.	Divulgação em massa do aplicativo; Buscar apoio das entidades afins.	Uso do aplicativo	Todos	Dentro de seis meses
Pouca capacitação	GUT = 48 Pontos Trabalhar com a parcerias. Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI, SENAR, OCB.	Desenvolver um programa de capacitação	Capacitação de 100% dos feirantes de forma continuada.	Palestras de sensibilização; Buscar apoio das entidades afins. Incentivo a melhorias sempre.	Criar agenda de capacitações continuadas.	Todos	Dentro de seis meses
Espaço pequeno	GUT = 18 Trabalhar com a possibilidade de colocar a Feira do lado de fora da Prefeitura.	Ampliar o espaço da Feira	Ampliar em pelo menos 50% o espaço da Feira	Buscar apoio das entidades parceiras, principalmente da Prefeitura e do SEBRAE.	Fazer uma feira experimental no espaço do lado de fora da Prefeitura.	Todos os feirantes junto com a sala do	Dentro de um ano

Fraquezas	Caracterização	Objetivos	Metas	Estratégicas	Táticas	Quem fará?	Quando?
	Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI.					empree ndedor	
Falta de comprometimento com horário	GUT = 36 Trabalhar o espírito de comprometimento entre todos	Buscar o comprometimento de horários dos feirantes.	Começar todos no mesmo horário a feira.	Criar um processo de sensibilização entre os feirantes para o comprometimento de horário; Criar um sistema de notificação com punições aos atrasados.	Fazer chamada dos feirantes no início da feira, com notificação aos atrasados; Mobilizar os feirantes no dia anterior sobre o horário.	Todos	Dentro do prazo de quatro meses.
Comodismo	GUT = 12 Trabalhar o espírito empreendedor entre os feirantes.	Mobiliar os feirantes a saírem do comodismo.	Capacitações motivacionais com todos os membros da feira; Intercâmbio com outros produtores que obtiveram sucesso.	Palestras de sensibilização; Buscar apoio das entidades afins. Incentivo a melhorias sempre.	Criar o hábito de buscar por boas ideias. Cultivar o hábito de um motivar o outro.	Todos	Dentro de seis meses
Inconstância de produção e de padronização (estruturação de conservação) de alguns produtos.	GUT = 80 Trabalhar com a parcerias. Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI, SENAR, OCB.	Padronizar os produtos que são ofertados na feira.	Todos os produtos com padrão de uniformidade em estruturação e conservação adequados.	Conhecer a legislação pertinente; Capacitação técnica na área; Busca de parcerias com entidades afins; Busca de financiamento de estrutura adequada.	Investimento em melhorias na área	Todos	Dentro de seis meses
Pouca divulgação	GUT = 24 Trabalhar com a parcerias. Apoio Técnico: SEBRAE, PREFEITURA, SEMAGRI,	Fazer a feira conhecida pela população do município	Alcançar 20 % da população do município.	Busca de entidades parceiras com expertise na área; Criar uma marca da feira. Fazer funcionar o aplicativo de venda.	Investir mais em marketing, com divulgação em massa; Difundir o uso do aplicativo de venda.	Todos	Dentro de um prazo de quatro meses.

Fonte: Dados do Trabalho (2021).

As ações apresentadas no quadro acima são uma proposta de trabalho construída de forma participativa para serem seguidas por todos, na busca de resultados melhores na condução da feira.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa sobre o processo de implantação do Projeto Hoje Tem Feira, com agricultores familiares de Paragominas, foi pioneira, no sentido de conhecer a realidade socioeconômica dos feirantes, uma política pública municipal aos agricultores familiares do município, criada a partir de uma demanda desses sujeitos, que procuraram a Sala do Empreendedor, órgão da prefeitura em apoio a criação de micro e pequenos empreendimentos.

Essa iniciativa tem gerado se mostrado significativa, não apenas para o desenvolvimento da agricultura familiar no município, mas também para a comunidade beneficiada com produtos de qualidade e com preços mais acessíveis.

Como resultado da pesquisa mostra-se, de forma geral, um panorama que destaca o papel da feira no incremento de renda dos agricultores familiares, uma vez que 92,86% destes elevou a produção a fim de atender a demanda da feira, investimento em melhorias. 78,57% dos entrevistados mostram que a feira contribuiu em termos da disposição em empreender, pois estes mesmos 92,86% também entenderam a importância de ter um espaço para a comercialização de seus produtos.

Destaca-se que a feira passou a funcionar, a partir de 2021, durante três dias da semana, sendo um em local e dia fixo e os outros dois dias em locais alternados, em pontos estratégicos da cidade, definidos em reuniões conjuntas entre feirantes e gestores da Sala do Empreendedor/SEMUG. A avaliação dos feirantes é que a ampliação dos dias e a venda em outros espaços possibilitou um volume maior de comercialização ao mesmo tempo e que deu mais visibilidade para esta ação com novos patamares de vendas, atendendo expectativas dos feirantes e contribuindo com o desenvolvimento da agricultura familiar no município, além de gerar trabalho, emprego e renda, não apenas para os agricultores envolvidos, mas para toda uma cadeia que compõe a feira.

Na pesquisa identificou-se alguns gargalos, dos quais se destacam a perda de vendas com a pandemia, principalmente, nos meses de abril e maio, quando a feira não funcionou por orientações sanitárias e necessidade de distanciamento social; a falta de estruturação

organizacional dos feirantes, o que nos levou a propor um aplicativo estratégia de reduzir os impactos da pandemia.

Percebeu-se, ao logo da pesquisa, a vontade dos agricultores familiares empreender, os quais puderam, com o apoio da Prefeitura Municipal de Paragominas, abrir espaço um espaço de comercialização de seus produtos. Gerando assim, o Projeto Hoje Tem Feira, ainda no pátio da Prefeitura, contando com uma espécie de “incubação” pela “Sala do Empreendedor”, órgão municipal, criado para atender micro e pequenos empreendedores.

Com a implantação da feira, observou-se a necessidade de sua estruturação organizacional e, desta forma, foi definido um processo construtivista pautado na cooperação e na economia solidária, fase esta, construída durante o estágio vinculado ao mestrado profissional em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares, por meio da turma especial, financiada pela Prefeitura de Paragominas, a partir de termo de cooperação para a formação de capacidade técnica de profissionais da gestão municipal.

A construção desse processo organizacional, pautado em princípios de cooperação, autogestão e economia solidária, possibilitou uma nova fase para a vida dos feirantes, na medida que ampliou possibilidades de negócios e trouxe um novo patamar para a feira, garantindo assim trabalho, renda e qualidade de vida aos agricultores familiares vinculados a esse espaço socioeconômico de vendas e troca de saberes.

Como parte da pesquisa todo o processo organizacional foi realizado de forma participativa, a luz da matriz GUT, onde várias estratégias foram traçadas no sentido de mitigar os pontos fracos e potencializar os pontos fortes, através das capacitações, com apoio de parceiros, como o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Secretaria Municipal de Agricultura de Paragominas – SEMAGRI, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA, Organização da Cooperativas do Brasil – OCB e, Sala do Empreendedor da Prefeitura de Paragominas.

Assim, conclui-se que as feiras livres têm forte potencial no fortalecimento da agricultura familiar, pois nestas os agricultores têm acesso a um mercado local e podem praticar preços mais justos, tendo em vista a relação direta entre produtores e compradores.

REFERÊNCIAS

BETHLEM, A. **Estratégia Empresarial**: conceitos, processo e administração estratégica. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CAMARGO, R. F. de. **Análise de Mercado em 10 passos**: está na hora da sua empresa expandir? Blog *Blog da Treasy*. Joinville. Santa Catarina. 26 de junho de 2018. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/analise-de-mercado/>. Acessado em 20 de janeiro de 2020.

CIRAD, EMBRAPA, UFPA. **Realidades e perspectivas da agricultura familiar no município de Paragominas – Pa**. Relatório de Pesquisa, 38 p. Paragominas. 2013.

COELHO, J. dos S.; SANTOS, J. S. C. dos; GRZEBIELUCKAS, C.; SILVA, P.V. da; BESSA, G.R.; COELHO, R. de C. S. Controle de custos e receitas: um estudo com os agricultores familiares feirantes de Nova Olímpia-MT. **Custos e @gronegocio on line** - v. 14, n. 1, Jan/Mar - 2018. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero1v14/OK%2011%20controle.pdf>. Acessado em: 05 de Junho de 2021.

COLONNELLI, B. L. **Diagnóstico e avaliação de acesso a políticas públicas por agricultores familiares em comunidades rurais no Município de Paragominas**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares) — Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA, 2020.

CORONA, H. M. P.; VASQUES, S. T. V.; GODOY, W. I. Dinâmicas socioeconômicas dos feirantes agricultores familiares de Chapecó (SC). **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 23, n. 1, p. 237-261, 2018.

COSTA, R. M. **Agricultura familiar e cadeias curtas: dinâmicas econômicas, sociais e culturais na Feira Livre Comunitária de Dom Pedrito, RS**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Pampa. Dom Pedrito – RS. 2017. Disponível em: <http://dspace.unipampa.edu.br:8080/handle/rii/4245>. Acessado em: 01 de Junho de 2021.

DANTAS, N. G. S.; MELO, R. S. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana/PB. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 1, 2008.

ESPÍRITO SANTO, M. M. do; GOMES, A. dos S.; PIRES, M. de M. Análise dos sistemas de produção agroecológicos e convencionais: um estudo a partir da análise SWOT. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, n. septiembre, 2019.

GOMES, Luís Gustavo dos Santos. **Reavaliação e Melhoria dos Processos de Beneficiamento de Não Tecidos com Base em Reclamações de Clientes**. Revista da FAE, v.6, p.35-50, 2006.

GUZMÁN, E. S. Uma estratégia de sustentabilidade a partir da Agroecologia. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v. 2, n. 1, p. 35-45, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/paragominas/panorama>. Acessado em: 10 de abril de 2020.

KUMMER, L. Metodologia participativa no meio rural: uma visão interdisciplinar. Conceitos, ferramentas e vivências. Salvador: GTZ, p. 343-350, 2007.

LUCIANO, W. R. **Agricultura familiar no contexto da Feira do Produtor Rural Feira Corujão no município de Rio Claro-SP**. Trabalho de Conclusão de Curso. Instituto de Geociências e Ciências Exatas - Campus de Rio Claro, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Rio Claro - SP 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/157034/000906640.pdf?sequence=1>. Acessado em: 01 de Junho de 2021.

MELO, C. F. A. *et al.* Desafios em uma propriedade familiar de produção de caju no interior do Nordeste. **Brazilian Journal of Development**, v. 4, n. 6, p. 3135-3146, 2018. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/315>. Acessado em: 20 de maio de 2021.

MONTANIA, E. S.; PHILIPPI, D. A. Matrizes SWOT e GUT como fontes de inovação para agricultores familiares de um município Sul-Mato-Grossense. **VII SINGEP. Anais... São Paulo-SP: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade**, 2018. Disponível em: <https://singep.org.br/7singep/resultado/206.pdf>. Acessado em 29 de Maio de 2021.

OLIVEIRA, M. C. C. de. **Agricultura familiar e cadeias curtas de alimentos: a formação de um Espaço de Reciprocidade na Feira Agroecológica de Casa Forte, Recife-PE**. Tese (Doutorado) do Programa de PósGraduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco. Recife – PE. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/39542/1/TESE%20Manuella%20Carolina%20Costa%20de%20Oliveira.pdf>. Acessado em: 01 de Junho de 2021.

PEREIRA, V. G; BRITO, T. P.; PEREIRA, S. B. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). In: **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v. 10, ed. 20, p. 67-68, dez. 2017. Disponível em: <https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/383/239>. Acessado em 26 março de 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS. **Relatório de Avaliação do Projeto Hoje tem Feira no ano de 2020**. Documentos Internos. Sala do Empreendedor. Paragominas-Pa. 2020.

REIS, E. M. B. *et al.* Identificação de pontos fracos e fortes associados à qualidade do leite em propriedade leiteiras de agricultura familiar. **Pubvet**, v. 11, p. 840-946, 2017.

RIBEIRO, R. de C. **Desenvolvimento rural sustentável e agricultura familiar: diagnóstico participativo de indicadores econômicos, sociais e ambientais na região Oeste do Paraná**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em \desenvolvimento Rural Sustentável do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste. Marechal Cândido Rondon – PR. 2015.

RODRIGUES, T. E.; SILVA, R. C.; OLIVEIRA JUNIOR, R. C.; GAMA, J. R. N. F.; VALENTE, M.A. **Caracterização e Classificação dos Solos do Município de Paragominas, Estado do Pará**. Belém: Embrapa Amazônia Oriental. Documentos 162, p. 1-49, 2003.

ROMÃO, A. L. da S. *et al.* Avaliação da comercialização da feira da agricultura familiar e economia solidária no município de Capitão Poço-Pa. 2019. Disponível em: <http://www.bdta.ufra.edu.br/jspui/handle/123456789/382>. Acessado em 10 de maio de 2021.

SAMPAIO, J. V. dos S. *et al.* Caracterização dos produtos vendidos pelos agricultores familiares na feira livre de Garrafão do Norte/pa. **Anais do IV Congresso Internacional das Ciências Agrárias COINTER**. Teresina - PI. 2019. Disponível em: <https://cointer.institutoidv.org/inscricao/pdvagro/uploadsAnais2020/CARACTERIZA%C3%87%C3%83O-DOS-PRODUTOS-VENDIDOS-PELOS-AGRICULTORES-FAMILIARES-NA-FEIRA-LIVRE-DE-GARRAF%C3%83O-DO-NORTE-PA.pdf>. Acessado em: 30 de maio de 2021.

SANTOS, E. M. *et al.* Análise Espacial das Ações do Programa “Municípios Verdes”: Estudo de Caso no Município de Paragominas-PA. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental**, v. 11, n. 1, p. 21-35, 2017.

SEBRAE/PA. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará. **Relatório de Avaliação do Projeto Hoje tem Feira, realizado na cidade de Paragominas - PA**. Belém: Edição SEBRAE, 2019. 17 p.

SEBRAE/PA. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará. **Relatório de Avaliação do Projeto Hoje tem Feira, realizado na cidade de Paragominas - PA**. Belém: Edição SEBRAE, 2021. 21 p.

SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA DE PARAGOMINAS. Levantamento Social das Comunidades Rurais de Paragominas. Documentos Internos. Paragominas. 2019.

SILVA, N. M. P. Levantamento de espécies frutíferas comercializadas na Feira Livre Aluizio Damasceno no município de Conceição do Araguaia-Pa. Anais do **III Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental**. Goiânia/GO. 2012. Disponível em: <http://www.ibeas.org.br/congresso/Trabalhos2012/XI-019.pdf>. Acessado em: 30 de maio de 2021.

SILVA, M. N. *et al.* A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017.

SOARES, D. A. S. *et al.* Usos do território em Paragominas (PA): espaço geográfico e classes sociais. **Revista Tocantinense de Geografia**, v. 5, n. 8, 2016.

SOUSA, R. K. R. de. **Agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: um olhar sobre a Feira da Agricultura Familiar do município de Capitão Poço, Pará**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal Rural da Amazônia. Capitão Poço. 2019. Disponível em: <http://bdta.ufra.edu.br/jspui/handle/123456789/1204>. Acessado em: 30 de maio de 2021.

TOLEDO, W. da S.; ARAP FILHO, S.; ALMEIDA, G. F. Diagnóstico Rural Participativo (DRP) com Agricultores Familiares do Bairro Laranjal em Campina Do Monte Alegre-SP. In: **8º Congresso de extensão universitária da UNESP**. Bauru-SP. 2015.

VALADARES, A. A. *et al.* **Agricultura familiar e abastecimento alimentar no contexto do Covid-19: uma abordagem das ações públicas emergenciais**. Nota Técnica 69. IPEA. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9996>. Acessado em: 30 de maio de 2021.

VERDEJO, M. E. **Diagnóstico Rural Participativo**. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria da Agricultura Familiar. Brasília, 2006.

CAPÍTULO III

INOVAÇÃO NA GESTÃO DA FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR EM PARAGOMINAS – PARÁ: O M-COMMERCE

RESUMO

As feiras de agricultores familiares são espaços que refletem um ambiente peculiar ao meio rural e contribuem para o fortalecimento de laços de vivência e do saber local, consolidando a autonomia desses produtores em um mundo de troca e saberes. A organização das feiras exige atitudes e graus de profissionalismo e de conhecimento da realidade a fim de potencializar esse espaço de troca e comercialização de produtos agrícolas. Nesse sentido, o objetivo desse artigo é analisar o processo de inovação na gestão da Feira de Agricultores Familiares de Paragominas, com introdução do aplicativo de M-commerce, perpassando pelo processo de capacitação em nível de gestão, associativismo, cooperativismo, economia solidária. Para a construção do aplicativo, inicialmente foi realizado um Diagnóstico Rural Participativo, quando se tratou de questões relacionadas à perda de produção durante o isolamento social provocado pela pandemia do Sarscov-2; utilização de aplicativo de compra por parte dos feirantes; possível utilização de um aplicativo de venda para a feira, e; contribuições do uso de um aplicativo de venda para os feirantes. Na segunda fase da pesquisa construiu-se um momento de capacitação sobre associativismo, cooperativismo, economia solidária e gestão organizacional e, na terceira fase desenvolveu-se o aplicativo de venda, via M-commerce e a implantação propriamente dita do aplicativo que, desta forma, possibilitou a ampliação da venda de produtos oriundos dos participantes da feira da agricultura familiar em momento peculiar de pandemia, o qual resultou em incremento de renda dos mesmos, além de melhor a qualidade da gestão e comercialização dos produtos da agricultura familiar, no campo, com a disponibilidade de maior acesso a alimentos com padrão de qualidade sustentáveis, uma vez que a agricultura familiar carrega essa bandeira.

Palavras Chaves: M-commerce. Organização social. Economia solidária. Gestão participativa.

ABSTRACT

Family farmers' fairs are spaces that reflect a unique rural environment and contribute to strengthening ties of experience and local knowledge, consolidating the autonomy of these producers in a world of exchange and knowledge. The organization of fairs requires attitudes and degrees of professionalism and knowledge of reality in order to enhance this space for the exchange and sale of agricultural products. In this sense, the objective of this article is to analyze the innovation process in the management of the Paragominas Family Farmers Fair, with the introduction of the M-commerce application, passing through the training process at the management level, associativism, cooperativism, solidarity economy. To build the application, a Participatory Rural Diagnosis was initially carried out, when issues related to the loss of production during the social isolation caused by the Sarscov-2 pandemic were addressed; use of a purchase application by marketers; possible use of a sales app for the fair, and; contributions from the use of a sales app to marketers. In the second phase of the research, a moment of training was built on associations, cooperativism, solidarity economy and organizational

management and, in the third phase, the sales application was developed, via M-commerce and the actual implementation of the application that, in this way, , made it possible to expand the sale of products from family farming fair participants at a peculiar moment of the pandemic, which resulted in an increase in their income, in addition to improving the quality of management and marketing of family farming products in the countryside, with the availability of greater access to food with sustainable quality standards, since family farming carries this banner.

Keywords: M-commerce. Social organization. Solidarity economy. Participative management.

1 INTRODUÇÃO

Ribeiro (2007, p. 5) destaca que as feiras livres são peça chave para o abastecimento de municípios rurais, assim como para a vida dos agricultores que as abastecem. O autor declara que esses espaços “não são regulados somente pelas normas que vigoram nos grandes mercados, mas pautados pela particularidade, pela solidariedade, pela informalidade que resultam da sedimentação histórica dessas relações locais”.

Assim é comum encontrar nesses espaços relações de criação de laços de afeto, ajuda mútua, troca entre feirantes, mudanças na produção dos agricultores para tentar atender as demandas dos clientes e até mesmo relação de confiança até nas formas de efetuar pagamento.

Nesse sentido, Michellon *et al* (2008) destaca que a persistência das feiras-livres se dá pela possibilidade de reprodução social entre consumidor e produtor, muito mais do que o âmbito econômico, uma vez que essa aproximação entre as duas categorias traz um ambiente de familiaridade.

Segundo Pereira *et al.* (2017, p. 71) “é graças às feiras-livres que muitos agricultores são beneficiados, vendendo sua produção” de forma direta. Este, é um poderoso instrumento que possibilita a permanência de muitas famílias na atividade rural, mesmo diante de todas as adversidades no processo de disponibilização da produção agrícola direta para os moradores da cidade.

De acordo com Ferreira (2013), a organização das feiras para comercialização pode exigir dos agricultores familiares atitudes e grau de profissionalismo e de conhecimento da realidade em que vão atuar; definição do destino da produção; definição do tipo de produto (se têm afinidade com ele, se querem produzi-lo); a capacidade necessária da unidade familiar em desenvolver tal atividade; a realização de uma pesquisa de mercado, por mais simples que seja para ver como o público consumidor se posiciona com relação ao produto ofertado; bem como

o atendimento do cliente, cada vez mais exigente, que demanda mercadorias de qualidade e com regularidade de oferta.

Assim, faz-se necessário um esforço para que as questões organizacionais referentes a gestão da feira sejam encaradas com seriedade e profissionalismo, pautando-se sempre em um processo de gerenciamento mais eficiente no caminho da sustentabilidade, uma vez que o desenvolvimento socioeconômico de uma região se baseia, entre outros fatores, no compromisso coletivo dos atores de desenvolvimento.

Segundo Nasereddin e Sharabati (2016) um modelo de gestão bem-sucedido de entidades comunitárias é o da autogestão, que envolve “interação, participação, colaboração, cooperação, e redistribuição de poder”. Entendida por Nascimento (2005) enquanto democracia socioeconômica idealizada a partir da gestão coletiva, caracterizada por um novo modelo de produção e consumo, pautado na prática social e política.

Assim, esse modelo de gestão é capaz de desenvolver a capacidade de ser direcionado pela decisão democrática e participativa de todos os envolvidos e está intimamente ligado às ideias de economia solidária, que de acordo com Singer (2002), é entendida como um sistema socioeconômico aberto, pautada nos valores da cooperação e solidariedade, o qual busca a emancipação do homem, o bem-estar individual e comunitário, atrelado ao respeito ao meio ambiente.

Nesse sentido, a prática da autogestão e cooperação estão intimamente ligadas aos pressupostos da economia solidária, que por sua vez pode figurar como ferramenta fundamental no desenvolvimento de atividades comunitárias no âmbito da agricultura familiar e seus processos de produção e comercialização.

Uma das formas de se trabalhar na gestão da feira, no sentido de melhorar a comercialização, é a autogestão com de ferramentas de comercialização via aplicativos como M-commerce, ou seja, através de instrumentos de venda pela internet, via celulares. Para tanto, o que se encontra em fase de implantação como uma proposta de venda impulsionada por meios informáticos-operacionais, por conseguinte a produção também pode elevar para responder às demandas criadas por meio virtual.

Pode-se perceber que durante a pandemia do Sars-Cov2, iniciada no final de 2019, na China, chegando ao Brasil a partir de março de 2020, carregando uma gama de incertezas de caráter social e econômico, uma vez que se trata de um vírus novo, com poder considerável de letalidade. Essa realidade prejudicou o processo de produção, comercialização e armazenamento, pois o distanciamento social (medida de prevenção contra a doença), mostrando, com isso, a necessidade da inserção dos feirantes no mundo digital. Isso porque a

comercialização, durante o período da pandemia, afetou a renda desses agricultores, pois a feira não podia funcionar. Nesse sentido, o M-commerce passou a ser visto como uma possibilidade, a fim de garantir a manutenção do fluxo do mercado local (produção, comercialização, consumo), no incremento dessa atividade.

De acordo com Pedroso *et al.* (2020, p. 3742) “a comercialização de hortaliças, durante esse período de isolamento social tem relação íntima com o canal de comercialização”. Esse autor, afirma ainda que os estabelecimentos familiares são os que “estão enfrentando as maiores dificuldades para comercializar suas produções, no período de isolamento social” (PEDROSO *et al.* 2020, p. 3746). Isso devido ao fato de que os produtores da agricultura familiar trabalham, na sua maioria, com venda tradicional, em feiras, para programas sociais, supermercados entre outros.

Assim, o M-commerce se constituiu como uma inovação, sendo necessário, aos feirantes, treinamentos, primeiro na questão organizacional, com vistas ao planejamento da comercialização e estruturação em associação ou cooperativa e, em seguida, capacitação para o uso do aplicativo.

De acordo com Sabourin (2014, p. 19), “o desenvolvimento econômico das agriculturas familiares passa também pela sua organização para acessar aos mercados”. Então, nesse sentido, a ferramenta de comercialização (aqui defendida, que é o caso do aplicativo) não é, em si, o principal componente de transformação socioeconômica na vida dos feirantes, mas uma etapa que tem como finalidade alavancar as vendas, se aplicado a uma entidade organizada e estruturada. Logo, o foco principal é a organicidade, pautada em princípios solidários e participativos.

Segundo Crozier e Friedberg (1977), já diziam que a ação coletiva é uma ação organizada e não um fenômeno natural, portanto, uma construção social, cuja existência levanta problemas, condições de surgimento e reprodução que precisam ser explicadas. O que para Sabourin (2003, p. 149), “em outros termos, trata-se de compreender a elaboração e adaptação dessas construções sociais que são as regras, as normas e as convenções”.

Percebe-se, então, que a ação coletiva favorece a organização da agricultura familiar, na medida em que o indivíduo é incapaz de acessar determinados mecanismos sozinho. Nesse espaço, o acesso a bens e serviços públicos das políticas públicas municipais, estaduais e federais é de fundamental importância. A cooperativa, no caso específico da feira, pode se constituir como um instrumento importante de reivindicações de determinados serviços técnicos e institucionais, na construção de espaços públicos necessários à construção social do mercado, a partir do aprimoramento de conceitos e atitudes socioeconômicas. Neste caso obtido

por meio da relação entre a teoria (capacitação) e a prática, vivenciada no dia a dia pelos agricultores familiares.

Nesse sentido, o objetivo desse artigo é analisar o processo de inovação na gestão da Feira de Agricultores Familiares de Paragominas, com introdução do aplicativo de M-commerce, perpassando pelo processo de capacitação em nível de gestão, associativismo, cooperativismo, economia solidária.

1.2 AGRICULTURA FAMILIAR E A GESTÃO POR REDES: O M-COMMERCE COMO MERCADO ESTRATÉGICO

Segundo Wakai (2015) o Brasil era em meados da década passada o quinto maior país em relevância no mercado mobile, com mais de 72 milhões de brasileiros e crescendo anualmente, acessando a internet através de dispositivos móveis, segundo pesquisa publicada na revista E-Commerce em 2014. Este dado evidencia um potencial de mercado com as mais diversas possibilidades de oferta de produtos de diferentes naturezas. No entanto, ao tomar como referência as feiras da agricultura familiar, a possibilidade de implementação de mecanismos de M-commerce caracteriza-se como um canal de compra e venda de produtos agrícolas que utiliza os aparelhos de celular, um equipamento móvel que pode ser acessado em diferentes ambientes e espaços, portanto, capaz de favorecer a oferta de produtos para além daqueles espaços físicos como as feiras presenciais. (O 5G vai impulsionar pelo acesso dos agricultores, atualmente sem acesso à internet banda larga)

O E-Commerce News (2015) afirma que os aplicativos móveis estão se tornando o canal preferido entre os brasileiros que fazem compras *online*, assim, surgem múltiplos dispositivos para serem utilizados por consumidores que acessam as lojas virtuais em diversos equipamentos. O E-Commerce News (2015) informa que têm 3 vezes mais propensão a finalizar uma transação em um dispositivo móvel do que aqueles que usam apenas um equipamento.

Porém, quando há a referência para utilização por agricultores familiares precisa-se acurar para a necessidade de uma organização que seja capaz de dar suporte, de forma que possam estruturar e gerenciar toda a cadeia produtiva, de forma eficiente e sem perder os princípios da agricultura familiar, voltados para a gestão participativa. Dessa forma, buscar maior diversificação em seus produtos, bem como, meios para a verticalização da produção, visando agregar valor aos produtos torna-se chave no ambiente de redes.

Segundo Carvalho e Carvalho (2015), uma possível solução para os entraves históricos de comercialização da agricultura familiar é o uso do comércio eletrônico, que pode aumentar o limite espacial de atuação para esse segmento.

Fagundes (2004, p. 56) explica que “a internet acabou com o conceito de empresa grande ou pequena, classificando-as em empresas rápidas ou lentas e dentro ou fora da rede”. Nesse sentido, a agricultura familiar precisa se posicionar frente aos avanços tecnológicos e galgar espaço nesse cenário de vendas virtuais.

Para Bravo (2017), a internet tem sido um meio primordial para alavancar as vendas em qualquer segmento e essa forma de mercado se beneficia cada vez mais pelo crescente acesso à rede. Ainda segundo a autora, outro fator que tem crescido bastante é a confiança dos usuários ao utilizar as plataformas digitais de compras, o que tem sido evidenciado pelo aumento das aquisições de mercadorias (numa visão capitalista e produto na perspectiva da economia Sustentável) online.

De acordo com Moreira *et al.* (2019), “nestas plataformas é possível adquirir produtos online diretamente do produtor sem intermediários assim aproximando agricultores e consumidores, que apresenta vantagens para quem produz e para quem consome”. Nesse sentido a partir do acesso a essa forma de comercialização é possível fugir da figura do atravessador que tem sido um dos grandes entraves da agricultura familiar. Essa é apenas uma das vantagens desse segmento.

Segundo Freitas e Batista (2015) “o comércio eletrônico (e-commerce) já é realidade e se apresenta por meio de novas modalidades, quais sejam, o que se denomina como m-s-t-f-commerce. Mobilidade (m - mobile), Social (s - social), TV (t - television) e Facebook (f)”. Formando assim uma rede de serviços a partir do uso da internet em diferentes meios de acesso.

Bodini e Zanolli (2011) destacam que as vantagens do comércio eletrônico são: promoção do fluxo de informações; mercado e a transparência dos preços; redução ou eliminação dos custos de transação e; o aumento de cooperativas on-line. Este último segundo Carvalho e Carvalho (2015) “sugere que os processos de transações de comércio eletrônico proporcionam o surgimento de novas oportunidades para promover a organização social da produção, seja por meio de cooperativas ou associações. Apontando assim para a necessidade de se ter uma administração social participativa, eficiente e preparada no processo de gestão de mercado, sobretudo o digital.

Santos (2013) acrescenta aos benefícios citados anteriormente a redução efetiva dos custos do negócio, a inovação tecnológica, a melhoria da qualidade do produto e o acesso a novos clientes.

No contexto da agricultura familiar pautada na economia solidária, a questão da inovação tecnológica pode ser trabalhada a partir da inovação social que, de acordo com Franzone (2015, p. 12) “pode ser entendida como uma solução aos problemas crônicos que não podem ser resolvidos através da lógica atual que vigora em nossa sociedade, tais como a escassez de recursos e os problemas socioambientais, sendo necessária uma ruptura de paradigma”. A inovação social por sua vez é fruto da tecnologia social, que:

[...] abrange produtos, técnicas e metodologias reaplicáveis, desenvolvidas através da interação com a comunidade, representando soluções efetivas de transformação social. Dessa forma, se estabelece uma reaplicabilidade da inovação a diferentes comunidades, tornando seu papel social mais efetivo (FRANZONI, 2015, p. 12).

A partir da tecnologia social, fruto da inovação social, pode ser viabilizada a criação de instrumento de comercialização “on line” ou comércio eletrônico e, assim, dinamizar as vendas provenientes dos membros da “Feirinha da Prefeitura” e a reaplicabilidade, como mostra Franzoni (2015) é possível ao se buscar modelos de aplicativos já existentes, ou seja, que estão em uso, a fim de serem apropriados ou mesmo adaptados por agricultores familiares.

Albertin (2002, p. 73) define que o comércio eletrônico “engloba a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, não se restringindo simplesmente a realização de transações comerciais de compra e venda de produtos e serviços”. Nesse sentido, afirma ser possível que uma entidade coordene a atividade de vários parceiros, de forma a integrar ações entre eles a fim de gerar complementação na produção, de um dado produto ou serviço, que será comercializado por esse integrador.

É nesse cenário de integração, emerge a importância da organização participativa, como as associações ou cooperativas, de forma que se possa ter um controle de todos os processos de planejamento, produção, comercialização e logística de entrega.

Souza e Alves (2013) enfatizam que antes de entrar em novo segmento de mercado é fundamental fazer um planejamento, que deve começar com uma reflexão sobre os fatores cruciais que vão determinar o sucesso ou o fracasso de um dado empreendimento.

Esses fatores devem ser destacados a partir da verificação do cumprimento do planejamento. Nesse sentido, Jorge (2015, p. 2) destaca, “em gestão de projetos podem ser utilizados indicadores que apontem se o que foi previsto e planejado, foi atendido plena ou parcialmente (p.ex.: dentro do orçamento previsto, no prazo planejado, etc.) e assim será possível determinar o sucesso ou insucesso do mesmo”.

Os problemas que um empreendimento que trabalha com o uso da tecnologia nas vendas, “pode enfrentar incluem falta de inovação, dificuldade de encontrar pessoal

competente, acompanhar a competição e a inabilidade para aumentar a demanda de serviços”. (FAGUNDES, 2004, p.146).

De acordo com Carvalho e Carvalho (2015, p. 2) “na agricultura familiar a ideia de comercialização sempre esteve ligada ao comércio local, a questão regional”. Sendo assim entende-se que o comércio eletrônico é, além de novidade, um grande desafio para esses agricultores. Porém, ao mesmo tempo, se constitui em uma oportunidade de abertura e ampliação do negócio, pois consegue agregar maior possibilidade de venda e visibilidade dos produtos da agricultura familiar.

As organizações da agricultura familiar no Brasil têm avançado lentamente em relação a utilização da Internet e a adoção do e-commerce pois, enfrentam o desafio de mudar seus modelos e práticas de negócios para acomodar e participar do rápido crescimento da internet e e-commerce. Essas organizações entendem que uma eficiente utilização da internet e a adoção do e-commerce permitem um melhor contato com clientes, melhora a relação com a concorrência etc. (CARVALHO; CARVALHO, 2015, p. 16).

Moreira *et al.* (2019, p. 6), em trabalho realizado no Assentamento Eli Vive, localizado na fazenda Pininga, distrito de Lerroville, área rural do município de Londrina, com a temática do E-Commerce, como alternativa a comercialização para agricultores familiares, concluíram que a adoção de E-commerce como “uma ferramenta fundamental para os grupos que desejam ampliar e ocupar espaços mercadológicos de produtos agroecológicos”. Mostrando que é possível trabalhar essa metodologia com a agricultura familiar.

Andrade (2019, p. 44), em trabalho de conclusão de curso, sob a temática “Análise e desenvolvimento de um aplicativo e-commerce para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar”, conseguiu demonstrar uma experiência exitosa com a adoção de um aplicativo para dispositivos móveis, no sentido de “apoiar no processo de venda de produtos cultivados pela agricultura familiar através da adoção de um aplicativo e-commerce”. Mostrando que é possível a adoção dessa tecnologia para pequenos produtores.

Uma inovação que foi pensada para a Feira da Agricultura Familiar de Paragominas, a partir de pesquisa realizada sobre as dificuldades de comercialização em tempos de pandemia. Para isto, realizou-se um planejamento rápido participativo, momento decisivo para se buscar inovação em termos da gestão via e-commerce.

2 METODOLOGIA

2.1 DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO VOLTADO A CONSTRUÇÃO DO APLICATIVO M-COMMERCE

A construção do Diagnóstico Rural Participativo – DRP foi trabalhada conforme definido por Verdejo (2006), ao caracterizar esta ferramenta como capaz de apresentar as potencialidades e dificuldades de um dado grupo social, na medida que o diagnóstico é construído de forma participativa e, dessa forma, um planejamento voltado à autogestão e desenvolvimento da comunidade.

No questionário do diagnóstico (Apêndice I) foram trabalhadas questões relacionadas a perda de produção durante o isolamento social provocado pela pandemia; utilização de aplicativo de compra por parte dos feirantes; possível utilização de um aplicativo de venda para a feira e; contribuições do uso de um aplicativo de venda para os feirantes. Este processo contou com o uso de um Termo de Consentimento Livre Esclarecido – TCLE, que explica, aos participantes, os objetivos do estudo, bem como, os procedimentos legais que amparam a participação em pesquisa envolvendo pessoas.

Assim, foram agendadas reuniões, a primeira realizada no dia 08 de julho de 2020 (Figura 1A) e a segunda no dia 30 de outubro de 2020 (Figura 1B), para explicar os objetivos da pesquisa, onde feirantes, representantes da: Sala do Empreendedor/Secretaria Municipal de Governo de Paragominas – SEMUG, Secretaria Municipal Agricultura de Paragominas – SEMAGRI e SEBRAE estabeleceram um acordo de trabalho, visando construir um processo de melhorias na gestão e organização da feira, apontando para a construção de um aplicativo de venda via M-commerce.

Figura 01 – Reunião entre feirantes, Sala do Empreendedor, SEMAGRI, SEBRAE e docente do mestrado IFPA para alinhar as ações do projeto. A: 08 de julho de 2020; B: 30 de outubro de 2020.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

Os feirantes demonstraram interesse em participar do projeto afirmando a parceria e se colocando à disposição para colaborarem no que fosse possível, concordando assim com os

objetivos e processos da pesquisa e aplicação do M-commerce, em que se envolveu gestores municipais, feirantes e pesquisador.

Estabelecido o processo de comunicação entre as partes e com o entendimento do objetivo do trabalho foi aplicado o questionário para todos os feirantes. O contexto de pandemia exigiu cuidados especiais: nos procedimentos presenciais, houve a exigência de respeitar aos protocolos de segurança do Ministério da Saúde.

2.2 CAPACITAÇÃO PARA A IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO M-COMMERCE

A implantação da inovação no processo de gestão da Feira Municipal de Agricultura Familiar levou a necessidade de realização de processos de capacitação voltados à gestão coletiva. Desta forma fez-se curso de capacitação sobre a temática do associativismo, cooperativismo e economia solidária. O curso teve como instrutores o Serviço Brasileiro de Aprendizagem Rural – SENAR e a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB, enquanto instituições parceiras da Prefeitura Municipal de Paragominas.

Assim, as atividades foram pensadas no âmbito do estágio vinculado ao mestrado, como já se referiu anteriormente, quando se criou um movimento voltado ao processo de gestão, tendo em vista a necessidade de os feirantes terem capacidade para a gestão do aplicativo M-commerce. Essa ação foi apoiada pela Secretaria Municipal de Governo de Paragominas, sob a mobilização do pesquisador-servidor da prefeitura e executor da proposta de inovação da gestão da Feira, e atuava como Secretário Municipal até o final de 2020, e, por isso, a facilidade em disponibilizar as condições necessárias à execução da ação. Nesse sentido, a primeira capacitação foi realizada sobre associativismo, cooperativismo e economia solidária, realizada sob a

(...) metodologia de ensino do SENAR baseia-se em três princípios básicos: O ensinar a fazer fazendo; O aprender a fazer fazendo e; A construção de um novo conhecimento. Os dois primeiros exprimem o caráter prático das ações e atividades, em que o evento se transforma numa sequência de demonstrações planejadas. O último exprime a essência do MÉTODO PARTICIPATIVO, onde o ensino é centrado na participação ativa de quem aprende. A aprendizagem realiza-se mediante a ação do educando (PORTAL DO SENAR/CE, 2020, p. 1).

A metodologia do SENAR tem como base “o diálogo [que] permeia todo o processo, no qual educador e educando estabelecem comunicação horizontal, sem predomínio do saber de um sobre o do outro. Os saberes diferenciados não são tidos como concorrentes ou excludentes, mas complementares” (SENAR-CE, 2020, p. 1).

No “desenvolvimento das cooperativas, o Sistema OCB disponibiliza uma série de cursos, programas de capacitação, materiais didáticos e serviços de consultoria, criados com foco na profissionalização e aumento da *competitividade* no mercado” (OCB, 2020, p. 1. Grifos do autor). Quanto à competitividade, por não se enquadrar em uma visão de economia solidária, foi substituída pela participação em parceria para aumento do poder de vendas. Assim, os feirantes fizeram uma imersão nas temáticas do associativismo, cooperativismo e economia solidária para que possam tomar atitudes pautadas em análises confiáveis sobre essas áreas.

Nesta direção foi realizada a capacitação em gestão da produção e da comercialização como parte integrante da construção de condições para a gestão via M-commerce. O curso sobre gestão da produção e da comercialização foi ministrado pelo Serviço Brasileiro de Aprendizagem Rural – SENAR e contou, para isso, com o apoio da “Sala do Empreendedor” e do SEBRAE e da Secretaria Municipal de Agricultura de Paragominas, a fim de garantir os recursos necessários para efetuar essa ação.

3 O APLICATIVO M-COMMERCE COMO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO DA GESTÃO DA FEIRA

O desenvolvimento do aplicativo se deu com auxílio de profissionais da empresa WIM Mídia Digital Ltda ME⁶ e teve por base as informações obtidas no levantamento da segunda fase da pesquisa. Esse aplicativo se constitui, na realidade, como um requisito obrigatório da pesquisa aplicada, que caracteriza o mestrado profissional, portanto, um produto da ação prática. Com isso a Win Mídia desenvolveu uma plataforma web e aplicativo para que pequenos produtores pudessem comercializar seus produtos via plataforma digital⁷.

A construção do software M-commerce foi realizado com a participação efetiva dos feirantes, de forma que atendesse suas demandas. Esse instrumento visou expandir as possibilidades de comercialização, particularmente em face da pandemia do Sars-Cov2, que nos primeiros momentos gerou dificuldades em termos do escoamento da produção.

Com isso os feirantes estavam sem alternativas para a comercialização de seus produtos, pois as feiras ficaram fechadas no início da pandemia e mesmo com a reabertura, há restrições que prejudicam a livre circulação, comprometendo os ganhos dos agricultores/feirantes.

⁶ A Win Mídia é uma empresa de desenvolvimento de sistemas e aplicativos com sede em Rio Verde-GO, que atua no mercado há mais de 10 anos.

⁷ A plataforma está rodando em várias cidades, entre elas, Rio Verde no estado de Goiás, através da Secretaria Municipal da Agricultura e no estado do Piauí, através da Secretaria Estadual da Agricultura Familiar.

Nesse sentido, os parâmetros para a realização do software foram desenvolvidos de modo que fosse compreensível aos feirantes, para isso houve um programa de capacitação específico para o manuseio desse instrumento de gestão; nesse processo houve apoio efetivo da equipe de profissionais de tecnologia da informação do IFPA/Campus Paragominas.

Nesse sentido, a equipe do IFPA/Campus Paragominas sugeriu a plataforma web e APP, um sistema único possibilita a integração entre produtores e clientes, com níveis de acesso e ações, na plataforma, que favorece o acompanhamento e a geração de relatórios. Essa plataforma oferece a aplicação web, onde os feirantes criam sua conta e cadastram seus produtos.

Os clientes, por sua vez, baixam o aplicativo e listam as barracas da feira, escolhendo seus produtos e colocando em um carrinho de compras virtual e, depois, finalizam o pedido, informando seus dados pessoais, endereço de entrega e forma de pagamento.

As funcionalidades encontradas no painel administrativo da web do aplicativo são assim demonstradas: cadastro dos feirantes/produtores; cadastro das categorias; cadastro dos produtos; cadastro de estoque; cadastro de fotos dos produtos; cadastro de valor dos produtos; cadastro de produtos em ofertas; cadastro de forma de entrega com taxas de entrega; relatórios de vendas; relatórios de feirantes/produtores; relatórios de produtos; relatórios de pedidos; relatórios de avaliações.

Na Plataforma web/app usuários/clientes conterá: disponibilização de forma gratuita nas lojas Apple Store e Play Store; escolha da cidade que deseja comprar; demonstrar lista dos feirantes/produtores; escolha dos produtos e quantidade; visualização da barraca de venda; (endereço e informações da retirada dos produtos); carrinho de compra; visualização do status do pedido; avaliação do feirante/produtor e produtos; forma de pagamento (dinheiro ou cartão de débito ou crédito na maquininha caso o feirante/produtor possua); cadastro dos usuários/cliente; criação do login e senha de acesso; cadastro de endereço de entrega do usuário/cliente; link para contato direto com o feirante/produtor e suporte técnico.

A organização e estruturação desses diferentes contextos da plataforma foram realizadas por meio de uma oficina de capacitação com os feirantes, a fim de que passassem a dominar o uso do aplicativo; nessa atividade de formação participaram representantes da Secretaria Municipal de Governo de Paragominas, a fim de que pudessem entender o processo e auxiliar na gestão do mesmo e no apoio aos feirantes. Esse momento foi conduzido pelos desenvolvedores da ferramenta de M-commerce, em parceria com a Sala do Empreendedor e o SEBRAE.

Esses processos de formação tiveram como objetivo, a garantia de autonomia dos feirantes na gestão desta ferramenta de comercialização, uma vez que os técnicos da Sala do

Empreendedor poderão os auxiliar no uso da tecnologia, mas sem interferência de controle. Todos esses procedimentos constituíram um processo de sistematização, que passaram a constituir a pesquisa participativa vinculada à dissertação sobre o M-commerce como uma ação estratégica para a comercialização de produtos da agricultura familiar, gerando subsídios para a construção do aplicativo articulado as características identificadas no processo de pesquisa.

O aplicativo M-commerce possibilita a ampliação dos canais de comercialização dos produtores da agricultura familiar vinculados à Feira Municipal, com possibilidade de gerar trabalho e incrementar renda, além de potencializar o desenvolvimento territorial da agricultura familiar no município de Paragominas.

3.1 CAPACITAÇÃO PARA O APLICATIVO M-COMMERCE

O processo de capacitação de uso da ferramenta de M-commerce se deu em primeiro lugar com a representante da Sala do Empreendedor, a senhora Valquíria Sena, onde os desenvolvedores do aplicativo lhe repassaram todas as informações de uso do mesmo durante o período de duas semanas (de forma remota e intercalada entre os dias), compreendendo de 15 a 30 de maio de 2021. Nessa oportunidade foram tiradas as principais dúvidas referentes ao software e suas formas de uso.

Após esse processo de capacitação foi efetuado o repasse aos feirantes, que instalaram o aplicativo em seus celulares e puderam ter acesso a plataforma de compras e assim aprender como utilizar o aplicativo e retirar suas dúvidas.

Como não teve como reunir todos os feirantes para fazer uma oficina geral de repasse das informações do aplicativo, esse processo se deu de forma parcelada a partir do dia 09 de junho de 2021, com os membros da feira (Figura 02), sempre na coordenação da Sala do Empreendedor em parceria com o SEBRAE.

Figura 02 - Oficina de capacitação da ferramenta de M-commerce para os feirantes do Projeto Hoje Tem Feira no município de Paragominas – Pa.



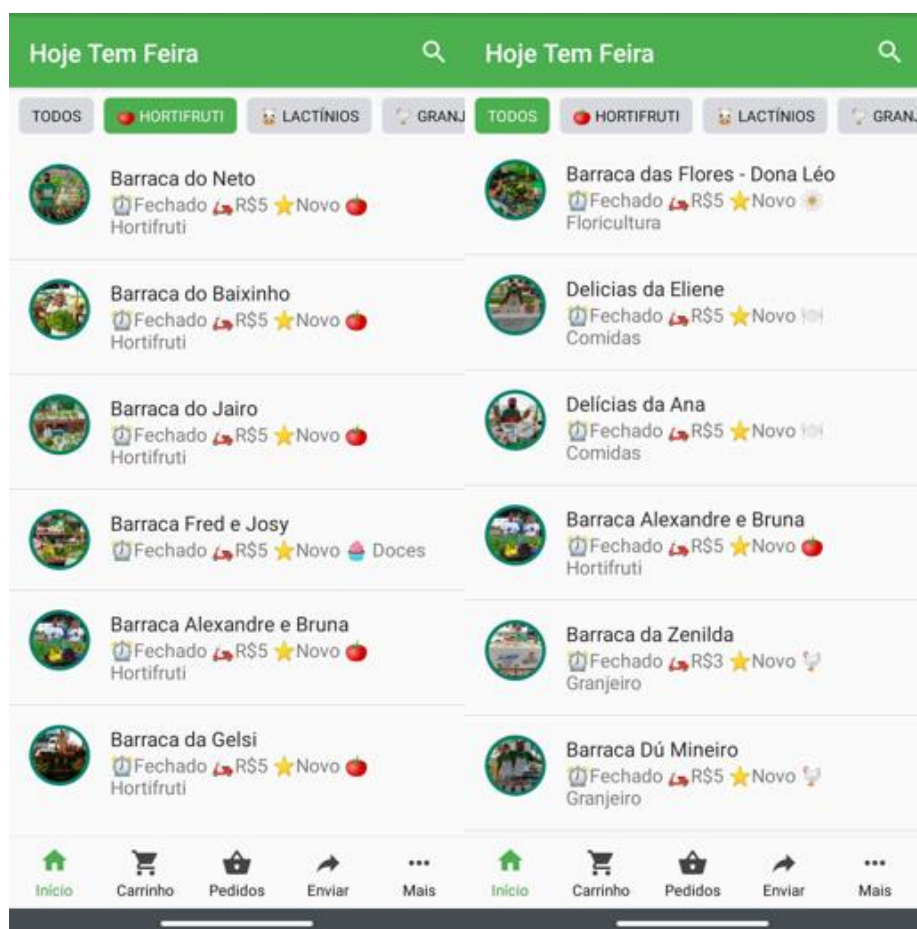
Fonte: Arquivos pessoais (2020).

Boa parte dos feirantes relataram que não tiveram dificuldades para entender o aplicativo, pois já estão acostumados a lidar com esse tipo de ferramenta. Outros apresentaram um pouco de dificuldade em utilizar o aplicativo, mas foram ajudados por seus filhos ou netos que acompanharam a capacitação e puderam compreender o funcionamento da ferramenta de venda.

Após esse período de capacitação no uso do aplicativo foi realizado a divulgação em massa deste, através de mídias sociais, como o Instagram, Facebook e o WhatsApp. Esse processo teve grande repercussão na cidade, onde várias pessoas baixaram o aplicativo HOJE TEM FEIRA sob a ferramenta de gestão M-commerce e já fazem uso do aplicativo.

A interface do aplicativo está configurada para apresentar em sua página principal todas as barracas da feira (Figura 03), onde os usuários podem escolher onde realizar suas compras.

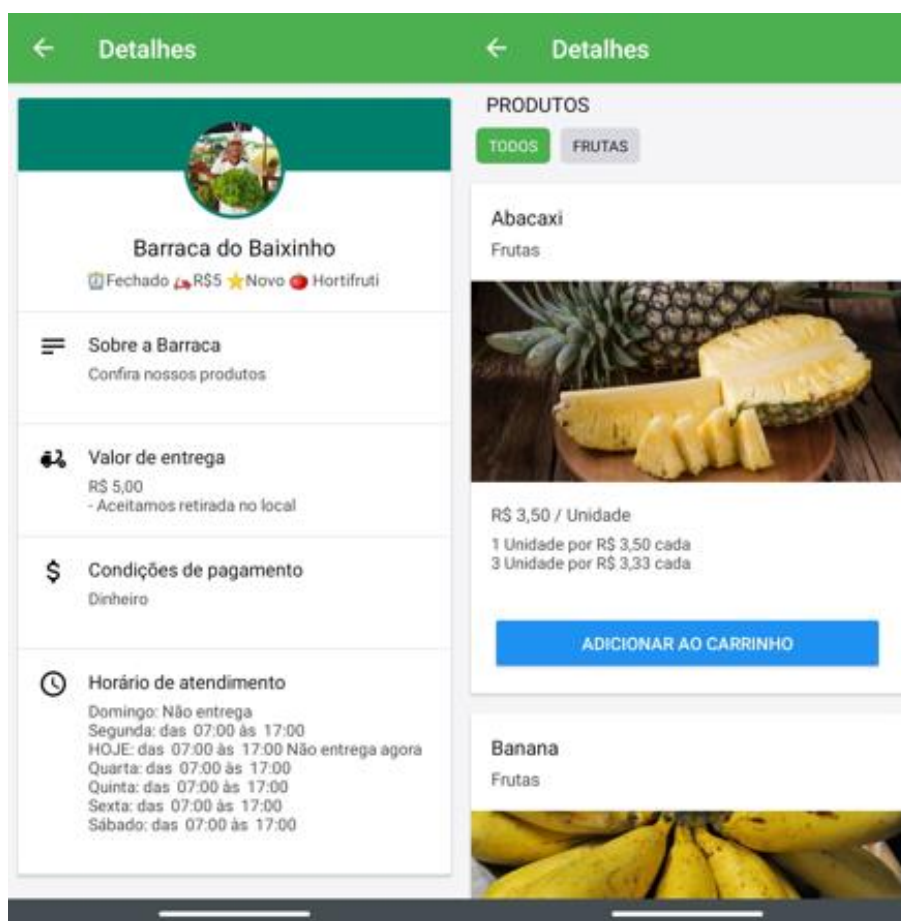
Figura 03 – Interface principal do aplicativo de vendas “Hoje Tem Feira”.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

Ao entrar em uma dada barraca, são apresentados os produtos daquele(a) feirante, os horários de funcionamento e as condições de pagamento e entrega do produto (Figura 04).

Figura 04 – Interface secundária do aplicativo de vendas do Projeto Hoje Tem Feira.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

O aplicativo HOJE TEM FEIRA também pode ser acessado via QR-cod, como se mostra na figura 05 e também pelos links seguintes: link para baixar o app Android ou iOS (redirecionamento automático): <https://hojetemfeira.net.br/app>; Link para baixar o app SOMENTE Android (iOS não consegue baixar): <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.net.hojetemfeira>, Link para baixar o app SOMENTE iOS (Android não consegue baixar): <https://apps.apple.com/us/app/hoje-tem-feira/id1549366792>.

Figura 05 - QR-cod do Aplicativo Hoje Tem Feira.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

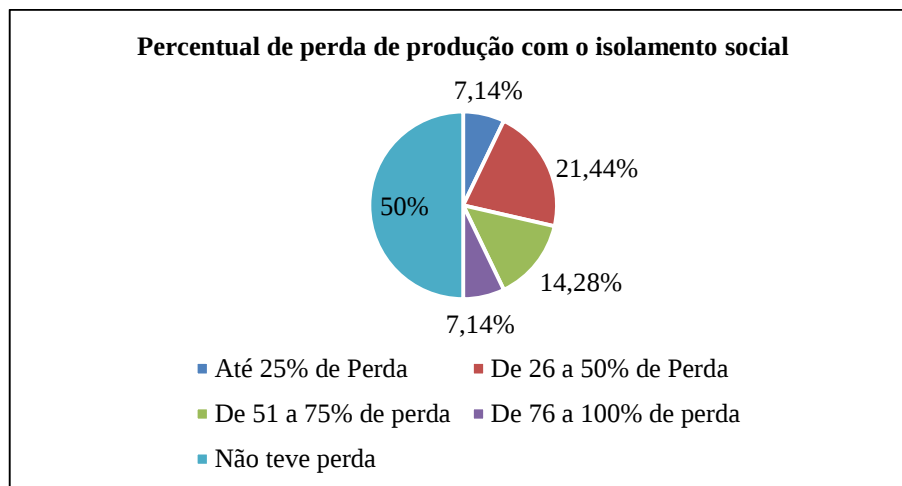
De forma geral, pode perceber pelas conversas com os feirantes que há uma expectativa muito grande no sentido de as vendas aumentarem. É importante ressaltar que a introdução da ferramenta de comercialização não veio no sentido de substituir a presença dos consumidores na feira, mas sim de forma a alcançar aquelas pessoas que por algum motivo não podem ir à feira nos dias presenciais (três vezes por semana) e ampliar o acesso durante todos os dias da semana.

Outra questão relevante é que a ideia do uso do aplicativo é também trazer novos clientes que começarão com o aplicativo e depois virão conhecer pessoalmente o espaço da feira, porque segundo os feirantes (em um dos momentos de capacitação) a troca de experiências, a boa conversa, as novas amizades, são tão importantes quanto o ato de vender em si.

3.2 COMERCIALIZAÇÃO VIA M-COMMERCE NO CONTEXTO DA PANDEMIA DO SARS-COV-2

A perda de produção, decorrente do isolamento social, ficou em torno de 50%, segundo informação dos feirantes, os quais afirmam a redução nas vendas em cerca de 50%, na medida em que mantiveram vendas durante os meses de março de 2020 a dezembro de 2020 (Gráfico 01). Esses resultados podem ser explicados pela Feira não ter funcionado desde o fim de março até fim de maio de 2020, inviabilizada pela obrigatoriedade do isolamento social. O fato da Feira ser um espaço de comercialização presencial, boa parte dos produtos vendidos na “feirinha” ficaram se serem comercializados. Sem contar que, na volta da feira, em junho, o movimento foi retomado aos poucos, uma vez que permanecia a quarentena, com a indicação por parte das autoridades de saúde, de isolamento social.

Gráfico 01 – Perda de produção e comercialização decorrente do isolamento social dos feirantes, Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



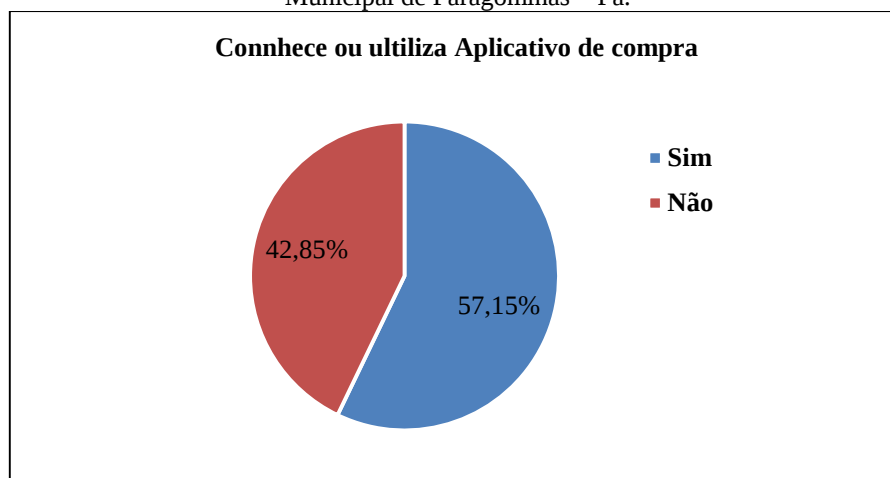
Fonte: elaborado pelo autor, com dados da pesquisa de campo (2021).

Esse resultado quando comparado com a perda de produção e comercialização no Vale do rio Prado, no Rio Grande do Sul (composto por 23 municípios), percebe-se que a influência da pandemia foi diferente nas diversas feiras espalhadas pelo território, uma vez que os estudos de Preiss, *et al.*, (2021) apontam para um cenário onde 43% das feiras apresentaram um pequeno aumento de vendas, 20% reduziram consideravelmente as vendas, 13% não apresentaram alteração, 7% reduziram pela metade as vendas, 7% aumentaram consideravelmente as vendas e para 7% o movimento de vendas dobrou.

Os dados mostram que para alguns feirantes, a pandemia se constituiu como uma oportunidade de negócio, por elas apresentarem, na visão do consumidor, um espaço de venda de alimentos saudáveis. Assim, pode-se inferir que o fato de algumas feiras ao manterem abertas tiveram oportunidades de melhores rendimentos, enquanto aquelas que fecharam, como foi o caso da “feirinha de Paragominas”, tiveram impactos negativos na produção e comercialização.

Pode-se perceber que os aplicativos passaram a se constituir como uma ferramenta estratégica. Assim, quando se perguntou sobre o uso de algum aplicativo de compra, em seus negócios, 57,15% responderam que sim, contra 42,85% que disseram não utilizar esse tipo de ferramenta para realizar suas compras (Gráfico 02). Esses dados mostram que boa parte dos feirantes está familiarizada com o uso de alguma ferramenta digital de compra, o que facilitou, em parte, a adoção de vendas digitais no “Projeto Hoje Tem Feira”.

Gráfico 02 – Utilização de aplicativo de compra por parte dos feirantes, Projeto Hoje tem Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa.



Fonte: elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa de campo (2021).

O relatório Global App Trends de 2019, divulgado pela Adjust (2019), aponta que o Brasil é o segundo maior mercado de apps do mundo, ficando atrás apenas da Indonésia. Esse mesmo estudo identificou que somos o segundo país na lista de crescimento acelerado do mercado de aplicativos móveis. Esses estudos demonstram ainda que 56% dos entrevistados já haviam comprado produtos ou serviços por meio digitais. Essa realidade confirma dados da pesquisa realizada com os feirantes de Paragominas, os quais seguem essa tendência.

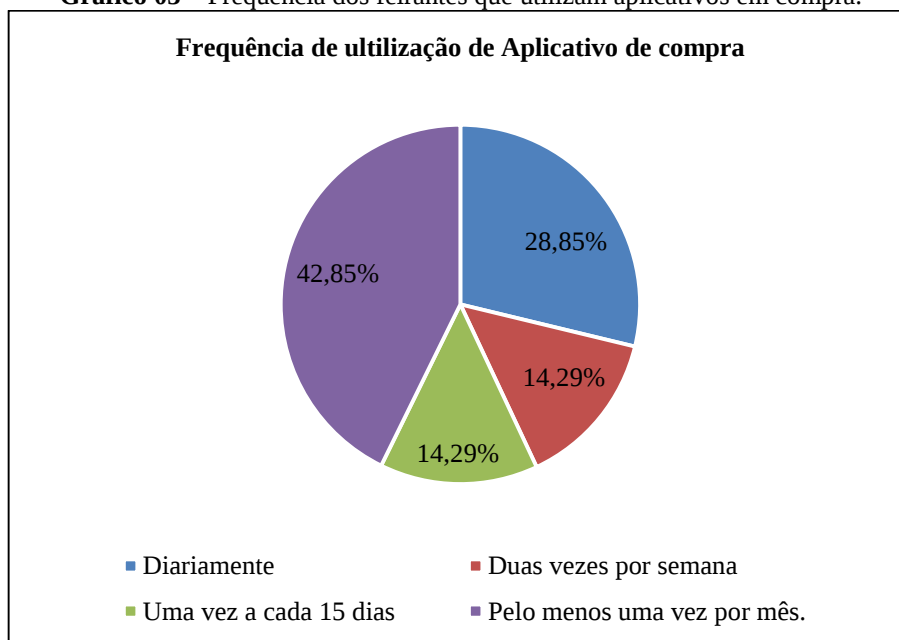
Moreira *et al.* (2019), observam que a adoção do comércio eletrônico “gera consequências positivas [...] e é uma ferramenta fundamental para os grupos que desejam ampliar e ocupar espaços mercadológicos de produtos agroecológicos”. Esse meio de comercialização se apresenta como uma possibilidade de compra e venda mais segura em termos de contaminação da pandemia do novo coronavírus. Nesse sentido, Feiden; Ramos; Schwanke, (2020) concluem que:

Com a necessidade de isolamento, a fim de diminuir e/ou não agravar o risco de contágio do coronavírus, as compras realizadas pelo comércio eletrônico contribuíram 45% no número de pedidos. O setor de alimentos tem se destacado nesse período de isolamento, obtendo um crescimento de 13% no período de fevereiro até o final de abril (FEIDEN; RAMOS; SCHWANKE, 2020, p. 2158).

Esses dados mostram a crescente valorização do mercado eletrônico e o aumento significativo de pessoas que o utilizam para realizar suas compras em diversos segmentos. Nesse sentido, verifica-se que 42,85% dos feirantes utilizam algum aplicativo de compra pelo menos uma vez por mês, 28,58% utilizam diariamente, 14,29% utilizam duas vezes por semana e 14,29% utilizam uma vez a cada quinze dias (Gráfico 03).

Os dados mostram que dos 57,15% dos entrevistados que disseram utilizar alguma ferramenta de compra virtual, fazem uso mensalmente, o que demonstra uma certa familiaridade com o mercado eletrônico, um indicativo que favorece a inclusão de novas tecnologias de comercialização, portanto, para a inovação no processo de comercialização no âmbito da Feira de Agricultura Familiar de Paragominas.

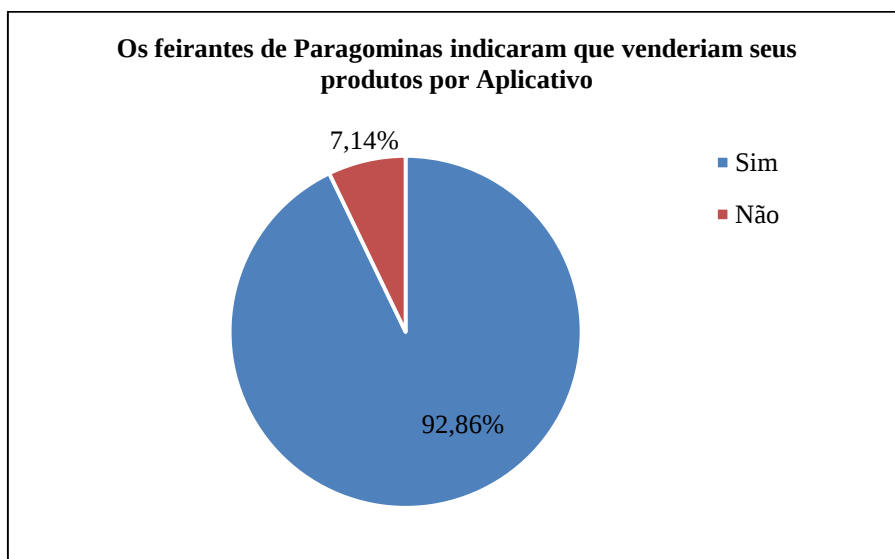
Gráfico 03 – Frequência dos feirantes que utilizam aplicativos em compra.



Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa de campo (2021).

Observou-se que os jovens com grau de ensino médio completo têm usado mais os aplicativos de compras e ao serem perguntados se venderiam seus produtos por meio de um aplicativo de venda via celular (M-commerce), 92,86% dos feirantes responderam que sim, em discordância apenas 7,14% (Gráfico 04). Isso mostra que já há uma expectativa por parte dos feirantes em adotar um aplicativo de venda para as transações comerciais da feira.

Gráfico 04 – Percentual dos feirantes que venderia seus produtos por aplicativo.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa de campo (2021).

Em artigo sobre o comércio eletrônico, como ferramenta de comercialização, para a agricultura familiar, Feiden; Ramos; Schwanke (2020, p.2165) concluem que:

[...] a quantidade de produtores que utilizam as redes sociais (características do comércio eletrônico), é significativa, e eles possuem capacidades para atender a demanda para esse mercado, sendo uma alternativa futura, visto que a procura por alimentos no comércio eletrônico tem aumentado consideravelmente.

Em contrapartida, Carvalho; Carvalho (2015, p. 16), em trabalho sobre utilização da internet e adoção do e-commerce pelas organizações da agricultura familiar brasileira, destacam que:

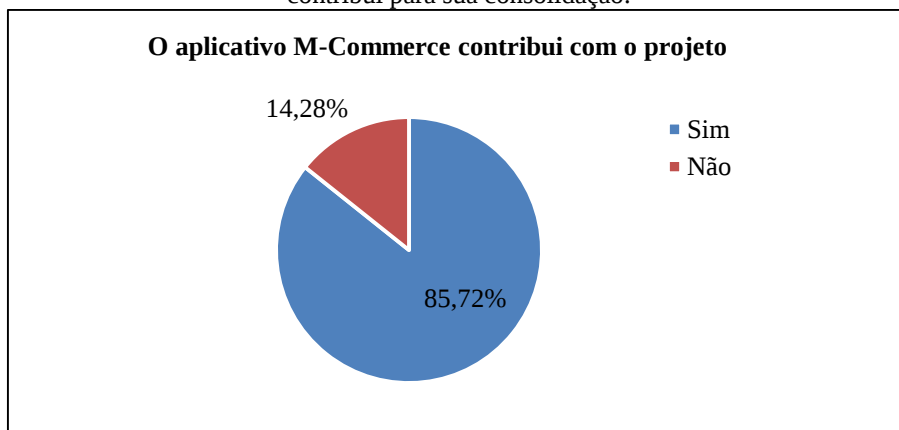
As organizações da agricultura familiar no Brasil têm avançado lentamente em relação a utilização da Internet e a adoção do e-commerce pois, enfrentam o desafio de mudar seus modelos e práticas de negócios para acomodar e participar do rápido crescimento da internet e e-commerce. Essas organizações entendem que uma eficiente utilização da internet e a adoção do e-commerce permitem um melhor contato com clientes, melhora a relação com a concorrência etc.

Assim, apesar da grande oportunidade que esse mercado possibilita, ainda se faz necessário um maior domínio do mesmo por parte dos agricultores familiares, que precisam se atualizar nas suas práticas de venda.

No entanto, ao se perguntar aos feirantes do Projeto Hoje Tem Feira se a criação de um aplicativo contribuiria com seu processo de comercialização, 85,72% responderam que acredita que sim, contra 14,28% que responderam não necessitar de um aplicativo de venda (Gráfico 05). Esses dados mostram que a maioria dos feirantes entende que a adoção de uma ferramenta

digital de venda pode contribuir com o desenvolvimento da feira, alavancando as vendas principalmente, como visto mais adiante (Gráfico 24).

Gráfico 05 – Os feirantes do Projeto Hoje Tem Feira veem que o aplicativo contribui para sua consolidação.



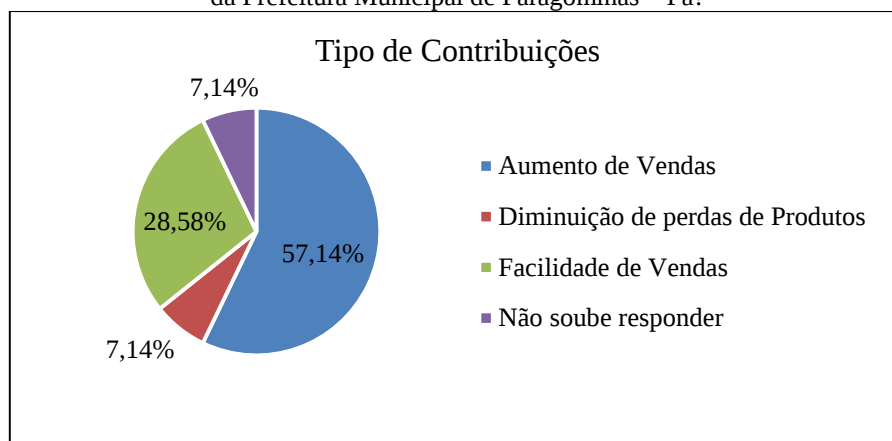
Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Desta forma, Feiden; Ramos; Schwanke, 2020, p. 2162), apontam que

[...] o mercado online se apresenta como uma excelente alternativa para ampliar as transações comerciais geradas na agricultura familiar, com a possibilidade de ampliar os canais de distribuição, bem como proporcionar facilidades e comodidade ao consumidor e, com isso, ampliar a renda do produtor (FEIDEN; RAMOS; SCHWANKE, 2020, p. 2158).

Assim, ao analisar o percentual dos feirantes que responderam que o aplicativo contribui para a consolidação do Projeto Hoje Tem Feira, percebeu-se que 57,14% relataram que traria aumento nas vendas, 28,58% disseram que traria facilidade de vendas, 7,14% afirmaram que traria facilidade de vendas e 7,14% não souberam responder (Gráfico 06).

Gráfico 06 – As contribuições de um aplicativo ao Projeto Hoje têm Feira, da Prefeitura Municipal de Paragominas – Pa?



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Bodini e Zanoli (2011) consideram que o comércio eletrônico apresenta alguns benefícios aos agricultores familiares. Entre essas vantagens está a possibilidade de oferecer soluções estruturais e organizacionais, se for trabalhado de forma integrada a organização social da produção, seja por meio de cooperativas ou de associações.

Em comparação com o trabalho de Feiden; Ramos; Schwanke, 2020, p. 2162), onde “os produtores avaliaram os principais motivos que consideram importantes para vender na internet”, constatando-se que a comodidade (em 44,9% dos casos), a demanda (em 33,3% dos casos) e a acessibilidade (em 24,6% dos casos) são os principais motivos. Isto revela que a adoção de um aplicativo de vendas se configura como uma alternativa viável para os agricultores familiares, desde que se preparem para tal.

3.3 CAPACITAÇÃO EM ASSOCIATIVISMO, COOPERATIVISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Buscou-se o fortalecimento organizacional da “Feirinha da Prefeitura” municipal de Paragominas, constituída de agricultores familiares do município, de forma a incentivar sua organização. Como forma de engajamento na temática do Associativismo, Cooperativismo e Economia Solidária, foi realizado uma oficina sobre o tema (figura 06), em parceria com a Prefeitura Municipal de Paragominas, através da “Sala do Empreendedor” e a Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB, que atuou de forma parceira com as instituições ligadas ao cooperativismo no setor agrícola.

Figura 06 – Capacitação em Associativismo, Cooperativismo e Economia Solidária.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

A reunião em forma de oficina foi organizada pela Prefeitura (Sala do Empreendedor), Secretaria Municipal de Agricultura com o apoio do SEBRAE e teve como objetivo alinhar a agricultura familiar ao cooperativismo, enquanto uma questão de estratégia para o desenvolvimento setorial, pois um agrega ao outro. A finalidade da reunião era destacar a importância e o poder das cooperativas no fortalecimento da agricultura familiar como um todo.

Iniciou-se a reunião exibindo um vídeo de uma comunidade na Ilha do Marajó que cultivava açaí. Após o vídeo que retrata o poder da união, dentro de uma comunidade, em prol de um objetivo comum, foi franqueada a palavra aos participantes para tirarem suas dúvidas e fazerem comentários e Sra. Zenilda iniciou perguntando sobre a criação e abate de frangos caipira para venda legal, em seguida o Sr. João falou da sua experiência em uma cooperativa a qual havia participado há algum tempo, falou também da importância de se reunirem em prol de um objetivo comum a todos.

A senhora Gelsi Pedroti relatou sobre sua experiência na cooperativa que participa e de sua satisfação em ser uma das fornecedoras da merenda escolar. O senhor Fred disse que faz parte do Projeto Hoje Tem Feira desde o início, e externou o quanto o Projeto tem contribuído para a melhoria em sua vida, não só financeiramente, mas também no âmbito social. O senhor Elisvelton relatou sobre a relevância da Prefeitura incentivar e fomentar ainda mais a agricultura familiar dentro do município, através do Projeto Hoje tem Feira.

A oficina prosseguiu com o representante da OCB Pará apresentando conceitos ligados ao cooperativismo, como origem, fundamentos, os sete princípios fundamentais, quais sejam: adesão livre e voluntária, gestão democrática, participação econômica, autonomia e independência, educação, formação e informação, intercooperação e interesse pela

comunidade. Várias dúvidas foram tiradas a respeito de diversos processos envolvendo as cooperativas, como taxas de adesão ao Sistema OCB, composição de uma cooperativa, participação, administração dela entre outras.

No final foi aberto a palavra aos participantes e o Sr. Abimael Oliveira enfatizou sobre a questão da Prefeitura apoiar essa iniciativa junto aos agricultores do município, principalmente, na questão técnica. Na oportunidade, enquanto pesquisador, pode-se agradecer aos feirantes e demais presentes sobre a oportunidade de participar desse evento, de reuniões e palestras no âmbito do Projeto Hoje Tem Feira, na medida em que é uma ação de política pública municipal, em que atua como discente do Mestrado e, ao mesmo tempo, como gestor público responsável e apoiar ações de desenvolvimento, na oportunidade elogiou-se aos produtores e ao Projeto, enfatizando a importância da parceria da Prefeitura, SEBRAE e OCB para o desenvolvimento de Paragominas, em particular aos feirantes da agricultura familiar.

3.4 CAPACITAÇÃO SOBRE GESTÃO DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO

A senhora Valquíria Sena, da “Sala do Empreendedor” iniciou dando as boas vindas e agradecendo a presença de todos e em seguida apresentou o Palestrante Fabiano Andrade que abriu o evento (figura 07) agradecendo a todos pela participação e iniciou a palestra com a frase: “Transforme sua ideia em Modelo de Negócios”. Fabiano falou sobre o que se pode fazer de diferente no negócio para chamar mais a atenção e sobre a relação que cada feirante pode construir com seus clientes, enfatizou que não é importante somente receber o dinheiro do cliente e entregar o produto, mas sim fazer a entrega de valor. Citou como exemplo de proposta de valor, a venda de uma planta, que seria interessante se junto com a venda, fosse entregue ao cliente um cartão com a informação sobre como cuidar, como regar a planta, destacou que isso é entregar algo a mais que simplesmente a venda ao consumidor.

Figura 07 - Capacitação em Gestão da Produção e da Comercialização para feirantes da “Feirinha da Prefeitura” de Paragominas - Pa.



Fonte: Arquivos pessoais (2020).

O palestrante explicou sobre os 9 elementos do Modelo de Negócios que são: Proposta de Valor, Segmento de Clientes, Canais, Relacionamento com Clientes, Fontes de Receita, Recursos Principais, Atividades Principais, Parcerias Principais, Estrutura de custos. Após detalhar e explicar cada tópico dos elementos de negócios, o palestrante dividiu os participantes em grupos e pediu que cada grupo explicasse oralmente ou através de um cartaz o que cada um espera da feira.

Depois de alguns minutos houve a apresentação da atividade solicitada, onde todos tiveram a oportunidade de expor suas ideias para se alcançar melhorias na feira. A palavra foi franqueada ao Renato que agradeceu a parceria do SEBRAE, valorizou o trabalho de cada integrante do Projeto e aproveitou para agradecer por poder estar participando. Falou também sobre o aplicativo que é resultado de seu trabalho e que irá servir aos participantes da feira por um ano sem custos para que possam avaliar e se colocou à disposição como parceiro do Projeto Hoje tem Feira. Em seguida a palavra foi dada ao Igor que expressou sua satisfação em estar sempre apoiando o Projeto e se disponibilizou a continuar somando para que juntos possam alcançar cada vez mais o sucesso do Projeto.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Diagnóstico Rápido Participativo 50% dos feirantes declararam que tiveram perdas durante a pandemia, 57,15%. Desta forma a ferramenta M-Commerce do aplicativo HOJE TEM FEIRA se constituiu como um instrumento de inovação na gestão do processo de comercialização e organização virtual dos produtos ofertados e não apresentaram resistência à implantação desse aplicativo, na medida em que grande parte deles já aquisição de bens por meio desse instrumento. Como se observou na pesquisa, 92,86% dos entrevistados se colocaram à disposição para experimentar essa nova forma de gestão, inclusive 85,72% dos feirantes consideram que um aplicativo trará vantagens significativas para suas vendas.

Assim, como produto da conclusão do mestrado a construção do software aliada ao processo de capacitação em gestão organizacional, permitirá a criação de novas oportunidades de mercado, com potencial para a melhoria da qualidade de vida e geração de renda desses sujeitos, sob comando de uma gestão coletiva, com benefícios individuais dos participantes.

A implantação do aplicativo possibilitou, desta forma, ampliar a venda de produtos da agricultura familiar, no campo, com a disponibilidade de maior acesso a alimentos com padrão de qualidade sustentáveis. Os feirantes já estão utilizando a ferramenta de venda que já teve quase 300 acessos até o dia 20 de agosto de 2021. Devido ao aumento de dias na semana que a feira acontece as pessoas estão preferindo ir ao local fazer as compras pessoalmente.

Com o aumento das vendas geradas pelo maior alcance da feira, espera-se que haja maior produção por parte desses agricultores e da incorporação de novos membros, visando as demandas criadas pelo próprio uso do aplicativo; assim tornar-se uma cadeia de benefícios, pois propiciará um melhor desenvolvimento do arranjo produtivo dos agricultores familiares, gerando renda e emprego, uma vez que deverá ser montada uma infraestrutura, com depósitos, logística de entrega, aquisição de transporte, entre outros, que atenda esse aumento de produção.

Outro fator relevante é a capacidade dos agricultores familiares vinculados à feira, em alcançar outras escalas de mercado, com produtos agrícolas em Paragominas e em municípios circunvizinhos, uma vez que se espera um maior alcance de consumidores, potencializando o consumo local e nas proximidades. Espera-se, assim, contribuir para o fortalecimento da agricultura familiar do município e das suas formas de comercialização.

REFERÊNCIAS

- ADJUST. **Relatório de Tendências Globais para Aplicativos da Adjust**. Global App Trends Report 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/patrocinado/adjust/2019/06/12/global-app-trends-report-2019.html>. Acessado em: 07 de Junho de 2021.
- ALBERTIN, A. L. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 4. ed., atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2002. 292 p.
- ANDRADE, G. W. M. Análise e desenvolvimento de um aplicativo e-commerce para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar. Monografia (em Tecnologias em Análises e Desenvolvimento de Sistemas). Instituto Federal Goiano. Iporá. 2019.
- BODINI, A.; ZANOLI, R. Competitive factors of the agro-food e-commerce. **Journal of Food Products Marketing**, v. 17, n. 2-3, p. 241-260, 2011.
- BRAUDEL, F. **O jogo das trocas. Civilização material, economia e capitalismo: século XV-XVIII**. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- BRAVO, R. A. G. **E-commerce: a influência da confiança na intenção de compra online**. 2017. Tese de Doutorado. Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social.
- CARVALHO, C. de O.; CARVALHO, G. R. Utilização da internet e adoção do e-commerce pelas organizações da agricultura familiar brasileira. In: **Embrapa Gado de Leite-Artigo em anais de congresso (ALICE)**. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 53., 2015, João Pessoa. Agropecuária, meio ambiente e desenvolvimento: anais. João Pessoa: Sober, 2015.
- CROZIER, M.; FRIEDBERG, E. *L'acteur et le système*. Paris: Éditions du Seuil. 1977.
- FEIDEN, A.; RAMOS, M. J.; SCHWANKE, J. O comércio eletrônico como ferramenta de comercialização para a agricultura familiar. **Redes (St. Cruz Sul, Online)**, v. 25, p. 2151-2170, 2020. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/15092>. Acessado em: 05 de Junho de 2021.
- E-COMMERCE NEWS. **A realidade do comércio digital já é móvel**. 2015. Disponível em: <http://ecommercenews.com.br/artigos/tendencias-artigos/a-realidade-do-comercio-digital-ja-emovel>. Acesso em 10 de janeiro de 2020.
- FAGUNDES, E. M. **Como ingressar nos negócios digitais**. São Paulo: EI – Edições Inteligentes, 2004.
- FEIDEN, A.; RAMOS, M. J.; SCHWANKE, J. O comércio eletrônico como ferramenta de comercialização para a agricultura familiar. **Redes (St. Cruz Sul, Online)**, v. 25, p. 2151-2170, 2020. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/15092>. Acessado em: 05 de Junho de 2021.

FERREIRA, L. A. **Estratégias de acesso a mercados para agricultura familiar**. Brasília: Fundação Banco do Brasil, 2013. Disponível em: http://cirandas.net/articles/0015/5708/Estrat%C3%A9gia_de_Acesso_a_Mercados_para_Agricultura_Familiar.pdf. Acesso em: 25 março de 2020.

FRANZONI, Gabriel Borela. Inovação social e tecnologia social: o caso da Cadeia Curta de agricultores familiares e a alimentação escolar em Porto Alegre/RS. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2015. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/117414/000967056.pdf?sequence=1>. Acessado em: 20 de janeiro de 2020.

FREITAS, Cinthia OA; BATISTA, Osvaldo Henrique dos Santos. Neuromarketing e as Novas Modalidades de Comércio Eletrônico (mstf-commerce) frente ao Código de Defesa do Consumidor. **Derecho y Cambio social**, v. 42, p. 3, 2015. Disponível em: https://www.derechoycambiosocial.com/revista042/NEUROMARKETING_E_AS_NOVAS_MODALIDADES_DE_COMERCIO_ELETRONICO.pdf. Acessado em: 20 de janeiro de 2020.

JORGE, J. **Análise dos fatores responsáveis pelo sucesso ou pelo fracasso de um projeto**. Portal Administradores.com. 2015. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/analise-dos-fatores-responsaveis-pelo-sucesso-ou-pelo-fracasso-de-um-projeto>. Acessado em: 15 de novembro de 2021.

MICHELLON, E.; COSTA, T.; STRÖHER, G. J.; CAMACHO, L. S.; PEREIRA, P. S. Rede de Dinamização das Feiras da Agricultura Familiar – REDIfeira: Uma alternativa para a inclusão socioeconômica das famílias rurais. In: **XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Rio Branco: Anais, 2008.

MOREIRA, R. M. P. *et al.* **E-commerce como alternativa a comercialização de produtos agroecológicos: uma experiência no Assentamento Eli vive**. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/199020>. Acessado em: 10 de janeiro de 2020.

NASCIMENTO, C. **Do “beco dos sapos” aos canaviais de Catende: Os “ciclos Longos” das Lutas Autogestionárias**. Brasília: SENAES, 2005.

NASEREDDIN, Y. A; SHARABATI, A. A. A. *Universities’ Leadership Style in the Light of Governance Principles. International Review of management and Business Reserch*. v. 1, n. 3, p. 1092-1114, 2013. Disponível em: <http://www.irmbrjournal.com/papers/1475146161.pdf>. Acesso em 10 julho de 2020.

OCB. **O que temos pra você**. Portal da OCB. Serviços. 2020. Disponível em: <https://www.ocb.org.br/servicos>. Acessado em: 25 de outubro de 2020.

PEDROSO, M. T. M.; CORCIOLI, G.; FOGUESATTO, C. A crise do Coronavírus e o agricultor familiar produtor de hortaliças. **Gestão E Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3740-3749, 2020.

PEREIRA, V. G; BRITO, T. P.; PEREIRA, S. B. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v. 10, ed. 20, p. 67-68, dez. 2017. Disponível em:

<https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/383/239>. Acessado em 26 março de 2020.

PREISS, P. V. *et al.* Abastecimento alimentar e COVID-19: uma análise das feiras no Vale do Rio Pardo-RS. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 28, p. e021007-e021007, 2021. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8661446>. Acessado em: 31 de maio de 2021.

RIBEIRO, E. M. (coord). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2007.

ROSENFELD, C. L. A autogestão e a nova questão social: Repensando a relação indivíduo-sociedade. **Civitas Revista de Ciências Sociais**, v.3, nº 2, 2003. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/742/74230209/>> Acesso em 30 jul. 2017.

SABOURIN, E. Mudanças sociais, organização dos produtores e intervenção externa. In: CARON P., SABOURIN, E. (eds.). Camponeses do sertão. As mutações das agriculturas familiares no Nordeste do Brasil. Brasília: Embrapa-Sct, Cirad, 2003.

SABOURIN, E. Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidária. **Revista Econômica do Nordeste REN**, v. 45, p. 18-30. 2014.

SANTOS, J. G. L. P. D. **Drivers e inibidores do e-commerce e determinação da sua importância na performance exportadora**. Dissertação de Mestrado em Economia e Gestão Internacional, Faculdade de Economia do Porto. Porto. Portugal. 2013.

SENAR/CE. **Quem somos**. Portal do Serviço Brasileiro de Aprendizagem Rural do Ceará. 2020. Disponível em: <http://senarce.org.br/novo/sobre/>. Acesso em 07 de outubro de 2020.

SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil: Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: **Civilização Brasileira**, v. 2, p. 81-129, 2002. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/742/74230209/>. Acesso em 02 maio 2020.

SOUZA, C. E. de; ALVES, L. C. **Construção de e-commerce para produtos artesanais**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

TEDESCHI, S. P. **Desenvolvimento de modelo de gestão para empreendimento de economia solidária baseado na agricultura familiar para promover o desenvolvimento territorial sustentável na confecção de produtos de bambu**. Tese (Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade da Universidade Federal de São Carlos-SP). São Carlos – SP. 2017.

VALADARES, A. A. *et al.* **Agricultura familiar e abastecimento alimentar no contexto do Covid-19: uma abordagem das ações públicas emergenciais**. Nota Técnica 69. IPEA. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9996>. Acessado em: 30 de maio de 2021.

VERDEJO, M. E. **Diagnóstico Rural Participativo**. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria da Agricultura Familiar. Brasília, 2006.

WAKAI, A. **Mobile commerce**: realidade ou ficção? Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/mobile-commerce-realidade-ou-ficcao/>. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS GERAIS

Ao finalizar esta dissertação percebe-se a importância da pesquisa aplicada, particularmente, quando se pode observar os efeitos do produto realizada de modo participativo, ou seja, com a adesão que levou ao momento de culminância do uso do aplicativo HOJE TEM FEIRA sob a ferramenta de M-commerce. O processo de construção da presente dissertação foi um divisor de águas na caminhada de aprendizagem do autor, que pôde compreender melhor a dinâmica de comercialização da agricultura familiar na sua forma mais complexa, que é através da feira.

Ao longo do trabalho foi possível, também, compreender o potencial de geração de trabalho dos produtores rurais da agricultura familiar que fazem parte do Projeto Hoje Tem Feira em Paragominas - Pa, além de contribuir na promoção de um espaço de produção e comercialização de produtos alimentícios oriundos do município e na introdução de um aplicativo M-Commerce, de forma inovadora, a fim de alcançar os consumidores, em um contexto inicial de crise, decorrente da pandemia causada pelo Sars-Cov2.

Outro fator de destaque no processo de desenvolvimento do trabalho foi a construção de um diagnóstico, seguido de aplicação de análise FOFA e capacitação dos feirantes, que possibilitou conhecer melhor os pontos fracos e pontos fortes presentes no dia a dia dos feirantes e assim serviu de base para tomada de decisões, que contribuíram para o avanço na organização e comercialização dos produtores familiares envolvidos na feira.

A feira é uma das estratégias de comercialização eficiente para os produtores da agricultura familiar, tendo seu reconhecimento na prática por parte dos envolvidos neste trabalho, que destacaram conquistas significativas por fazerem parte da mesma, a exemplo da expansão de suas produções e vendas e consecutivamente a melhoria da renda e da qualidade de vida dos envolvidos.

Assim, pode-se dizer que a vida destes agricultores familiares mudou a partir da oportunidade de se engajarem no Projeto Hoje Tem Feira, o que aponta assertividade na ação coletiva entre estes agricultores familiares e o poder público municipal.

Pode-se dizer que a experiência sistematizada nesta dissertação foi exitosa em todos os aspectos, pois conseguiu atingir seus objetivos. Pretende-se agora avançar na busca de novos horizontes e desafios que balizem o desenvolvimento humano, pautados em princípios de solidariedade, equidade e justiça social.

APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO DESTINADO AO FEIRANTE

BLOCO I: SITUAÇÃO SOCIOECONÔMICA

QUADRO I: Dados socioeconômicos dos agricultores familiares/feirantes e familiares

NOME DO PRODUTOR/FAMILIARES E AGREGADOS	RELAÇÃO DE PARENTESCO	IDADE	ESCOLARIDADE	OCUPAÇÃO	RENDA

1. Quem trabalha na produção?

- () Esposa/Esposo
() Filhos/Filhas
() outros membros

2. Quantas pessoas trabalham na produção. Há outros trabalhadores para o trabalho na produção? Quantos: _____. Em que fase de da produção: plantio ____; colheita: ____; Comercializar: ____; Há trabalhadores específicos para os produtos destinadas ao Projeto: Hoje tem feira? ()

M () F ()

3. Qual o seu grau de escolaridade?

- () Da 1ª à 4ª série do ensino fundamental
() Da 5ª à 8ª série do ensino fundamental
() Ensino médio completo/ incompleto
() Ensino superior
() Não estudou

4. Antes do projeto da Feira em que você trabalhava? (OBS: PARA SABER SE SEMPRE FOI AGRICULTOR). Se Não qual era a ocupação anterior?

5. Você recebe ou recebeu algum tipo de auxílio da assistência social, previdência e seguridade social (BPC, Bolsa Família, Aposentadoria)?

- () Sim
() Não

6. Está recebendo auxílio emergencial para o momento da pandemia do novo Coronavírus?

- () Sim
() Não

BLOCO II: PRODUÇÃO

1. O que produz?

2. Para quem produzia

QUADRO II: PRODUTOS/PREÇOS/ QUANTIDADES COMERCIALIZADAS/RENDAS OBTIDAS

PRODUTOS AGRÍCOLAS	Quantidade	Preço	Total
Frutas			
Geleias			
Polpas de frutas			
Verduras			
Legumes			
Grãos			
Farinhas			
Carnes			
Queijo			
Artesanato			
Pães			
Bolos			

3. Você produz quantas culturas para o Projeto: Hoje tem feira?

() Uma

() Mais de uma cultura

Quais? _____

Outro: _____

4. A produção é realizada no mesmo local de moradia?

() Sim

() Não, onde? _____

5. Qual o tamanho da área de produção (em hectare)? _____

6. Você precisaria de mais área para a plantação?

() Sim Quanto? _____

() Não

BLOCO III: COMERCIALIZAÇÃO

- Implantar um aplicativo de venda tipo E-commerce para potencializar a comercialização dos feirantes;
- Possibilitar a expansão dos participantes da feira com a criação de demanda via M-commerce.

1. Quais os canais de comercialização/Como vendia antes do Projeto Hoje tem feira?

2. Com o isolamento social, provocada pela pandemia do novo Coronavírus. Você perdeu sua produção?

() Sim Quanto? _____

() Não

O que passou a produzir menos? _____

O que deixou de produzir? _____

O que passou a produzir mais? _____

3. Você conhece ou utiliza aplicativos de compras?

() Sim () Não

Se sim com que frequência

() Diariamente; () Duas vezes por semana () Uma vez por semana () Uma vez a cada 15 dias () Uma vez por mês () Outros: _____

4. Você venderia seu (s) produto (s) por aplicativo?

() sim

() Não

5. Você acha que a criação de um aplicativo de vendas contribuirá em algo para o Projeto: Hoje tem feira?

() Sim () Não

Quais as contribuições?

Qual a sua avaliação sobre o uso de um aplicativo de vendas para a feira da prefeitura em que você participa? () elabora diversas alternativas e pede para justificar

BLOCO IV: TRANSPORTE/ FORMAÇÃO/GESTÃO

- Estimular através de encontros de capacitações a estruturação, organização da gestão da feira, estratégias de comercialização, bem como a gerência individual de cada produtor;

TRANSPORTE

1. Qual o meio de locomoção para transportar os produtos para a feira?

() Carro próprio

() Ônibus da prefeitura

() Carona

() Motocicleta

() A pé

() Ônibus

Outro: _____

GESTÃO

42. Você costuma fazer o controle de vendas e o faturamento de cada feira?

() Sim () Não

Caso sim como é feito esse controle?

2. Qual o faturamento médio por feira?

3. Com relação a comercialização dos produtos no Projeto: Hoje tem feira. Você aumentou a produção?

☐ Sim Quanto? _____

☐ Não

☐ Diminuiu Quanto? _____

4. Você costuma fazer troca de produtos entre os colegas feirantes? Se sim, que tipo? _____

Por quê? _____

☐ Sim

☐ Não

5. Você já investiu em melhorias para a sua produção após a participação no Projeto: Hoje tem feira?

☐ Sim

☐ Não

Se sim. Em que e Por quê? _____

6. Você pretende produzir outras culturas para vender no Projeto: Hoje tem feira?

☐ Sim

☐ Não

Se sim quais? _____

FORMAÇÃO PARA A GESTÃO E OUTRAS IDENTIFICADAS NA PESQUISA

- Formação em cooperativismo associativismo.
- Formação em M-commerce
- Formação sobre controle da produção e comercialização
- Contribuir para o aumento da produção dos agricultores familiares envolvidos na “Feirinha da Prefeitura”, incremento de demanda e renda pelo maior alcance da feira através do aplicativo de venda;

7. Durante o isolamento social, provocada pela pandemia do novo Coronavírus. Você vendeu seus produtos?

☐ Sim

☐ Não