

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: SOCIEDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS

PAULO ROBERTO MILAGRES

**COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTÍCOLAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR EM MARINGÁ: SEUS AVANÇOS E
LIMITES.**

MARINGÁ - PR

2014

PAULO ROBERTO MILAGRES

**COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTÍCOLAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR EM MARINGÁ: SEUS AVANÇOS E
LIMITES.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, da Universidade Estadual de Maringá, para obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Elaboração de Políticas Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marivânia Conceição de Araujo

MARINGÁ - PR

2014

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá – PR., Brasil)

M637c Milagres, Paulo Roberto
Comercialização de produtos hortifrutícolas da agricultura familiar em Maringá: seus avanços e limites / Paulo Roberto Milagres. -- Maringá, 2014.
124 f. : il. col., figs., tabs.

Orientadora: Profª. Drª. Marivânia Conceição de Araújo.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais: área de concentração: Sociedade e Políticas Públicas, 2014.

1. Agricultura familiar - Maringá. 2. Feira do produtor. 3. Hortifrutícolas - Comercialização. I. Araújo, Marivânia Conceição de, orient. II. Universidade Estadual de Maringá. Centro de Ciências Humanas Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais: área de concentração: Sociedade e Políticas Públicas. III. Título.

PAULO ROBERTO MILAGRES

**COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTÍCOLAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR EM MARINGÁ: SEUS AVANÇOS E
LIMITES.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, da Universidade Estadual de Maringá, para realização do Exame de Qualificação em nível de mestrado. Área de Concentração: Elaboração de Políticas Públicas pela Comissão Julgadora composta pelos membros:

COMISSÃO JULGADORA

Prof^ª. Dr^ª. Marivânia Conceição de Araujo
Universidade Estadual de Maringá

Prof^ª. Dr^ª. Simone Pereira da Costa Dourado
Universidade Estadual de Maringá

Prof. Dr. Raul Ribeiro De Carvalho
Universidade Federal Fluminense

Aprovada em: 09 de outubro de 2014.

Local de defesa: Universidade Estadual de Maringá

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Emater:

À Diretoria e corpo gerencial que possibilitaram a minha participação no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas.

À Gerência Local do Instituto Emater - Maringá, o gerente e amigo Jorge Ogassawara que possibilitou-me conhecer e atuar com os feirantes agricultores da Feira do Produtor de Maringá, aos amigos de trabalho por terem me dado condições especiais para fazer o mestrado, Joaquim Nereu Girardi, Luiz Caetano Vicentini e Ivete Borges de Souza.

À equipe regional de Maringá, em especial aos amigos gerentes Cesar Miguel Candeo dos Santos e Romoaldo Carlos Faccin, aos meus amigos Egberto Zulian e Jose Odair Mazia que além de ser o supervisor do estágio no curso, juntos contribuíram com bibliografias e conteúdos. Aos extensionistas, João Ricardo Barbosa Rissardo, Jose Antonio Rosa Filho, Celso Daniel Seratto, Edner Betioli, Marcelo Hussar Manfiolli, Sidnei Aparecido Baroni nos levantamentos dos dados para elaboração da dissertação e Robson José Curty e sua esposa Marlene pela disponibilidade e auxílio nos trabalhos.

À Universidade Estadual de Maringá:

Ao corpo docente e funcionários do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu – Mestrado Profissional em Políticas Públicas, que não mediram esforços para que esta modalidade de formação de servidores estaduais chegasse a bom termo, o apoio dos dedicados funcionários do DCS: em especial ao secretário Fernando Santiago Júnior.

O carinho da orientadora Prof^a. Dr^a. Marivânia Conceição de Araujo, que desde o princípio percebeu a importância da temática de estudo, e apoiou a proposta de trabalho, e as professoras colaboradoras Dr^a. Wânia Rezende Silva e Dr^a. Simone Pereira da Costa Dourado com seus comentários e dicas preciosas.

Ao Prof. Dr. Valter Praxedes e Prof^a. Dr^a. Marivânia Conceição de Araujo, que no momento difícil de minha vida, souberam me acolher e possibilitar que eu fosse até o final deste mestrado. Por fim, agradeço aos agricultores familiares da Feira do Produtor de Maringá.

Agradeço à minha família, particularmente, a minha mãe Carmen e a meu irmão Claudio Milagres e a minha esposa Márcia Rizzo, e os filhos Bruna e Rafael. Sem a colaboração de todos eles esse trabalho, de fato, não seria possível.

Para vencermos as etapas que nos são
desafiadoras, lutamos e esperamos com
grandes expectativas. Neste sentido, manter
uma rede de relacionamento em que possamos
viver nosso lado emocional é essencial como
suporte para seguirmos em frente; e quando
chegarmos lá. . . devemos nos preparar para
continuarmos em novos caminhos.

(Paulo Milagres)

MILAGRES, P. R. **Comercialização de produtos hortifrutícolas da agricultura familiar em Maringá**: seus avanços e limites. 124 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas)– Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2014. Orientadora: Prof^a Dr^a. Marivânia Conceição de Araujo.

RESUMO

Esta dissertação teve como objetivos descrever e analisar o processo de organização dos produtores rurais no âmbito de associação, no tocante à comercialização dos produtos provenientes - em sua maioria - da agricultura familiar da região de Maringá, no Paraná, Brasil, tomando como referência a Feira do Produtor de Maringá. O levantamento de dados foi feito através de questionário e entrevista. Descreve como os agricultores familiares têm acesso às políticas públicas de comercialização na Feira do Produtor. Com a pesquisa identificou-se as dificuldades e entraves enfrentados pelos pequenos produtores ao acesso a essas políticas, descreve também, as possíveis contribuições desta política para o desenvolvimento dos agricultores familiares e suas organizações. Demonstrou-se como é a forma organizacional da Feira do Produtor de Maringá. Identificou-se quais os fatores condicionantes para a associação e para os produtores associados, as possíveis estratégias favoráveis para o seu desenvolvimento, bem como os meios mais apropriados para o seu fortalecimento. Apresentou-se as suas características e a sua importância no contexto econômico e social da Feira do Produtor de Maringá, e as ações que o Estado pode desenvolver em forma de políticas públicas que beneficiem os produtores da agricultura familiar e suas organizações. Os resultados foram positivos, tendo em vista o aumento da renda dos agricultores, obtendo garantias da comercialização de seus produtos, o que contribui para o desenvolvimento de formas associativas mais solidárias. Confirmando o custo-benefício para a comunidade local, onde promoveu aumento da oferta de alimentos frescos e saudáveis a custo reduzidos.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Feira do Produtor. Comercialização.

MILAGRES, P. R. **Marketing of fresh fruits and vegetables from family farming in Maringa**: its advances and limitations. 124 f. Dissertation (Masters in Public Policy) – State University of Maringá, Maringá, 2014. Advisor: PhD Prof. Marivânia Conceição de Araujo.

ABSTRACT

This study aimed at describing and analyzing the process of organization of farmers in the context of association, regarding the marketing of products - mostly – from family farming in the region of Maringá, Paraná, Brazil, having as reference the Producer's Fair of Maringa. The survey was conducted through questionnaires and interviews. It describes how these farmer shave access to the public policies of marketing at the fair. In this research, the difficulties and obstacles faced by small producers to accessing these policies were identified, and the possible contribution soft his policy for the development of family farmers and their organizations were also described. Still, it explains the organizational process of the Producer's Fair of Maringá, as well as it identifies the conditional factors regulating the association and the associated producers, the possible strategies favorable to its development, and the most appropriate e means by which it could be strengthened. The study presented its characteristic sand importance in the economic and social context of the Producer's Fair of Maringá, and the efforts the state could make to create public policies that benefit family farmer sand their organizations. As a result of securing a marketplace for their products, and the subsequent increase in farmer's income, it could be concluded that the results were positive. This, in turn, also contributed to the development of additional supporting association entities and proved the cost/benefits to the local community because of the increase in the supply of fresh healthy food sat a reduced cost.

Keywords: Family farming. Producer's Fair. Marketing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Localização e limites do Município de Maringá	36
Figura 2	Localização do Município de Maringá na mesorregião Norte Central	37
Figura 3	Localização do Município de Maringá e limites estaduais e internacionais.....	38
Figura 4	O engenheiro agrônomo da Emater Jorge Ogassawara, na Feira do Produtor (2013).....	47
Figura 5	Feira do Produtor de Maringá (2014)	49
Figura 6	Feira do Produtor (consumidor e sistema de barracas) 2014.....	63
Figura 7	Localização do local onde está instalada a Feira do Produtor de Maringá.....	63
Figura 8	Modelos de barracas que estão sendo utilizados por produtores da Feira do Produtor de Maringá em 2014.....	67
Figura 9	Feira do Produtor de Maringá.....	74
Figura 10	Produtores da Feira do Produtor, tempo na atividade rural	83
Figura 11	Tempo de participação na Feira do Produtor.....	84
Figura 12	Na opinião dos feirantes o que mais atrapalha a feira do Produtor	85
Figura 13	Aspecto físico - local da Feira (pontos negativos).....	86

Figura 14	O dia que não vem à feira, maior falta ao produtor	87
Figura 15	Recebe assistência técnica para participar da Feira	88
Figura 16	Assistência técnica recebida	88
Figura 17	Produtores e forma de condução da banca	89
Figura 18	Comercializam seus produtos na Feira do Produtor	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Estabelecimentos agropecuários e área segundo as atividades econômicas – 2006	42
Tabela 2	Estabelecimentos agropecuários e área segundo a condição do produtor – 2006	43
Tabela 3	População censitária segundo tipo de domicílio e sexo – 2010	43
Tabela 4	Financiamentos a agricultura e a pecuária – 2012	44
Tabela 5	Evolução do uso do crédito rural do PRONAF no Paraná.....	44

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Feira do Produtor, Histórico da diretoria. Maringá 1995.	53
QUADRO 2 - Participantes da 1º feira do Produtor. Maringá 1982.	60
QUADRO 3 - Participantes da feira do Produtor, Bancas com produtores, Pai e Filho. Maringá 1995.	61
QUADRO 4 - Membros da Associação da feira do produtor Maringá 2014.	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AF	Agricultura Familiar
Aproingá	Associação dos Produtores da Ceasa de Maringá
Ceasa	Central de Abastecimento
Ceasa/PR	Centrais de Abastecimento do Paraná S. A.
CMDRS	Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável
DAP	Declaração de Aptidão
Emater	Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Incra	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
Ipardes	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
MCR	Manual de Crédito Rural
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MEI	Módulo de Exploração Indefinida
NRE	Núcleo Regional da Educação
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PIB	Produto Interno Bruto
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RMM	Região Metropolitana de Maringá
RMs	Regiões Metropolitanas
SAF	Secretaria da Agricultura Familiar
Sinac	Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 REVISÃO DE LITERATURA.	20
2. 1 CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE MARINGÁ-PR E DA AGRICULTURA FAMILIAR	35
3 A HISTÓRIA DA FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ.....	46
3. 1 ASSOCIATIVISMO E A FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ	50
3. 2 ASSOCIAÇÃO DA FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ.....	53
3. 3 ATRIBUIÇÕES DA DIRETORIA.....	57
3. 4 FORMAÇÃO DA DIRETORIA E DO CONSELHO FISCAL	59
3. 5 HISTÓRICO DA ASSOCIAÇÃO DA FEIRA	61
4 A FEIRA DO PRODUTOR MARINGÁ: NORMAS E REGULAMENTOS	62
4. 1 REGULAMENTO INTERNO DA FEIRA DO PRODUTOR.....	67
4. 2 NORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO	68
4. 3 INSCRIÇÃO DE ASSOCIADOS	69
4. 4 REGRAS PARA COMERCIALIZAÇÃO NA FEIRA DO PRODUTOR.....	70
4. 5 PERFIL SOCIOECONÔMICO	74
5 METODOLOGIA DE PESQUISA PARA ANÁLISE DOS PRODUTORES DA AGRICULTURA FAMILIAR DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ	76
5. 1 METODOLOGIA.....	76
5. 2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS E RESULTADOS.....	76
5. 2. 1 <i>A Visão dos Fornecedores</i>	77
5. 2. 2 <i>A Visão dos gestores</i>	79
5. 2. 3 <i>A Visão do Instituto Emater</i>	80
5. 2. 4 <i>Organizações dos agricultores e o acesso aos mercados</i>	81
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO	82
6. 1 Tabelamentos de preços: controvérsias	90
6. 2 O associativismo como efetivo fator de comercialização.....	91
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	92
REFERÊNCIAS.....	96

APÊNDICES	107
<i>Carteira de Autorização para Comercialização na Feira do Produtor</i>	<i>108</i>
<i>Modelo de Ficha usado para o cadastramento de Produtores.....</i>	<i>109</i>
<i>Modelo de Ficha de inscrição da Associação da Feira do Produtor de Maringá.....</i>	<i>110</i>
<i>Modelo de Ficha usado para o sorteio de cesta de produtos da Feira do Produtor de Maringá</i>	<i>112</i>
<i>Tabela de Preço utilizada pelos feirantes, elaborada pela Emater local de Maringá</i>	<i>113</i>
<i>Modelo de Ficha de inscrição da Associação da Feira do Produtor de Maringá.....</i>	<i>115</i>
<i>Entrevista com os comerciantes - agricultores familiares MARINGÁ 2013</i>	<i>115</i>
<i>Entrevista com presidente da Feira do Produtor</i>	<i>117</i>

1 INTRODUÇÃO

Atuando no Instituto Emater¹ Paraná como agrônomo desde 1991, exerço, junto aos pequenos produtores rurais, a função de oferecer-lhes apoio técnico no desenvolvimento de projetos governamentais sociais referentes à obtenção de crédito, bem como orientação quanto à legislação ambiental relacionada ao meio em que vivem.

Atualmente articulo projetos de olericultura² e fruticultura, visando à expansão do mercado regional de hortifrutigranjeiros e ao apoio e fomento à atividade agrícola para que novos produtores ingressem nesta atividade. Também atuo no apoio à comercialização na Feira do Produtor, na Central de Abastecimento (Ceasa³) de Maringá e em instituições governamentais do gênero. Assim, na prática extensionista⁴ o contato com os agricultores me permite conhecer a sua realidade e a de suas famílias, bem como suas prioridades, e prestar-lhes orientação sobre as políticas vigentes.

As disciplinas cursadas ao longo do Mestrado na Universidade Estadual de Maringá no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas constituíram-se como um significativo apoio no desenvolvimento da pesquisa proposta e um meio de aprofundamento conceitual da questão. Ademais, proporcionaram-me a oportunidade de experimentar diferentes vivências no campo prático, de manter contato freqüente com os diversos grupos de produtores e de oferecer-lhes orientação quanto à busca de mercados alternativos, planejamento de produção, introdução de novos produtos em função da demanda dos consumidores, escalonamento e dimensionamento da produção em relação ao consumo de época para a comercialização de seus produtos. Essas experiências me aguçaram a curiosidade e a vontade de aprofundar-me no estudo científico da produção da agricultura familiar no município de Maringá.

¹Emater/PR criada pela Lei Estadual nº 6. 969, de 26 de dezembro de 1977, transformada em Autarquia sob a denominação de Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), tem por finalidade promover o desenvolvimento tecnológico, socioeconômico, político e cultural da família rural e seu meio, atuando em conjunto com a população rural e suas organizações.

² A olericultura é o ramo da horticultura que abrange a exploração de um grande número de espécies de plantas, comumente conhecidas como hortaliças e que engloba culturas folhosas, raízes, bulbos, tubérculos e frutos.

³ Centrais de Abastecimento do Paraná S. A. (Ceasa/PR), destinadas à comercialização de produtos hortigranjeiros, pescados e outros perecíveis, em todas as capitais brasileiras e nas principais cidades de cada Estado, constituindo o chamado Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (Sinac).

⁴ É o profissional que orienta e presta assistência técnica aos agricultores em sistemas de produção que proporcionem renda e bem estar aos agricultores, suas famílias e entidades de representação e de organização, e preservem os recursos produtivos e ambientais.

Ao longo do trabalho de implantação dos programas governamentais e das pesquisas de campo pudemos vivenciar a problemática do processo de comercialização dos produtores da agricultura familiar, sua organização e identificar os fatores que dificultam ou facilitam a aplicação das políticas públicas referentes à comercialização aos três segmentos de maior abrangência em Maringá, bem como seus resultados neste município, evidenciando as formas de comercialização mais procuradas pelos agricultores familiares e as dificuldades de acesso a esses mercados e programas governamentais.

O que há de mais relevante no tema em questão é a atuação técnica para dar viabilidade de atendimento aos aspectos de segurança alimentar da população regional.

Na região de Maringá acreditamos ser possível melhorar e desenvolver o sistema de comercialização da Feira do Produtor de Maringá, promover o desenvolvimento municipal e regional e melhorar a qualidade de vida do produtor bem como sua organização social. Outro aspecto importante da questão é a continuidade da agricultura familiar dos feirantes/produtores, pois é perceptível a presença de jovens filhos de produtores que ajudam seus pais na produção e comercialização dos produtos ali oferecidos, sendo muito importante manter estes jovens na lavoura, fator este que justifica uma desigualdade entre produtores da feira. Para testar esta hipótese, neste estudo propusemo-nos a identificar as dificuldades enfrentadas na comercialização, tendo como principal foco a Associação de Produtores da feira e sua forma de organização em seus aspectos gerais, principalmente no tocante à desigualdade no desenvolvimento econômico e social destes produtores.

Com base nos estudos realizados podemos constatar que a localização do município em relação ao local da feira não é o fator preponderante da desigualdade do desenvolvimento dos feirantes, pois as rodovias que dão acesso à feira, fazendo a ligação das propriedades rurais com o município de Maringá, são de boa qualidade e geralmente pavimentadas ou com algum tipo de revestimento. Isto permite inferir que a “localização” não é o fator determinante da desigualdade no desenvolvimento econômico entre os produtores

Outro fator muito importante é o planejamento estratégico da produção e comercialização, um requisito primordial para o desenvolvimento do produtor, pois a produção é que permite ao produtor auferir a renda para o sustento de sua família, mas para a comercialização de seus produtos o produtor tem alternativas, como a venda de porta em porta, a entrega nos mercados ou a venda no atacado no CEASA de Maringá. O fator realmente determinante de sucesso de todo o processo de produção e comercialização é a Associação da Feira do Produtor, que permite aos associados o alcance de seus objetivos comuns, favorecendo o desenvolvimento

local. A organização em uma associação facilita aos produtores a gestão compartilhada, podendo modificar seu comportamento e o ambiente onde vivem.

A definição para a realização do estudo da Feira do Produtor partiu do fato de que a região possui várias feiras, mas a Feira do Produtor é a mais organizada, sendo conhecida nacionalmente como um projeto social de viabilidade de comercialização dos produtos da agricultura familiar que deu certo. Tanto assim é que a Feira do Produtor de Maringá serviu de exemplo para outros municípios, que passaram a usar este modelo de gestão na implantação de suas feiras de produtores. Em relação às feiras tradicionais este sistema de comercialização se encontra em um patamar superior, atraindo um maior público consumidor pelo maior número de barracas e produtos ofertados. Esta preferência popular e o conseqüente sucesso da Feira do Produtor devem, a nosso ver, ser creditados à sua forma de organização e à melhor qualidade dos produtos ofertados em relação às outras feiras; ou seja, o consumidor a prefere pela confiança que tem nos produtores, que ele passa a conhecer pessoalmente, e pelos produtos ali ofertados, cultivados e controlados pessoalmente pelo produtor e com assessoria técnica ao nível de campo pela Emater, cujo processo de produção é alvo de fiscalização, e, também, acompanhado pela Associação. Ali muitas vezes os produtos passam a levar o nome do produtor, como o “agrião da Alice”, a “alface do Barrinha”, a “pamonha da Eliane”, entre outros.

O propósito de desenvolver esse trabalho foi reforçado pela leitura de Sepulcri e Trento (2010), que colocam algumas indagações importantes quanto ao processo de mercado e comercialização de produtos agrícolas. Embora os autores não respondam totalmente estas indagações, abre-se um universo que reforça a importância de nosso trabalho. De acordo com os autores temos as seguintes indagações: “Quais os principais fatores que influenciaram na escolha das diferentes formas de comercialização?”; “Quais as razões que levam os pequenos agricultores a escolher determinada forma de comercialização?”; “Como são classificados os produtores rurais: são beneficiários ou são excluídos dos sistemas institucionais de comercialização?”.

Portanto, os objetivos desta pesquisa são: 1) averiguar como os agricultores familiares têm acesso às políticas públicas de abastecimento na Feira do Produtor; 2) identificar as dificuldades encontradas nesse processo, bem como as estratégias e meios mais adequados para comercializarem sua produção. Em termos de objetivos específicos, este estudo espera, conhecer a forma social de comercialização existentes na feira, avaliando possíveis características dos produtores da feira, que justificam desenvolvimento social e econômico desigual.

Cabe apresentar as razões da escolha da Feira do Produtor para análise das disparidades e do seu desenvolvimento no território; no entanto, a escolha do uso da Feira do Produtor como unidade básica justifica-se, pois se trata de um espaço de organização de comercialização que cria um referencial com maior ou menor grau de desenvolvimento entre produtores e é também responsável pela articulação de interesses sociais e econômicos. Por outro lado, a Associação, mesmo com possíveis conflitos, é a base para o desencadeamento e tomadas de decisões, sendo, assim, um espaço adequado para análise das questões a que se propõe este trabalho.

A pesquisa se apoiou no estudo das análises comparativas dos produtores e sua organização associativa e dos fatores relacionados ao capital social dos feirantes selecionados. Tendo em vista as características do presente estudo, a pesquisa caracteriza-se por ser qualitativa, incluindo diversas técnicas, como a pesquisa bibliográfica, documental e a pesquisa de campo de caráter descritivo; mas teve também caráter exploratório do ambiente pesquisado, valendo-se para isso de materiais publicados: livros, revistas e dados de instituições de assistência técnica, pesquisa e ensino e órgãos públicos.

O trabalho foi estruturado em sete capítulos temáticos. No primeiro capítulo far-se-á a introdução, no segundo, a revisão de literatura que abordará uma revisão bibliográfica acerca do histórico da agricultura familiar e da comercialização, sua importância econômica e social e suas características no que tange aos seus aspectos e dados gerais. No terceiro, apresentar-se-á uma análise da caracterização socioeconômica de Maringá-PR, bem como a Agricultura Familiar com suas características, tipificação, importância econômica e social no município. Ao mesmo tempo evidenciando a discrepância entre os indicadores de desenvolvimento e comercialização apresentados em Maringá. No quarto capítulo será feito um histórico da feira e do associativismo com base em uma revisão teórica enquanto fonte de expressão econômica em nível local, na busca de argumentos que dêem sustentação à comercialização, com efeito sinérgico para o desenvolvimento local, função da diretoria e um histórico da Associação.

No quinto capítulo serão analisadas as regras de comercialização da Feira do Produtor de Maringá, o regulamento para funcionamento da feira, bem como o cadastramento do produtor e as regras para se associar, colocando-se em evidência a comercialização com suas regras e a possível relação com as disparidades locais.

No sexto capítulo será apresentada a metodologia da pesquisa, de caráter descritivo-exploratório com abordagem qualitativa. Foram utilizados questionários e entrevistas (APÊNDICES A e B), dos quais o primeiro aplicado aos agricultores familiares da feira, o

segundo destinado ao presidente da Associação da Feira do Produtor e, outro, ao representante da associação de agricultores familiares estudada.

No sétimo capítulo serão apresentados os resultados e a discussão e, por fim, as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

As mudanças no hábito de consumo no Brasil têm levado a uma significativa segmentação do setor de hortaliças, modificando a forma de produção e de comercialização, o que tem valorizado em muito a agricultura familiar. O cultivo de hortaliças é bem mais complexo do que se imagina e o sucesso depende de vários fatores, tais como investimento inicial e a tecnologia apropriada. Por serem culturas temporárias, tudo depende da espécie a ser cultivada, da região, do clima e da época de cultivo. O horticultor⁵ pode obter lucratividade elevada por área, dependendo do valor agregado na mercadoria e da conjuntura do mercado. É difícil estabelecer médias de resultados numa atividade sujeita a tantos fatores adversos, como perecibilidade, sazonalidade, padronização, falta ou dificuldade de estocagem e as significativas diferenças de uma espécie para outra. Apesar de todas essas variáveis, têm aumentado consideravelmente a inclusão de produtores de olerícolas⁶ e os investimentos na atividade, levando-se em conta que em uma pequena área plantada uma família poderá ter melhor venda e qualidade de vida.

O conceito de agricultura familiar e de agricultor familiar, segundo a interpretação de Wanderley (2003), relaciona-se à compreensão do campo social e se estende ao jurídico. A partir disso, ela busca mostrar que, diferentemente de agricultor de baixa renda, o agricultor familiar não é um personagem passivo, mas apresenta qualidades positivas, caracterizadas por uma forma específica de organização da produção, decorrente da associação entre patrimônio, trabalho e consumo. Desse modo, tem-se que o agricultor familiar constrói sua própria história nesse emaranhado campo que vem a ser a agricultura e o meio rural (WANDERLEY, 2003).

Segundo Wanderley (2003), com a comercialização de seus produtos as organizações de agricultores familiares conseguem fazer o fechamento da cadeia produtiva, obtendo maior poder de barganha na concorrência de mercado, seja na comercialização varejista seja na atacadista. Estas organizações cobram a intervenção do Estado através de políticas públicas de abastecimento e comercialização, visando à regulação do mercado com a formação de estoques reguladores e à formação de preços para a comercialização; cobram também ações concretas que facilitem as disputas destes mercados.

⁵ Profissional que se ocupa com o cultivo de verduras, legumes, plantas ornamentais, flores e frutas, cultivador de hortas.

⁶ A olericultura é o ramo da horticultura que abrange a exploração de um grande número de espécies de plantas, comumente conhecidas como hortaliças, que engloba culturas folhosas, raízes, bulbos, tubérculos e frutos diversos.

O processo de comercialização convencional implica em que os produtores tenham volume, qualidade, diversidade e regularidade de oferta, que são os fatores condicionantes para permanecerem nesta atividade. Como a maioria dos agricultores não possui todos esses requisitos, uma das estratégias dos agricultores familiares para a comercialização de sua produção está nas formas associativas de organização, pois, individualmente, é muito difícil enfrentar tais desafios. As organizações, em sua maioria, são bem mais estruturadas, por isso têm um maior poder de competição. Outra vantagem é que as organizações podem identificar o espaço mais apropriado para cada tipo de produto e os canais para a sua comercialização.

Vários são os fatores que podem ser responsáveis pela comercialização desigual entre os produtores que comercializam a produção da agricultura familiar. Entre eles podemos citar: 1) aspectos ligados ao processo de produção; 2) a capacidade produtiva do solo; 3) a distribuição fundiária; 4) o sistema de organização; 5) a forma de comercialização (individual ou em associação).

Neste estudo, conforme análise comparativa entre os produtores da agricultura familiar que comercializam seus produtos em Maringá, tem três formas de comercialização; 1) na Feira do Produtor; 2) no Ceasa; 3) nos programas do governo.

O volume de comercialização (venda) é variável de acordo com o sistema de venda, nas Centrais de Abastecimento do Paraná (CEASA). Ali a venda e entrega dos produtos são feitas no atacado, em grandes quantidades, geralmente em caixas fechadas, enquanto na Feira do Produtor os produtos são vendidos no varejo e em pequenas quantidades, em quilos ou unidades. É necessário ressaltar que, para as instituições governamentais, a comercialização é definida antes do plantio da safra, com a escolha do produto e com a quantidade a ser adquirida, de acordo com a necessidade de consumo.

As diferentes formas de comercialização da produção dos agricultores familiares assumem elevada importância, uma vez que entre as consequências está a distribuição desigual de renda, que tem influência na qualidade de vida do produtor: quando o processo de comercialização apresenta saldo negativo, o produtor tende a buscar melhores oportunidades de emprego e renda para manter a qualidade de vida de sua família. Sem dúvida, é quase impossível os agricultores enfrentarem as forças externas de comercialização individualmente, ou seja, sem a organização cooperativa.

A história das doenças e da saúde está intimamente ligada com a história do abastecimento alimentar. Enfatiza Carneiro (2003) que o crescimento populacional está relacionado com a melhoria nutricional. Estudos sobre a fome são um dos aspectos importantes da história social da alimentação e se misturam com o tema das rebeliões e desordens sociais, cujo controle faz parte

das atribuições dos Estados. Isto reforça a importância política no segmento rural e a necessidade de direcionar ações de alimentação e comercialização para esse setor.

A necessidade da participação popular nestas políticas rurais se justifica pelo fato de que o segmento econômico da agricultura familiar responde por 38% do valor da produção nacional mas ocupa apenas um quarto da área, como se observa no último censo agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (BRASIL, 2009b)

A importância do meio rural para a coletividade é de domínio popular, mas sobre ele vale apontar os números do Censo Agropecuário do IBGE 2006 (BRASIL, 2009b), o qual identificou que no Brasil existem 5. 175. 489 estabelecimentos rurais, e destes, 4. 367. 902 (84%) são estabelecimentos da agricultura familiar, que ocupam 24, 3% da área total brasileira e respondem por 38% da renda gerada no campo, empregando 12, 3 milhões de pessoas ou 74, 4% da mão de obra do campo. A agricultura familiar é tida como responsável pela segurança alimentar dos brasileiros, produzindo 70% do feijão, 87% da mandioca, 58% do leite, 59% do plantel de suínos, 50% das aves, 30% dos bovinos e 21% do trigo consumido no país, principais insumos da cesta básica dos brasileiros.

Segundo os dados apresentados pelo IBGE (2007), somadas as produções da agricultura patronal e da agricultura familiar, o Brasil colheu, no ano de 2011, um total de 159, 9 milhões de toneladas, sendo a agricultura a base de sustentação da economia e do crescimento por que vem passando o Brasil. Pelo exposto acima é possível afirmar que a agricultura familiar detém uma posição de destaque, pois, embora ocupe apenas um quarto da área total do Brasil, abriga a grande maioria dos estabelecimentos agropecuários e é responsável por parte significativa da produção agropecuária nacional (ZULIAN, 2012).

Quanto à caracterização da agricultura familiar, Navarro (2010) diz que esta adentrou no cenário político apenas na primeira metade dos anos 1990. Até então, ainda Navarro (2010) comenta que os proprietários destes estabelecimentos de menor escala vinham sendo designados por diferentes expressões, como minifundiários, pequenos produtores, agricultores de subsistência ou, como era corriqueiro na década de 1970, agricultores de baixa renda.

Segundo Rissardo (2012), os agricultores familiares podem ser classificados em consolidados, de transição e periféricos (INCRA/FAO, 2000);

- Os *consolidados* são considerados os empresários do setor líderes da comunidade, com bom gerenciamento da unidade produtiva, facilidade de acesso ao crédito e assistência técnica, com áreas de terra geralmente menores que 100 hectares (ha) e concentração em torno de 50 ha.

- Os *periféricos*, no outro extremo, apresentam dificuldade de análise e gerenciamento do ambiente produtivo e suas áreas de terras em geral são menores que 50 ha; a utilização de crédito e o acesso a assistência técnica são incipientes, com concentração abaixo de 20 ha. Podem ser considerados como os componentes da categoria que mais se aproxima do camponês tradicional.
- Os de *transição* são agricultores familiares que se caracterizam por apresentarem menor intensidade de assistência técnica e utilização de crédito do que os consolidados, porém nestes aspectos são superiores aos periféricos. Suas áreas de terra em geral são menores que 100 ha. Pg 28

A Lei n.º 4.504 de 30 de novembro de 1964, o chamado Estatuto da Terra, que, trata da propriedade familiar, dispõe no inciso II do art. 4º:

[. . .] o imóvel rural que, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, lhes garantido a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente, trabalhado com a ajuda de terceiros (BRASIL, 1964).

Cabe ressaltar que a forma utilizada para classificar o imóvel é a do *Módulo Rural*⁷, que é derivado do conceito de propriedade familiar, e também a do *Modulo Fiscal*⁸. Além destas formas, cabe lembrar que o agricultor familiar também deve apresentar algumas características para ser enquadrado como tal. A primeira delas é que para a caracterização como agricultor familiar deve existir predominância da família na administração e na mão de obra do empreendimento, o capital deve pertencer à família e seus membros devem residir na unidade produtiva ou em um aglomerado próximo, desde que a atividade rural desenvolvida o permita.

Ao estudar a realidade da agricultura familiar evidencia-se que os produtos advindos desta categoria de produtores abastecem tanto o mercado interno quanto o mercado externo, com números relevantes em âmbito nacional. No que tange à sua função social, destacam-se a geração de renda em nível local e a disponibilização de vagas para um amplo contingente de

⁷ Módulo Rural é uma unidade de medida, expressa em hectares, que busca exprimir a interdependência entre a dimensão, a situação geográfica dos imóveis rurais e a forma e condições do seu aproveitamento econômico. É calculado para cada imóvel rural em separado, e sua área reflete o tipo de exploração predominante no imóvel rural, segundo sua região de localização.

⁸ Módulo Fiscal serve de parâmetro para classificação do imóvel rural quanto ao tamanho, na forma da Lei nº 8.629, de 25 de fevereiro de 1993, em que a pequena propriedade é área compreendida entre 1 (um) e 4 (quatro) módulos fiscais (BRASIL, 2012).

mão de obra, que depois de remunerada, passará a injetar uma maior capital no mercado local. Ademais, o setor se relaciona diretamente com a comercialização dos produtos agropecuários, que pode ser realizada em mercados, quitandas, nas feiras ou em propriedades rurais, fazendo circular a renda e assim contribuindo para o desenvolvimento regional sustentável.

Na interpretação de Wanderley (2001, p. 21),

A agricultura familiar não é uma categoria social recente, nem a ela corresponde uma categoria analítica nova na sociologia rural. No entanto, sua utilização, com o significado e abrangência que lhe tem sido atribuído nos últimos anos, no Brasil, assume ares de novidade e renovação.

Outra característica importante na análise é que nas propriedades da agricultura familiar ocorre um menor investimento por área total, porém maior por área de terra, e via de regra, elas são multifuncionais ou pluriativas. Para Abramovay (1997), boa parte dos agricultores familiares se tornou dinâmica, adotando um comportamento econômico que busca prevenir riscos, adota inovações tecnológicas e integra-se a mercados competitivos. Este dinamismo depende de alguns fatores, como a qualidade das terras onde estão localizadas estas famílias, a formação ou capacitação destes agricultores e a existência de um ambiente que possibilite o acesso a mercados diversificados, ao crédito, a insumos e a meios básicos de exercício da cidadania, como escola, saúde, assistência técnica e outros.

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar -Pronaf⁹ já foi objeto de estudos de Abramovay (2000), Souza (2008) e outros. É a principal política pública direcionada à agricultura familiar. Este programa financia projetos individuais ou coletivos que geram renda para os agricultores familiares e assentados da reforma agrária. É um dos principais instrumentos utilizados para alavancar o desenvolvimento rural dos agricultores familiares, em nível nacional.

Para efeito de enquadramento dos agricultores familiares nas políticas públicas a eles destinadas foi elaborado um instrumento de identificação deste público, denominado de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP). Vale destacar que esse documento passou a ter inúmeras outras utilizações para enquadramento do produtor nessa categoria e assim possibilitar-lhe o acesso ao Programa de Aquisição de Alimentos (BRASIL, 2009a). Esta

⁹ PRONAF - O Pronaf destina-se a estimular geração de renda e melhorar o uso da mão de obra familiar, por meio do financiamento de atividades e serviços rurais agropecuários e não agropecuários desenvolvidos em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas.

Declaração de Aptidão ao Pronaf também é documento básico para que o agricultor familiar tenha acesso a diversos outros programas governamentais, além do crédito.

Outra forma utilizada para classificação do produtor rural é aquela feita através do Manual de Crédito Rural (MCR), que é disponibilizado pelo Banco Central do Brasil e utilizado pelos serviços de assistências técnica e pelos agentes bancários, os quais, conforme determinados parâmetros, fazem a classificação do produtor rural em pequeno, médio ou grande produtor, de acordo com o seu porte. Nesse Manual são determinados os limites para financiamentos, com prazos e taxas de juros fixados. Para o pequeno e médio produtor as taxas de juros são menores e prazo para pagamento é maior. No MCR em seu capítulo 10º, na seção 2 (de 2011), determina que são beneficiários do Pronaf os produtores rurais, inclusive os remanescentes de quilombos e indígenas, que se enquadrem nos grupos A, B, C, D, E, e alguns casos especiais que atendam cumulativamente aos seguintes pré-requisitos:

- possuir parcela de terra na condição de proprietário, posseiro, arrendatário ou parceiro;
- residir na propriedade ou em local próximo;
- não dispor, a qualquer título, de área superior a 4 (quatro) módulos fiscais;
- conforme o grupo, 30%, 60%, 70% e 80% por cento da renda familiar venham da exploração agropecuária e não agropecuária do estabelecimento;
- ter o trabalho familiar como predominante na exploração do estabelecimento, utilizando apenas eventualmente o trabalho assalariado, de acordo com as exigências sazonais da atividade agropecuária, podendo manter até 2 (dois) empregados permanentes;
- obter, na exploração do estabelecimento, renda bruta anual familiar de R\$ 6. 000, 00 (seis mil reais) até R\$110. 000, 00 (cento e dez mil reais) de acordo com o grupo, excluídos os benefícios sociais e os proventos previdenciários decorrentes de atividades rurais.

Cumprе ressaltar que também têm direito à DAP os agricultores familiares que tenham renda familiar bruta inferior a R\$ 6. 000, 00 (seis mil reais). Neste caso é elaborada uma DAP específica onde se admite que para a sobrevivência boa parte de sua renda familiar seja oriunda de atividades fora do estabelecimento, sendo exigido, neste caso, que do total da renda aferida, pelo menos 30% sejam oriundos da exploração agropecuária e não agropecuária do estabelecimento, mantidos os demais critérios de posse, residência, módulo e força de trabalho na condução das atividades (BRASIL, 2010).

As DAPs são emitidas por entidades, tendo-se como exemplos a Emater e os Sindicatos Rurais credenciados pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário(MDA). A DAP é por unidade familiar de produção serve para todos os membros da família que explorem a mesma área de terra e tenham a mesma receita.

Para todas as categorias de agricultores familiares seguem-se os critérios relacionados ao tamanho da área, à utilização da mão de obra familiar e à renda e gestão do empreendimento.

Têm também direito à DAP os *pescadores* que se dediquem à pesca artesanal; os *extrativistas* que se dediquem à exploração extrativista ecologicamente sustentável; silvicultores que cultivem florestas nativas ou exóticas e que promovam o manejo sustentável; os *aquicultores* que se dediquem ao cultivo de organismos e explorem área não superior a 2 (dois) hectares de lâmina d'água; os *quilombolas* e os *indígenas* que pratiquem atividades produtivas agrícolas e/ou não agrícolas de beneficiamento e comercialização de seus produtos.

Ainda sobre esta questão, o engenheiro agrônomo Osmar Schultz, Coordenador Estadual de Crédito Rural do Instituto Emater, por meio de um memorando interno do ano de 2013, relata que a DAP e o Pronaf são instrumentos que identificam os beneficiários do programa e suas organizações associativas (DAP Jurídica), constituindo-se como documento obrigatório para se ter acesso às políticas públicas do Governo Federal, especialmente ao MDA. No Paraná, mais de 196. 000 beneficiários possuem a DAP (BRASIL, 2013) e são constituídos de agricultores familiares, pescadores, aquicultores, silvicultores, quilombolas, indígenas, assentados do Programa Nacional de Reforma Agrária e extrativistas. A DAP habilita os beneficiários ao acesso não só ao crédito rural, mas a diversas outras políticas públicas, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Alimentação Escolar(PNAE), o Programa Nacional e Estadual de Habitação Rural (PNHR) entre outros.

Os agricultores familiares que têm na produção hortifrutícola uma das opções para a geração de renda, com acesso aos mercados, e na comercialização de sua produção um dos principais gargalos a serem vencidos, para manter-se neste mercado devem buscar alternativas ou mecanismos de comercialização que se adaptem à pequena escala de sua produção, devendo envolver ações e implementar estratégias competitivas como, por exemplo, a qualificação do trabalho e melhor relacionamento com os clientes e com os prestadores de serviços.

A participação do produtor neste espaço é fator decisivo para o sucesso das organizações da agricultura familiar. O sucesso na comercialização de seus produtos e serviços se reflete na melhoria de qualidade de vida, proporcionando melhor resultado monetário, e assim os associados adquirem bens que facilitam a vida no campo. Estes agricultores sabem produzir alimentos hortifrutícolas com relativa facilidade, mas no momento em que precisam comercializar sua produção não estão preparados para enfrentar o poder de competitividade do mercado, pelo grande número de compradores e vendedores.

As políticas institucionais são muito importantes neste segmento de mercado e comercialização, e atualmente existe uma grande demanda de alimentos para suprir programas como o PAA¹⁰ e o PNAE¹¹. Estas políticas permitem que os agricultores familiares aumentem a renda familiar com a venda de sua produção, o que lhes possibilita manter a família no campo, evitando o êxodo rural. Estas políticas são oferecidas geralmente por meio de associações de produtores. Na cidade de Maringá existe a Associação dos Produtores de Maringá (representada pelos produtores do município), a Associação da Feira do Produtor de Maringá e a Associação dos Produtores do Ceasa de Maringá (Aproingá).

A Feira do Produtor (associação) é, para muitos produtores, o local de comercialização, mas é também seguramente o local da descontração, o espaço de ver e rever amigos que já está em sua rotina de vida, pois estas organizações passaram a fazer parte de sua vida.

Abramovay et al. (2003), discorrendo sobre os mercados, afirmam que, além do conhecimento do *formato das redes*¹², é importante estudar as formas recorrentes como os mercados se estruturam. Na agricultura, há muitos anos é conhecido o valor da comercialização para o desenvolvimento tanto do agricultor como do ambiente no qual vivem. Neste contexto é necessário conhecermos como são estruturados os sistemas usados pelos agricultores familiares para a venda de seus produtos e também para a entrega nos programas

¹⁰ PAA -Criado em 2003, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) é uma ação do Governo Federal para colaborar com o enfrentamento da fome e da pobreza no Brasil e, ao mesmo tempo, fortalecer a agricultura familiar.

¹¹ PNAE - O Programa Nacional de Alimentação Escolar –PNAE, conhecido como Merenda Escolar, consiste na transferência de recursos financeiros do Governo Federal, em caráter suplementar, aos estados, ao Distrito Federal e aos municípios, para a aquisição de gêneros alimentícios destinados à merenda escolar.

¹² O conceito de redes está relacionado às formas recentes de organização das firmas, em que a acumulação e valorização do capital estão necessariamente ou determinantemente baseadas na interação. A acumulação é baseada na interação ou troca de informações.

de aquisição do Governo, e a organização da AF é primordial para dar credibilidade e sustentação a muitos dos produtores que não conhecem este campo.

Sepulcri e Trento (2010) afirmam que, devido à sua grande diversidade, o espaço rural é plural e heterogêneo, convivendo lado a lado neste ambiente a agricultura empresarial e a familiar, cada uma com as características que lhe são peculiares. Entre as formas de organização dos agricultores temos as cooperativas e as associações agropecuárias.

Ainda para esses autores, estas cooperativas se especializaram para competir nos mercados abertos e se estruturaram para fazer frente às forças competitivas do mercado e defender-se, influenciando-as a seu favor. A principal estratégia utilizada por estas cooperativas de produção agropecuária é a obtenção de um custo mais baixo em relação a seus concorrentes, na tentativa de ter o produto com os menores custos do mercado, mantendo-se a qualidade (SEPULCRI; TRENTO, 2010).

A sociedade tem o poder de transformar-se mediante as decisões e ações de seus membros, sendo esta a dinâmica para superar seus limites. A organização das pessoas e a sua união para atender a necessidades comuns e conseguir melhores condições de vida determinam o desenvolvimento de uma nação. Neste sentido, vários são os exemplos em que o associativismo permitiu a conquista de direitos sociais, culturais e econômicos.

Os critérios que definem um percentual mínimo de agricultores familiares na composição das associações têm como objetivo garantir que estas organizações da agricultura familiar cumpram com os seus princípios, devendo o agricultor familiar apresentar determinadas características para ter acesso às políticas públicas rurais. Ademais, para atenderem aos critérios de enquadramento, as associações não podem ter em seus quadros uma quantidade de sócios classificados como agricultores familiares inferior a setenta por cento (70%) do total.

As políticas públicas de fomento à produção e comercialização constituem-se em um importante mercado institucional direcionado aos agricultores e suas organizações, com o objetivo de aumentar a produção, viabilizar a propriedade familiar e dinamizar os mercados locais, contribuindo para o desenvolvimento destas comunidades.

No tocante à efetiva exigência constitucional da participação popular no planejamento e execução das políticas públicas rurais, cita-se o artigo 187, Capítulo III, Da Política Agrícola e Fundiária Agrícola e Fundiária e da Reforma Agrária, da Constituição de 1988:

Art. 187. A política agrícola será planejada e executada na forma da lei, com a participação efetiva do setor de produção, envolvendo produtores e trabalhadores rurais, bem como dos setores de comercialização, de armazenamento e de transportes, levando em conta, especialmente, os instrumentos creditícios e fiscais, os preços compatíveis com os custos de produção e a garantia de comercialização, o incentivo à pesquisa e à tecnologia, a assistência técnica e extensão rural, o seguro agrícola, o cooperativismo, a eletrificação rural e irrigação e a habitação para o trabalhador rural (BRASIL, 1988).

Entende-se que os artigos da Constituição Brasileira em vigor deixam clara a importância do setor rural para o país e a necessidade e obrigatoriedade da participação dos seus cidadãos (BRASIL, 1988, p. 40). Ressalte-se que as normas estabelecidas para a execução dessas políticas públicas rurais, em sua maioria, exigem a formação, em cada município, do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS), ou pelo menos sugerem esse nível organizacional para o seu funcionamento. Tatagiba (2002) denomina esses conselhos de “Conselhos de Políticas”. Isso significa que os conselhos se constituem em fóruns institucionalizados, e não em experiências de participação em projetos ou programas isolados.

Por sua vez, o Instituto Emater trata os Conselhos Municipais de Desenvolvimento Rural como “Os Conselhos de Programas”, por estar vinculado a programas governamentais concretos e com metas incrementais, o que se entende ser o caso dos conselhos rurais (EMATER, 2013).

Abramovay (2001) ressalta a importância da contribuição dos Conselhos Rurais, e defende ainda que, para representar um avanço com relação ao monopólio do uso dos recursos públicos por parte dos políticos profissionais, é necessário que o conselho esteja aberto à mais ampla participação pública.

[. . .] os conselheiros podem ser mal informados, pouco representativos, indicados pelos que controlam a vida social da organização ou localidade em questão, mal preparados para o exercício de suas funções ou, o que parece tão freqüente, uma mistura de cada um destes elementos. Mas o simples fato de existirem conselhos abre o caminho para que se amplie o círculo social em que se operam as discussões sobre o uso dos recursos públicos (ABRAMOVAY, 2001, p. 1).

Desde 2008 o Instituto Emater tem apoiado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), orientando suas organizações com a formação de dirigentes,

gestores e técnicos. Repassa conhecimentos básicos ao produtor rural na área de negócios, mercados privados e institucionais e o modo como estes podem ser acessados, visando ao aumento da qualidade de vida do produtor.

Nesta análise utilizou-se a Lei nº 11.326, sancionada em 24 de julho de 2006, que estabelece os conceitos e princípios da Agricultura Familiar e Empreendedores Familiares Rurais (BRASIL, 2006). Essa lei regulamenta a formulação das políticas públicas e define os critérios para classificação do produtor, tendo como requisitos o tamanho da área, a utilização da mão de obra familiar, a renda e gestão do empreendimento. Em seu artigo 1º a lei estabelece os conceitos, princípios e instrumentos destinados à formulação das políticas públicas direcionadas à Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Utilizou-se também do estatuto da Associação da Feira do Produtor de Maringá e do estatuto da Associação do Pavilhão do produtor do Ceasa - Maringá.

O estudo considera aspectos relacionados à propriedade familiar, tendo como diretriz a Lei n.º 4.504 de 30 de Novembro de 1964, que dispõe sobre o Estatuto da Terra e dá outras providências. O inciso II do art. 4º assim define a propriedade familiar:

Propriedade Familiar: o imóvel rural que, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalho com a ajuda de terceiros (BRASIL, 1964, f. 15).

Este trabalho leva também em consideração o estudo do reconhecimento oficial do agricultor familiar como ator social citado por Navarro (2010). Como afirma Wanderley (2000, p. 1-8), os produtores desta categoria eram antes vistos como os “pobres do campo”, “produtores de baixa renda” ou “pequenos agricultores”, mas hoje são percebidos como portadores de uma agricultura - “distinta e alternativa à agricultura latifundiária e patronal hegemônica no país” (PICOLOTTO, 2008).

Para Wanderley (2001), acontecimentos desencadearam conseqüências extremamente benéficas para a agricultura familiar, a saber:

A revalorização do meio rural, percebido como espaço de trabalho e de vida. Isso encontra expressão na demanda pela permanência na zona rural ou retomo à terra. Essa ‘ruralidade’ da agricultura familiar, que povoa o campo e anima a vida social, opõe-se ao absenteísmo praticado pela agricultura latifundiária, que esvazia e depreda o meio

rural. Essa nova 'ruralidade' opõe-se ao mesmo tempo à visão centralizada na urbanização, dominante na sociedade, e à percepção de um meio rural sem agricultores (WANDERLEY, 2001, p. 29).

Nessa perspectiva admite-se que o agricultor familiar não é um personagem passivo, pelo contrário, ele constrói sua própria história, estando inserido nesse campo de forças que é a agricultura e o meio rural, dentro de uma sociedade moderna. Este agricultor está inserido em uma forma específica de organização da produção, decorrente da associação entre patrimônio, trabalho e consumo, como é o caso dos feirantes produtores de Maringá.

Os critérios para classificação da agricultura familiar foram definidos pela Lei federal n.º 11.326, sancionada em 24 de julho de 2006, alterada pela Lei nº 12.058, de 13 de outubro de 2009 - na qual se consideram como agricultores familiares

[. . .] os indivíduos que praticam atividades no meio rural; não detenham mais que quatro módulos fiscais, ou seja, pequeno proprietário; utilizem mão de obra da própria família e tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo (BRASIL, 2006).

Já em relação à dimensão econômica, que é o maior objetivo dos associados da Feira do Produtor, temos trabalhos como o de Martins (2001), que demonstra que o desenvolvimento das práticas econômicas desafia a própria sociologia rural e afirma que

[. . .] as próprias populações rurais vitimadas pelo desenvolvimento econômico excludente, que todos testemunhamos, têm procurado seu próprio rumo, têm se alçado acima da indignidade que as vitima, têm proclamado seus direitos e têm questionado os responsáveis por sua situação [. . .] (MARTINS, 2001, p. 5).

Este trabalho também leva em consideração o estudo elaborado por Wanderley (2003), que aborda todas as relações sociais que estruturavam o mundo rural tradicional e afirma que a modernização exige a capacidade de aprender com as situações e nelas descobrir atalhos para a modernidade, ou seja, um comportamento estratégico para a comercialização de seus produtos. Escreve a autora:

O saber tradicional dos camponeses, passado de geração em geração, não é mais suficiente para orientar o comportamento econômico. O exercício da atividade agrícola exige cada vez mais o domínio de

conhecimentos técnicos necessários ao trabalho com plantas, animais e máquinas e o controle de sua gestão por meio de uma nova contabilidade (WANDERLEY, 2003, p. 50).

Para essa análise observam-se também as conclusões de Gaiger (2004) sobre aspectos relacionados à cooperação e à economia solidária assentados em seus princípios, valores e objetivos. Neste sentido Gaiger (2004, p. 10) afirma:

Em suma, conviria distinguir, segundo a sua natureza e o seu sentido, os diferentes fatores que intervêm, em geral e em cada situação particular, favorecendo a gênese dos empreendimentos econômicos solidários. De um lado, forças negativas, que virtualmente eliminam as opções de vida econômica normalmente utilizada pelos trabalhadores, às quais podem somar-se ainda razões subjetivas, na consciência dos mesmos, que os levam a rejeitar aquelas soluções habituais e somente a suportá-las na falta de outras. De outro lado, forças positivas, que favorecem a adesão dos trabalhadores às propostas associativas, em razão das vantagens materiais que apresentam ou porque formam e sedimentam convicções subjetivas nessa direção. Sua presença fortalece o futuro empreendimento diante de adversidades e tende a enlaçar iniciativas, expandindo seu efeito irradiador e multiplicador.

Santos (2002) considera que a economia solidária tem como características os aspectos econômicos, sociais e ético-político da vida, separados e mutilados pela economia moderna. Na teoria social o associativismo é baseado na defesa de uma economia de mercado fundada nos princípios não capitalistas de cooperação e mutualidade, na crítica ao Estado centralizado e na preferência por formas de organização pluralistas e federalistas que deram um papel central à sociedade civil.

A economia solidária, segundo Singer (2002), busca a produção não capitalista; a empresa solidária nega a separação entre trabalho e posse dos meios de produção e as cooperativas têm a economia solidária como uma forma de trabalho associado de produção e comercialização, sendo os meios de produção pertencentes aos próprios cooperados e por eles coordenados.

Para Gaiger (2006), o sucesso dos empreendimentos cooperativos e solidários depende da observância de alguns pressupostos e as empresas solidárias se desenvolvem mais em ambientes populares com uma prévia experiência associativa e com uma identidade comum. Outro ponto é a presença de profissionais da área técnica, considerados como “agentes mediadores”, que fazem a tradução e interlocução com agentes externos, dependendo assim

da organização social, que pode ser ligada a organizações governamentais ou não governamentais.

Além dos mecanismos de fomento das relações individuais diretas, baseadas no fortalecimento do desenvolvimento local e das relações pessoais de solidariedade, vêm se desenvolvendo também estratégias de construção de redes que integram grupos distantes que comungam ideais comuns, as denominadas “redes de economia solidária”.

A economia solidária, segundo Singer (2000), começou a surgir no Brasil na década de 80, mas tomou impulso crescente a partir da segunda metade dos anos 90, como resposta dos movimentos sociais à crise do desemprego, agravada pela abertura do mercado brasileiro ao comércio internacional. Na agricultura, surgiu através do Movimento dos Sem Terra, que organiza diferentes tipos de cooperativas nos assentamentos.

No setor industrial, assessores sindicais orientam trabalhadores a se organizarem na forma de cooperativas de produção para assim manterem postos de trabalho ameaçados pela crise econômica. Como decorrência do movimento da Ação da Cidadania, surgiram em meados dos anos 90 as Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares, que estão ligadas às universidades e dão apoio à população em geral para a formação ideológica e a constituição e gestão de cooperativas de trabalho e de produção. Várias outras iniciativas vão se reunindo a estas, fortalecendo a constituição de uma organização econômica paralela, fundada em princípios éticos reguladores do mercado: a das trocas solidárias.

Para Singer (2000), a economia solidária é uma criação em processo contínuo de trabalhadores em luta contra o capitalismo. É um modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, criado e recriado periodicamente pelos que se encontram (ou temem ficar) marginalizados no mercado de trabalho.

Nesta perspectiva de economia solidária, dá-se à sociedade a possibilidade de estabelecer mecanismos de regulação do mercado, principalmente através do seu voto monetário, como consumidor. As trocas solidárias aproximam-se dos movimentos que levaram à constituição de um selo social. Existe, não obstante, uma diferença fundamental entre elas: a primeira cria um sistema econômico paralelo, "uma troca direta", e a outra procura atuar sobre o mercado, regulando-o. A economia solidária como sistema econômico alternativo não é criação recente. Vem sendo ensaiada por países e cidadãos e pensada por socialistas, podendo ser construída em todos os campos da atividade econômica.

Assim, existem pelo menos duas redes de economia solidária, construídas com perspectivas teóricas distintas, não estando ainda claro como vão interagir (SINGER; SOUZA, 2000).

A economia mundial tem evoluído ao longo dos tempos, levando a sociedade a práticas de produção de alimentos orgânicos. Criando os chamados “movimentos orgânicos”, esses movimentos desenvolveram-se baseados nos ideais de solidariedade entre os diversos atores. (necessitam uns dos outros para fortalecimento, principalmente na comercialização). A forte expansão dos últimos tempos está trazendo novos atores com comprometimentos pessoais, pois o valor agregado a esta produção ainda não é suficiente para cobrir os custos de produção, subordinando-os à lógica do mercado e trazendo caminhos diferentes ao movimento.

Trento (2013) analisa o “comércio justo”, ou “solidário”, ou ainda “ético”, como um movimento social e um sistema internacional de comércio que busca atenuar desigualdades nos países pobres por meio da venda de produtos feitos em padrões sustentáveis. No Brasil, produtos com o certificado do comércio justo ainda são raros em supermercados. Muitos destes produtos nacionais de comércio justo certificados internacionalmente são exportados para a Europa, como manga, suco de laranja e café, e nesses mercados são vendidos pelo “preço justo”, ou seja, por um preço suficiente para que pequenos produtores consigam manter os modos tradicionais de produção, e um padrão de vida digno. Isso é financiado pela outra ponta da cadeia, ou seja, o consumidor. A diferença entre o preço comum e o “justo” varia segundo o país e o produto.

O comércio justo oferece aos consumidores uma poderosa oportunidade para assumir a responsabilidade pelo que compram. A Feira do Produtor de Maringá apresenta várias barracas que disponibilizam produtos certificados como produtos da produção orgânica e apresentam *banner's* com o dizer ‘Orgânico’; os produtos são identificados com o Selo da Associação de orgânicos de Maringá a ‘POMAR’ (Produtores Orgânicos de Maringá). Grande parte dos agricultores ligados à produção de orgânicos utiliza como canal de comercialização a venda direta, por considerarem que os elevados preços dos orgânicos são um dos principais entraves para um crescimento acelerado destes produtos no Brasil (TRENTO, 2013).

2. 1 CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE MARINGÁ-PR E DA AGRICULTURA FAMILIAR

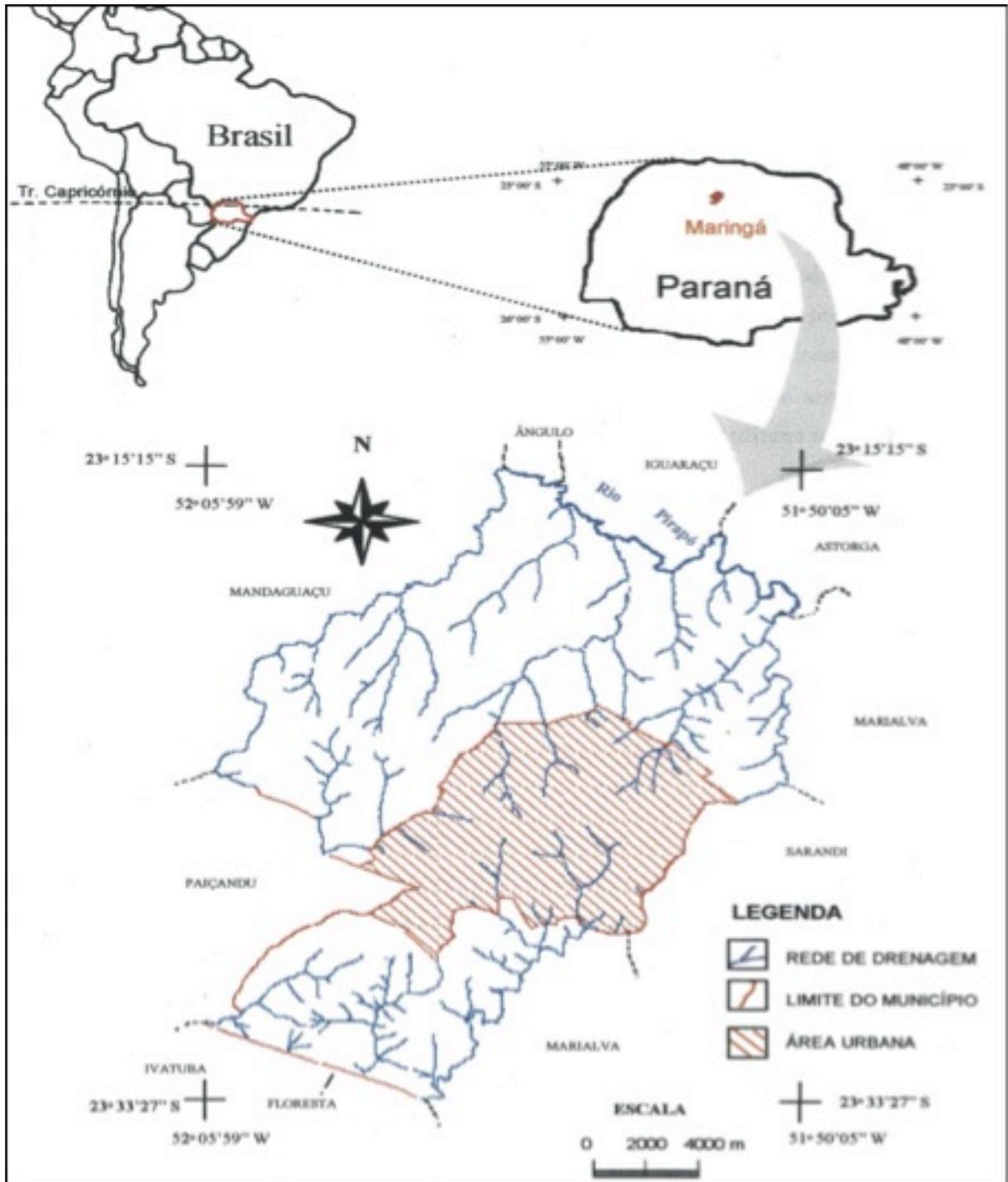
A cidade de Maringá foi fundada pela Companhia Melhoramentos Norte do Paraná com filosofia caracteristicamente contemporânea. A produção do espaço urbano constituído por Maringá obedeceu, desde sua gênese, a uma orientação que reproduziu no território processos de desigualdade social pela ação do mercado imobiliário.

Maringá nasceu em 10 de maio de 1947, como distrito de Mandaguari, obedecendo a um plano urbanístico com praças, ruas e avenidas, mantendo as características topográficas. Em 1951 foi elevada a Município, com os distritos de Iguatemi, Floriano e Ivatuba, e já em 1954 passou à condição de Comarca. A cidade de Maringá teve seu nome extraído de uma canção muito famosa na época, intitulada Maringá, de autoria do Compositor Joubert de Carvalho, daí advindo o título de “Cidade Canção”. Na citação abaixo vemos que em 1950 a imprensa fazia uma propaganda positiva de Maringá, encorajando as pessoas a se deslocarem de outras regiões do País para o Norte do Paraná, como foi o caso de meus pais e avós, que vieram dos estados de Minas Gerais e de São Paulo, em 1944, e têm o título de pioneiros e colonizadores de Maringá. Escreveu um articulista:

Nas terras férteis do Norte do Paraná, tudo cresce e progride. Em torno da Florescente cidade de Maringá ondulam cafezais vergados ao peso dos frutos, vicejam campos de arroz, livres de saúvas, produzem todos os legumes, e nos pomares, laranjas, pêssegos, bananas, uvas e morangos se multiplicam doces e saborosos (Diário de São Paulo, 1950).

Maringá localiza-se na Região Sul do Brasil, no Norte do Estado do Paraná, entre as coordenadas 23°15'15" e 23°33'27" de latitude sul e entre 51°50'05" e 52°05'59" de longitude oeste. O relevo da região é predominantemente suave-ondulado, sobretudo na área de ocorrência do Arenito Caiuá, com altitudes variando entre 500 e 600m, e constituído por solos classificados como Terra Roxa Estruturada e Latossolo Roxo e Latossolo Vermelho-Escuro e Solos Litólicos.

Figura 1- Localização e limites do Município de Maringá.



Fonte: Zacarias et al. (2004).

O tipo climático predominante na região, segundo a classificação de Köppen, é o Cfa, subtropical úmido, em que a temperatura média do mês mais frio é inferior a 18°C e as temperaturas médias anuais são superiores a 20°C.

De acordo com o estudo realizado pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (2004), Maringá situa-se na *Mesorregião*¹³ Norte Central, e distingue-se pelo pioneirismo em termos da ocupação populacional. A cultura do café, assentada na pequena propriedade, difundiu-se e assumiu, desde o início, um caráter dinâmico, estreitamente vinculado ao mercado. Embora hoje o desempenho da produção agrícola esteja baseado principalmente nas culturas de soja e milho, cumpre destacar o avanço recente de atividades que constituem alternativas para a produção familiar, particularmente a fruticultura e a olericultura, apresentando a característica de organização em cooperativas, com estrutura gerencial e de mercado.

Maringá se localiza sobre as bacias hidrográficas dos rios Pirapó e Ivaí, que fazem parte da Bacia Hidrográfica do rio Paraná, e possui um solo de grande fertilidade, denominado Latossolo Roxo Distrófico. O Clima é subtropical, com chuvas de verão e inverno seco.

Figura 2 - Localização do Município de Maringá na Mesorregião Norte Central.



Nota: ITCG (recorte) Mapa Político do Paraná

Fonte: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.

¹³ **Mesorregião** é uma subdivisão dos estados brasileiros que congrega diversos municípios de uma área geográfica com similaridades econômicas e sociais, que por sua vez, são subdivididas em microrregiões.

Figura 3 – Localização do Município de Maringá e limites estaduais e internacionais.



Nota: Base Cartográfica ITCG (2010)

Fonte: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.

Estudando a colonização do Norte do Paraná na década de 1970, Araújo (2005) mostra que, na Revolução Verde, o homem foi substituído pela máquina, ocorrendo impacto sobre as cidades em formação, tais como Maringá – PR, onde, depois da geada de 1975, ocorreu um colapso da cultura cafeeira e a introdução de cultivos anuais no período. Segundo a autora, “com o aumento do cultivo da soja e do trigo, o trabalhador rural perdeu seu lugar na produção agroindustrial e deslocou-se para as cidades” (ARAÚJO, 2005, p. 146).

No ano de 2010 Maringá apresentou uma taxa de crescimento da população total e urbana de 1,6, superior à do Estado. O município sentiu os efeitos da evasão rural, com a perda de 2,4% a. a. no período. Já comparativamente ao crescimento médio do conjunto das Regiões Metropolitanas (RMs) do país, a Região Metropolitana de Maringá (RMM) cresceu 2,1% a. a., mais que o dobro da média dos núcleos das RMs brasileiras (1% a. a.) (RODRIGUES, 2004).

De acordo com resultados do IBGE em 2010, referentes à contagem populacional, Maringá contava com 355.077 habitantes, com projeção para o ano de 2013 de 385.757 habitantes.

De acordo com o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA¹⁴), sua área territorial é de 487. 930km², e o Módulo de Exploração Indefinida (MEI¹⁵) em Maringá é de 10 ha. O Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* de Maringá é de R\$ 23. 140, 00, sendo 10, 09% superior ao PIB do Estado (IBGE, 2007). O PIB *per capita* do Paraná para o mesmo período foi de R\$ 20. 804, 00. Esta situação eleva sua participação na renda do Estado, mas mesmo assim as políticas voltadas à segurança alimentar e nutricional, como as de aquisição de alimentos, revestem-se de grande importância. Mesmo com elevado valor, o que se apresenta é uma média, mas existem diferentes faixas nas quais a renda é inferior, havendo pessoas com baixos rendimentos, que não são enquadrados em nenhum projeto estadual ou federal, pois o município apresenta PIB com valor acima da média do estado, o estado geralmente direciona políticas públicas com subsídios para os municípios que apresentam PIB abaixo da média do estado, tentando amenizar os reflexos do baixo poder de desenvolvimento deste município, o que não ocorre com o município de Maringá, prejudicando o auxílio aos pequenos produtores, sendo o auxílio restrito ao governo municipal. Estranho a isso o fato de Maringá apresentar *grau de urbanização*¹⁶ de 98, 20% (IBGE, 2007), o que significa que apenas 1, 8% da população do município são da área rural, ou seja, trata-se de um contingente pequeno para ter voz e conseguir ter suas reivindicações atendidas junto ao poder municipal.

O município de Maringá possui 1. 527 produtores, sendo 1. 120 agricultores familiares, 307 agricultores patronais com 100 trabalhadores rurais (EMATER, 2013). No setor de organização rural conta com o Sindicato de Trabalhadores Rurais, o Sindicato Patronal Rural, duas cooperativas e várias associações.

Segundo Rodrigues (2004), em 1991 a estrutura socioespacial de Maringá apresentava-se marcada pela presença preponderante de trabalhadores nas atividades do setor secundário, com predominância de rendimentos de até dois salários mínimos. Verificou-se também que o mesmo padrão de ocupação segregada da pobreza encontrado em 1991 mantinha-se em 2000. Observa-se que, na última década, o empobrecimento das camadas populares se manteve também pelo crescimento das atividades secundárias e consequente necessidade de mão de obra.

Dados dos censos de 1991 e 2000 analisados pelo Observatório das Metrôpoles revelam que, de maneira geral, a Região Metropolitana de Maringá – RMM mantém-se

¹⁴ INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, é uma autarquia federal criada pelo Decreto nº 1. 110, de 9 de julho de 1970, com a missão prioritária de realizar a reforma agrária, manter o cadastro nacional de imóveis rurais e administrar as terras públicas da União.

¹⁵ MEI é uma unidade de medida, expressa em hectares, a partir do conceito de módulo rural, para o imóvel com exploração não definida. A dimensão do MEI varia entre 5 e 70 hectares.

¹⁶ Grau de Urbanização: Percentagem da população da área urbana em relação à população total.

basicamente agrícola. Conta com 15, 97% da população trabalhando no campo, mesmo com menor número de pessoas em relação ao meio urbano, apresenta áreas com alto índice técnico de produção, com maquinários de última geração, que permite a região ter grande volume de produção e renda, na área urbana apresenta 26, 53% dos trabalhadores ocupados em atividades produtivas secundárias, com destaque para os operários da construção civil e de trabalhadores da indústria tradicional. Conforme dados apresentados nas literaturas, muito pouco mudou nestes últimos dez anos. A socióloga Ana Lúcia Rodrigues, coordenadora de pesquisas que envolvem a RMM, afirma em seus trabalhos que a agricultura ainda é o principal setor econômico da RMM (MARINGÁ, 2007).

O município apresenta também uma expressiva estrutura de ensino superior, com destaque para a Universidade Estadual de Maringá, com um grande número de cursos ofertados, chamando a atenção o crescimento de cursos em nível de pós-graduação. Inicialmente foi planejada para ser uma cidade de 200 mil habitantes, hoje se transformou num grande centro de convergência econômica.

Por outro lado, cabe lembrar que o grande crescimento populacional exigiu dos órgãos governamentais estratégias regulamentadoras que assegurem ao município um crescimento ordenado, com o estabelecimento de normas que orientam, condicionam e disciplinam o relacionamento da população maringaense com sua cidade, no que se refere ao uso e à ocupação do solo, seja no meio urbano seja no rural. Dentro dessa nova realidade foi elaborado em 2001 Plano diretor¹⁷ que normatiza o uso e ocupação do solo. O Plano Diretor de Maringá é disponibilizado para todos através do *site* da Prefeitura Municipal¹⁸, um instrumento através do qual o poder público municipal estabelece as normas que orientam, condicionam e disciplinam o relacionamento da população maringaense com sua cidade, no que se refere ao uso e à ocupação do solo. Cumpre ressaltar que no Plano Diretor de Maringá (MARINGÁ, 2013) possui alguns artigos que confirmam a função social da cidade, e também as estratégias de desenvolvimento que envolvem o produtor Rural do município.

No artigo 4º da Lei da Fundamentação do Plano Diretor, a função social da cidade, compreende o pleno exercício de todos do direito à cidade, entendido este como direito à terra, aos meios de subsistência, ao trabalho, ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e demais direitos assegurados pela legislação vigente. Outro artigo afirma que uma das funções sociais da cidade será garantir a utilização de instrumentos de redistribuição da renda e da

¹⁷ PLANO DIRETOR é um instrumento de planejamento urbano, pelo qual o poder público municipal estabeleça normas que o planejamento urbano, que após a aprovação da Lei federal nº 10. 257/2001 – Estatuto da Cidade – tornou-se obrigatório para as cidades com mais de 20. 000 habitantes.

¹⁸ www2.maringa.pr.gov.br.

terra, o controle público sobre o uso e a ocupação do espaço da cidade e a integração das políticas públicas de desenvolvimento sustentável urbano e rural.

Quanto ao desenvolvimento do Município e aos objetivos e estratégias de desenvolvimento do Município, o Plano Diretor em seu artigo 19 estabelece como objetivos promover o desenvolvimento de cadeias produtivas complexas, oferecer oportunidades de trabalho e renda visando à inclusão econômica e promover o desenvolvimento rural sustentável, a inclusão social e a distribuição de renda. Nesta mesma seção está estabelecido que para a execução da política de desenvolvimento devem ser observadas as seguintes estratégias: buscar mecanismos de apoio ao desenvolvimento de atividades complementares das cadeias produtivas do Município; fortalecer e desenvolver linhas de pesquisa sobre as áreas ligadas às cadeias produtivas; integrar programas de Economia Solidária às cadeias produtivas; promover a readequação institucional buscando a integração dos programas de desenvolvimento socioeconômico, com ênfase em economia solidária; integrar programas de Economia Solidária ao Sistema de Gestão Ambiental; buscar a demanda de trabalho gerada pelos planos e programas específicos; priorizar empreendimentos de baixo impacto ambiental e alto potencial para geração de trabalho e renda, vinculando as ações para o desenvolvimento econômico com a geração de trabalho e renda; integrar as atividades rurais às cadeias produtivas, promovendo a diversidade da produção agrícola e a biodiversidade regional; definir políticas de desenvolvimento rural sustentável priorizando a absorção de mão de obra local e regional.

Por último se estabelece que para alcançar os objetivos e estratégias definidos, elaboração de um plano de desenvolvimento socioeconômico considerando a economia solidária, as potencialidades do Município, o desenvolvimento socioeconômico em relação à política tributária, o mercado externo e grandes empresas, os empreendimentos de micro e pequeno porte, a agricultura sustentável, a agricultura familiar, a agroindústria e a agroecologia, os recursos naturais, o fortalecimento das políticas públicas e as cadeias produtivas existentes e potenciais.

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), através da Secretaria da Agricultura Familiar (SAF) em 2013, o município de Maringá possuiam 349 agricultores familiares com Declaração de Aptidão (DAP) ao Pronaf, ativas¹⁹ e 120 DAP's

¹⁹ DAP ativa significa que os agricultores familiares estão cadastrados juntos à Secretaria da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário, tendo direito ao acesso às políticas públicas.

inativas²⁰. Assim, entende-se que o número de DAPs ativas representa o número de agricultores familiares com os respectivos estabelecimentos em produção, e conforme os dados acima, esses agricultores estão aptos a obter os recursos dos programas de aquisição de alimentos. Constatamos também que o município de Maringá tem mais de 800 agricultores cadastrados e apenas 35% deles são beneficiários do Pronaf. Este dado leva a concluir que um número muito grande de produtores ficam fora do enquadramento feito pelo MDA. Pois devido aos critérios de enquadramento do programa federal, são excluídos, não sendo contemplados como beneficiários, geralmente por possuírem algum bem ou receita acima do teto limite. Na tabela abaixo podemos visualizar como estão divididos os estabelecimentos agropecuários de Maringá e qual a área ocupada com olericulturas.

Tabela 1–Estabelecimentos agropecuários e área segundo as atividades econômicas – Maringá/PR. 2006.

Atividades Econômicas	Estabelecimentos	Área (ha)
Lavoura temporária	399	23. 802
Horticultura e floricultura	109	509
Lavoura permanente	138	1. 398

Nota: Dados revisados e alterados após divulgação da 2ª Apuração do Censo Agropecuário 2006, em outubro de 2012.

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário.

Pela tabela 1 pode-se verificar que o número de estabelecimentos agropecuários com atividade de horticultura e com a atividade de floricultura é o menor dos três segmentos apresentados, demonstrando que o segmento no município apresenta baixo índice de produtores voltados para a atividade familiar em culturas de rápido retorno financeiro, como é o caso das hortaliças, em que se consegue produzir em menos de 45 dias determinadas culturas, mas com maior número de pessoas envolvidas, para o fornecimento de mão de obra para produção por área trabalhada.

Na tabela 2 podemos visualizara área segundo a sua condição de posse, com os números de estabelecimentos.

²⁰ DAP's inativas são DAPs desativadas por diversos motivos, como aumento da renda saindo da condição de agricultor familiar, mudança de atividade e expiração do prazo de validade.

Tabela 2– Estabelecimentos agropecuários e área segundo a condição do produtor –
Maringá/PR. 2006.

Condição do Produtor	Estabelecimentos	Área (ha)
Proprietário	676	23. 158
Arrendatário	94	4. 466
Parceiro	23	612
Ocupante	32	186
Produtor Sem Área	2	-
Total	827	28. 422

Nota: Dados revisados e alterados após divulgação da 2ª apuração do censo agropecuário 2006, em outubro de 2012.

Fonte: IBGE – Censo Agropecuário.

Nas tabelas 3 e 4 verifica-se que a quantidade de pessoas voltadas para o meio rural em Maringá é insignificante em relação à população urbana. Constata-se também que o número de contratos de financiamento é pequeno em relação alto valor disponibilizado, atendendo produtores que são enquadrados como grandes produtores. A área de comercialização é a que apresenta menor quantidade de contratos de financiamento, mas a pesquisa não determina para que tipo de comercialização.

Tabela 3 – População censitária segundo tipo de domicílio e sexo, Maringá– 2010.

Tipo de domicílio	Masculina	Feminina	Total
Urbano	182. 236	168. 417	350. 653
Rural	3. 117	3. 307	6. 424
Total	185. 353	171. 724	357. 077

Fonte: IBGE - Censo Demográfico (2010).

Tabela 4—Financiamentos à agricultura e à pecuária em Maringá/PR – 2012.

Tipo de financiamento	Contratos (Nº)	Valor (R\$ 1, 00)
Agricultura	647	453. 895. 286, 69
Custeio(agropecuária)	463	405. 933. 551, 28
Investimentos	108	16. 467. 125, 50
Comercialização	76	31. 494. 609, 91

Fonte: Banco Central do Brasil- BACEN.

Ainda com relação ao crédito rural, para melhor entendimento, apresentamos dados do PRONAF no estado do Paraná de 1994 a 2013, na tabela 5, demonstra a evolução do número de operações contratadas pelos agentes financeiros e o volume de recursos aplicados no custeio das lavouras e criações e também em investimentos diversos, . Concluimos, assim, que pelo menos 80% dos agricultores familiares do Paraná utilizam ou já utilizaram o Pronaf para financiar suas atividades agropecuárias (EMATER, 2013).

Tabela 5 – Evolução do uso do crédito rural do PRONAF no Paraná.

Safra Agrícola	Nº Operações Contratadas	Valor Financiado (R\$)
1994/1995	790	1. 348. 298, 88
1996/1997	36. 207	129. 172. 020, 76
1998/1999	65. 624	147. 705. 634, 38
2000/2001	116. 178	313. 792. 156, 08
2002/2003	100. 231	300. 990. 551, 28
2004/2005	140. 293	675. 310. 693, 40
2006/2007	151. 551	995. 075. 449, 75
2008/2009	126. 242	1. 303. 600. 041, 39
2010/2011	111. 045	1. 394. 101. 267, 56
2012/2013	150. 086	2. 350. 352. 028, 00

Fonte: Emater (2013).

Questionamentos acerca das mudanças no hábito de consumo têm levado à segmentação do setor de hortaliças no Brasil, alterando seu modo de produção e de comercialização. De acordo com Belik e Chaim (2002), no passado recente, a comercialização de hortaliças, assim como a de frutas, dava-se principalmente através das feiras livres. A cadeia produtiva da época possuía muitas falhas, que refletiam a precariedade dos sistemas de

abastecimento e a falta de planejamento das cidades; por outro lado, o nível de renda da sociedade e o baixo apelo pelo consumo garantiam a continuidade da comercialização sustentada pelas bases tradicionais.

No caso dos produtos agrícolas, a dependência dos fatores naturais impõe um espaço de tempo entre a decisão de produzir e a colheita da produção agrícola. É necessário aguardar a época certa do ano para plantar e a partir daí esperar o período correspondente à maturação biológica da planta para colher o investimento. Essa particularidade da produção agrícola dificulta essa atividade, mesmo que sejam feitos ajustes para adequação às mudanças do ambiente.

3 A HISTÓRIA DA FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ

Em pesquisa realizada junto ao Instituto Emater (2013), no escritório local de Maringá, que possui dados do ano de 1982, os engenheiros agrônomos do Instituto Emater de Maringá Antônio Rodante, Jorge Ogasawara e Luiz Caetano Vicentini, bons conhecedores da realidade municipal de Maringá, com conhecimentos adquiridos através de seus trabalhos rotineiros de saída “a campo”²¹ de assistência técnica aos produtores rurais, sentiram a necessidade de se criar mais um canal de comercialização de hortaliças e frutas para os agricultores que cultivam e produzem estas culturas na região, e logo iniciaram uma pesquisa para viabilizar como poderia ser esta comercialização, surgindo daí a idéia de uma feira onde somente os produtores poderiam participar. Essa pesquisa foi realizada entre os produtores e os comerciantes e também nos órgãos públicos, e para verificar a viabilidade, pesquisaram também como poderia e deveria se estruturar tal atividade.

Buscaram-se então parcerias, recorrendo-se às entidades de Maringá, à imprensa, à Associação Comercial, aos clubes de serviços e aos órgãos públicos municipais e estaduais. A idéia evoluiu, e com o apoio dos parceiros, em menos de um mês surgiram os parâmetros necessários para que o produtor tivesse um diferencial positivo em relação aos comerciantes (feirantes) das feiras convencionais, que era ter um produto produzido com assistência técnica, verduras fiscalizadas e “frescas”. Além disso, a população poderia conhecer quem as produziu, e com todas essas condições dar-se-ia identidade a este alimento e o produtor interagiria com o consumidor, e assim aumentaria a credibilidade do produto, passando o produto a ter nome e sobrenome, como os exemplos que temos hoje do “Agrião da Alice”, do “café do Natal”, da “pamonha do Cezar”, entre outros.

Com todas essas possíveis qualidades para os produtos, e também com o local definido, a equipe local da Emater de Maringá foi à procura dos produtores que tinham o perfil de comerciante e se enquadravam neste segmento de produção de hortaliças e frutas. A equipe técnica da Emater, pela credibilidade que possuía junto aos agricultores, fez a motivação necessária, empolgando-os, e já na primeira feira participaram 48 produtores. Como a maioria não tinha nenhuma estrutura para a venda de sua produção, como barraca, a banca para a exposição de seus produtos, a caminhoneta para fazer o transporte de sua produção, tudo foi feito de modo improvisado: a venda dos produtos feita ao lado dos carros,

²¹A campo – trabalho realizado no interior das propriedades, junto ao produtor rural.

com bancas improvisadas sem cobertura. Assim teve início a Feira do Produtor de Maringá, que hoje é uma das maiores feiras “livres” do Estado do Paraná (EMATER, 2013).

Dentro dessa realidade a Feira do Produtor de Maringá possui atualmente um histórico muito rico de dados, anotados constantemente pelo engenheiro agrônomo da Emater Jorge Ogassawara. Estes dados estão à disposição na Emater local de Maringá. A feira foi criada em 13 de março de 1982, através do Decreto Municipal nº 148/82, transformado em Lei Municipal em 1992 através da Lei nº 3061/92, sendo hoje reconhecida como entidade de utilidade pública através de lei municipal e estadual. Com o crescimento da feira, aumentou também o número de produtores na feira, surgindo então à necessidade de criar uma associação; assim foi criada, em 04 de julho de 1995, a Associação da Feira do Produtor Rural de Maringá.



Figura 4 - O engenheiro agrônomo da Emater Jorge Ogassawara, na Feira do Produtor (2013).

Fonte: Acervo da Emater - PR Maringá. (2013).

É oportuno lembrar que na época da fundação da Feira do Produtor foram envolvidas várias entidades e seus respectivos representantes, o que constituiu um marco histórico para a Feira do Produtor. As entidades que participaram da comissão organizadora foram a Prefeitura Municipal através da Secretaria da Agricultura, tendo como representante o senhor João Fragoso; a EMATER – Paraná, com os técnicos Antônio Rodante, Jorge Ogassawara e Luiz Caetano Vicentini; a Universidade Estadual de Maringá – UEM, com o Prof. Osvaldo

Hidalgo da Silva e os estagiários Solange Aparecida Trivelin Jaloto e João Aurélio Damião; a Fazenda da UEM, com o senhor Manoel Inácio; o Lions Clube Cidade Canção, com os senhores Sálvio de Rezende e Paulo Badan; a Associação dos Engenheiros Agrônomos de Maringá (AMEA), com o Eng. ° Agr. ° Argeu Dias de Araújo; o CEASA – Centrais de Abastecimentos S/Ade Maringá; o Rotary Club; os jornais “O Diário” e “O Jornal”; a SEAB – Secretaria do Estado da Agricultura e do Abastecimento; e os seguintes produtores, Tatsui Jyo, Presidente da Comissão e produtor de Maringá; Francisco Fuentes Saldanha, Lúcio Yuki Nakayama, Mário Ogata, Sakugi Noda e Severino Luiz Vitoriano, todos do município de Maringá; e José Antônio Castanho, do município de Nova Esperança (EMATER, 2013).

Foram também vários os segmentos da sociedade maringaense que se uniram para a fundação da feira, tornando histórico este evento, que ficou na memória dos associados e na história da feira e do município de Maringá. Até hoje são homenageados com muito carinho pelos feirantes e pela população que acompanha as feiras o Lions Catedral, representado pelo senhor Valter Progiante; o Lions Cidade Canção, senhor Sálvio de Resente; o Lions Maringá Centro, senhor Gilson Denis Volpe; o Rotary Maringá Velho, senhor Paulo Porcu; o Rotary Centro, senhor Homero Arruda; o Rotary Leste, senhor Reginaldo Nunes Ferreira; o Rotary Aeroporto, senhor Miguel Romeiro; a UEM – Pró-Reitor de Extensão, senhor Adilson Irineu Schiavoni; a Associação dos Engenheiros Agrônomos, seu Presidente Edner Betioli (EMATER); o Núcleo Regional da SEAB, com seu chefe, o senhor José Antônio Rosa Filho (EMATER); o CEASA como Gerente senhor Antônio Takaki; a EMATER Regional, senhor Edison José Trento (Chefe) e Antônio Rodante; a EMATER Local, com os senhores Jorge Ogassawara e Luiz Caetano Vicentini; “O Diário”, como senhor Franklin Silva; “O Jornal”, como senhor Wilson Caetano; a Prefeitura Municipal, senhor Ermelindo Bolfer na, da Secretaria de Expansão Econômica (EMATER, 2013).

Buarque (1999, p. 10), sustenta que

(...) as experiências bem-sucedidas de desenvolvimento local (endógeno) decorrem, quase sempre, de um ambiente político e social favorável, expresso por uma mobilização e, principalmente, de convergência importante dos atores sociais do município ou comunidade em torno de determinadas prioridades e orientações básicas de desenvolvimento.

Como pudemos constatar, a primeira feira foi realizada em um sábado, no dia 13 de março de 1982, no estacionamento do Estádio Regional de Futebol de Maringá “Willie

Dauids”, com 48 produtores participantes, sendo que a quantidade de inscritos foi de 121 produtores, O número de produtores da segunda feira foi de 27, mas com o passar dos anos e o crescimento do volume de produtos comercializados, em atendimento aos intensos pedido da população, foi estabelecido mais um dia na semana para a comercialização, e no dia 12 de agosto de 1992, uma quarta-feira, iniciou-se a feira noturna neste mesmo local. Diante do aumento dos consumidores, para atender à demanda provocada por populares, novamente foi estabelecido mais um dia da semana, e no dia 11 de novembro de 2011 iniciou-se a feira noturna da segunda-feira (EMATER, 2013).



Figura 5 - Feira do Produtor de Maringá (2014).

Autor: Paulo Milagres

Em entrevista com o agrônomo Jorge Ogassawara, este nos relatou que a relação com os comerciantes locais foi difícil no início da feira, pois muitos comerciantes de verduras, apresentavam-se de forma negativa a instalação da Feira do Produtor em Maringá, conforme comenta;

“No início da Feira, tivemos problemas com alguns comerciantes alegando que tomariam o espaço deles, mas hoje não temos problemas e somos muito bem aceitos. A feira hoje serve de parâmetro para definição de preço das olerícolas no mercado local, apresentando melhoria na renda, na sua grande maioria (90%) dos produtores, a feira é a sua principal fonte de renda, devido a isso, a participação da família tem aumentado, onde estamos

resgatando a participação dos filhos na atividade, aumento da área de produção está restrita ao tamanho da propriedade, visto que tem dificuldade em adquirir novas áreas para os filhos, devido ao avanço do perímetro urbano. Outro fator é a falta da mão de obra na agricultura e custo da mesma (salário mais os encargos)” (OGASSAWARA, 2014).

3. 1 ASSOCIATIVISMO E A FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ

A associação de produtores rurais é uma sociedade formal, segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, criada com o objetivo de integrar esforços e ações dos agricultores e seus familiares em prol da melhoria do processo produtivo e em benefício da própria comunidade à qual pertence, a sociedade tem o poder de transformar-se mediante as decisões e ações de seus membros. Esta é a dinâmica para superar limites: a organização das pessoas, sua união para solucionar necessidades comuns e conseguir melhores condições de vida, determinando o desenvolvimento de uma nação. Nesse sentido, vários são os exemplos em que o associativismo permitiu a conquista de direitos sociais, culturais e econômicos.

Os agrupamentos voluntários têm importante função histórica, pois para participarem na determinação de seu próprio destino as camadas populares devem se fazer representar, atuando por meio de grupos políticos, religiosos, de trabalho, de estudos, comitês, comissões, confrarias, núcleos de produção, de consumo, de distribuição, e também de comercialização, um bom exemplo é a Associação da Feira do Produtor de Maringá. A associação é uma sociedade civil sem fins lucrativos em que, de forma democrática, os produtores familiares se unem em defesa de seus interesses, e no campo da atividade humana, sua criação deriva de motivos sociais, filantrópicos, científicos, econômicos e culturais (MAPA, 2008).

Seguindo este pensamento, temos os produtores da Feira do Produtor de Maringá, que fazem parte da Associação da Feira e participam em sociedade, sendo muito comum reunirem-se para alcançar objetivos que, individualmente, seria mais difícil, ou mesmo impossível de conseguir. Aparecem gradativamente e em diferentes atividades, organizações não governamentais (ONGs), entidades representativas de categorias profissionais, grupos sociais ou setores produtivos que reivindicam sua participação neste planejamento. Essa participação é definitiva e pode influenciar e direcionar os recursos públicos dos projetos desejados pela maioria da população, bem como fiscalizar sua aplicação.

Para o Ministério da Agricultura e Pecuária e do Abastecimento, o associativismo é uma alternativa necessária de viabilização das atividades econômicas, possibilitando aos pequenos

proprietários um caminho efetivo para participar do mercado em melhores condições de concorrência. Com a cooperação formal entre sócios afins, a produção e comercialização de bens e serviços podem ser muito mais rentáveis, uma vez que a meta é construir uma estrutura coletiva da qual todos são beneficiários (MAPA, 2008).

A associação é também a forma jurídica de legalizar a união de pessoas em torno de seus interesses, e sua constituição permite a construção de condições para melhor realização do trabalho e remuneração satisfatória. Assim, a união dos pequenos produtores em associações torna possível a aquisição de insumos e equipamentos a menores preços e com maiores prazos de pagamento, como também o uso coletivo de tratores, colheitadeiras, caminhões para transporte, etc. Tais recursos, quando divididos entre vários associados, tornam-se acessíveis e o produtor certamente sai lucrando, pois reúne esforços em benefício comum e conta com o compartilhamento do custo da assistência técnica do agrônomo, do veterinário, de tecnologias e de capacitação profissional.

Conforme pudemos observar, a associação tem como finalidade, desenvolver projetos coletivos de trabalho, defender os interesses dos associados, produzir e comercializar de forma cooperada, reunir esforços para reivindicar melhorias em sua atividade e comunidade, melhorar a qualidade de vida e participar do desenvolvimento de sua região.

Geralmente as associações rurais são formadas por grupos de vizinhos que, pela proximidade e necessidade, agrupam-se para discutir problemas comuns, e ao buscarem soluções em conjunto, evoluem para decisões mais efetivas, aperfeiçoando a parceira. Inicialmente informais, essas associações evoluem para uma união organizada e associativa, onde terão maiores chances de sucesso. A participação democrática e a ajuda mútua são os princípios fundamentais, já que defendem os interesses e anseios da maioria.

Em entrevista realizada em 2004 por alunos do Cesumar com o gerente da Emater em Maringá, o Engenheiro Agrônomo Jorge Ogassawara, que foi um dos fundadores da Feira do Produtor de Maringá e também da associação da feira, relata que a parceria entre a Emater e os feirantes foi determinante para a organização do grupo. “Oferecemos assistência técnica, com treinamentos e orientações aos feirantes, e elaboramos a lista semanal de preços, além das inscrições na associação, que são feitas diretamente na Emater” (CESUMAR, s. d).²²

A maior vantagem da associação é a organização, que garante um processo participativo, tendo como principal objetivo o permanente interesse do grupo pela comercialização. Buscando atingir suas metas, novos horizontes se estabelecem,

²² Disponível em: <http://www.jornalmateriaprima.com.br/menu/reportagem/?id=43>. Acesso em: fevereiro de 2014.

impulsionando suas atividades. Os produtores organizados em associações possuem mais força para reivindicar junto à prefeitura, vereadores e deputados, melhorias para a feira, entre outras reivindicações.

As associações, pelo fato de serem formadas por grupos produtivos que geram emprego e renda, são organizações de interesse público, tendo o direito de usufruir dos programas governamentais, através dos quais podem obter cooperação para o aperfeiçoamento da produção. Tais vantagens vêm estimulando os pequenos agricultores a se organizarem de forma associativa, somando forças para enfrentar os seculares problemas do homem do campo e, ao mesmo tempo, situar a atividade agrícola como caminho viável para o desenvolvimento brasileiro (BRASIL, 2008).

Segundo depoimento do engenheiro da Emater;

[. . .] os produtores não estão muitos organizados, precisam de muito apoio de entidades para se manter vivos no mercado, Devido a Feira/associação, temos aumento da participação dos familiares tanto na feira como nos eventos promovidos pela associação (festa de aniversários, eventos promocionais). Associação hoje possui sede social. Apesar dos problemas, a feira vai bem. É necessário tomar algumas medidas punitivas para que possam seguir as normas constantes no estatuto. As vendas estão mantidas e qualidade dos produtos melhorado, e apresenta como fatores condicionantes para obter formas mais competitivas neste seguimento o trabalho em grupo, preço justo, participação familiar, tomada de decisão em grupo. O Estado poderia desenvolver formas de políticas públicas, e aplicá-las as organizações de agricultores familiares, como na Feira do Produtor, com vista ao desenvolvimento de estratégias, facilitando o acesso ao crédito rural, facilitar financiamento de moradia rural, preço justo, tanto de insumos como de vendas de produtos, facilitar a participação no PAA e PNAE (OGASSAWARA, 2014).

No período de 1982 a 1995 os produtores apenas se reuniam para a comercialização na Feira do Produtor; mas com o aumento no número de participantes houve a necessidade de passar a ser associação, fato que ocorreu em agosto de 1995. A Associação da Feira do Produtor de Maringá tem o histórico de todas as diretorias e um grande respeito por seus antigos diretores e membros, que são muito bem lembrados pelos associados. A primeira diretoria assumiu um mandato de agosto de 1995 a agosto de 1996, com os associados e seus respectivos cargos mostrados no quadro abaixo Fonte (FEIRA DO PRODUTOR, MARINGÁ, 2013).

QUADRO 1 - Feira do Produtor, Histórico da Diretoria. Maringá 1995.

HISTÓRICO: PRIMEIRA DIRETORIA 1995.
Presidente: Wagner Malavazi
Vice-Presidente: Rodolfo Luiz Gonçalves Lopes
Secretário: Pedro Depieri
Para o conselho fiscal os membros efetivos:
Robson Cossich
Wanderlei Leite
Sérgio Shiyoyiti Suzuki
Membros Suplentes:
Marcos Antonio Camargo
Osmar Domingos Gentilin
Maria Helena Vitoriano.

A maioria destes produtores ainda está comercializando na Feira do Produtor de Maringá em 2014, alguns com o auxílio da família, o que confirma a importância da feira para o sustento da família e geração de renda.

3. 2 ASSOCIAÇÃO DA FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ

A Associação da Feira do Produtor Rural de Maringá – AFPRM - é uma associação civil, sem fins lucrativos, fundada em 04 de julho de 1995, com sede em Maringá, destinada à representação social e defesa de seus associados, sendo regida pelo estatuto e pelas disposições legais vigentes. A base da associação é a colaboração recíproca, com a qual se obrigam mutuamente seus associados, objetivando promover a organização, a manutenção da ordem e o bom funcionamento da Feira do Produtor, bem como a fiscalização para o cumprimento das normas estabelecidas no seu estatuto. Segundo seu regimento interno, a

Associação tem como meta o estímulo ao desenvolvimento e à defesa das atividades sociais, econômicas e culturais de seus associados, mantendo os serviços de cadastro de cada associado e representando seus interesses (FEIRA DO PRODUTOR, MARINGÁ, 2013).

Após a criação da feira no ano de 1982, e no decorrer dos anos, com o aumento no número de feirantes também cresceram os problemas. Sentindo que não possuíam mais condições de administrar a feira, o grupo de produtores que coordenava a feira, juntamente com o assessor da Emater de Maringá, o engenheiro Agrônomo Jorge Ogassawara, decidiu criar a associação dos produtores feirantes, facilitando assim a organização e administração, fazendo cumprir as regras da feira, bem como as regras do espaço físico da feira. O objetivo maior era dar suporte aos produtores, facilitando a fiscalização tanto na feira, ao lado do estádio Willie Davids, como na propriedade rural, onde ocorre a produção dos produtos para a venda. Desta forma, no ano de 1995 a Feira do Produtor foi transformada em Associação, denominada Associação da Feira do Produtor Rural de Maringá, que atualmente é administrada pela Associação.

Uma das normas da associação é que os produtores que utilizam a feira para a comercialização de sua produção precisam ser associados para participar. Fazem parte da Associação mais de 258 produtores, com um número médio de 125 produtores participantes por feira, dos quais 50% são produtores de Maringá. Nos levantamentos efetuados pela Associação e o Instituto Emater em 2012, o número de pessoas (membros da família e empregados) que sobrevivem com a renda obtida com a comercialização na Feira do Produtor de Maringá chega a mais de 1100 indivíduos (EMATER, 2013).

Nesta associação são considerados associados os produtores que se dedicam ao ramo hortifrutigranjeiro como proprietário do imóvel, arrendatário ou parceiro, sendo que a área de ação abrange o município de Maringá e municípios que fazem parte das regiões Norte e Noroeste do Estado do Paraná. O exercício social anual da Associação compreende o período de 1º de agosto de determinado ano a 31 de julho do ano seguinte (, ESTATUTO DA FEIRA, MARINGÁ, 2013).

Para aceitar um associado à Associação tem alguns critérios, como ter produção própria devidamente comprovada, o imóvel ser de sua propriedade ou ocupada por processo legítimo, dentro da área de ação da sociedade, sendo admitido esse associado mediante subscrição de proposta de admissão, que deve conter todos os dados para sua ficha cadastral; depois de preenchida, essa ficha é encaminhada para a deliberação da Diretoria, que é responsável pela aprovação ou não da proposta de admissão do produtor como associado. Outros quesitos exigidos para a aprovação são a disponibilidade do espaço físico no local da

feira e, quando da admissão, o pagamento de uma joia de admissão no valor de 30% (trinta por cento) do salário mínimo vigente, bem como da mensalidade em vigor, com a assinatura do livro de matrícula e do contrato de adesão juntamente com o Presidente e o 1º Secretário da Associação.

Após sua admissão o associado se obriga a todas as disposições do estatuto e deliberações tomadas pela Diretoria, sendo preenchida uma ficha de inscrição com todos os seus dados, indicando nome de representante legal que poderá eventualmente substituí-lo na feira, através de procuração, dando poderes específicos. Esse representante deverá, necessariamente, ser o esposo(a), ou filho (a) do associado. Excepcionalmente também podem ser admitidas como associados pessoas físicas ou jurídicas que não sejam produtores, desde que não tenham interesses conflitantes com as finalidades da Associação (FEIRA DO PRODUTOR, MARINGÁ, 2013).

A associação dos produtores compreende associados fundadores efetivos, beneméritos e honorários, e associados colaboradores.

- Associados fundadores são aqueles que se inscreveram na Assembleia de Constituição da feira.

- Associados efetivos são todos os produtores que tenham sido admitidos na forma estatutária.

- Associados beneméritos são aqueles que prestaram serviços relevantes à associação ou aos produtores rurais da área de ação, declarados como tais pela Assembleia Geral.

- Associados honorários são pessoas físicas ou jurídicas de notório valor e relevante atuação em prol da associação, que forem aceitos como tal pela Assembleia Geral. Os associados honorários e beneméritos que tenham o título concedido estão isentos das contribuições devidas à associação, não gozam do direito de votar e de ser votado e também não recebem benefícios diretos.

- Associados colaboradores são as pessoas que pagam mensalidade à associação, comercializam seus produtos, mas não produzem a matéria-prima principal. Como exemplo temos os donos das barracas de panificação, os quais têm os mesmos direitos e deveres dos sócios fundadores e efetivos, mas não podem ser votados para os cargos da diretoria (ESTATUTO DA FEIRA, 2013).

Na Associação da Feira do Produtor de Maringá os direitos dos associados fundadores e efetivos são os de votar e ser votado, participar das reuniões das Assembleias Assembleias Geral discutindo e votando os assuntos nela tratados.

São deveres dos associados: desenvolver atividades que garantam os objetivos econômicos e sociais, promovendo o engrandecimento moral, cultural e material da associação; fazer cumprir o estatuto e o regulamento interno bem como as deliberações da Assembleia Gerais; comparecer às reuniões, que serão realizadas conforme determinação do regulamento interno.

A seguir descreveremos o que o produtor pode fazer para se desligar da Associação, da qual somente poderá sair a seu pedido, que somente poderá ser negado se o associado não estiver em dia com suas obrigações para com a associação. O pedido de demissão deverá ser requerido ao presidente e por este levado à diretoria na próxima reunião, averbado no livro de matrícula mediante termo assinado pelo presidente, devendo a decisão ser imediatamente comunicada, por escrito, ao requerente.

Já para o associado ser eliminado da Feira do Produtor, a diretoria devesse justificar tal atitude com uma ou mais infrações, tal como deixar de cumprir as obrigações previstas no estatuto, ou no regulamento interno, ou nas deliberações da Assembleia Geral, ou deixar de cumprir seus compromissos financeiros com a associação, danificar o patrimônio da associação ou macular a sua imagem, ou ainda, após advertência e suspensão, continuar infringindo o estatuto ou o regulamento interno, ou não cumprir as deliberações da Assembleia Geral ou da diretoria, deixar de pagar suas mensalidades ou as contribuições por 02 (dois) meses consecutivos, O associado que faltar às reuniões dos associados por três vezes consecutivas ou prestar à Associação informações inverídicas, após a advertência cumprir a suspensão por 30 dias, sendo este previsto no Artigo 57 do Código Civil.

Ainda sobre esta questão, os motivos que determinam a eliminação de um associado devem constar de termo lavrado no livro de matrícula e assinado pelo presidente, conforme determina o estatuto. No prazo de 20 (vinte) dias deverá ser enviada uma notificação ao associado, que poderá, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, interpor recurso junto à Assembleia Geral. Já a exclusão pode ser por morte, por dissolução da pessoa jurídica ou por incapacidade civil não suprida, sendo feita por decisão da diretoria e lavrada no livro de matrícula. O associado excluído não tem direito à restituição de colaborações financeiras de qualquer espécie, nem aos fundos existentes. Qualquer aviso de advertência, suspensão ou notificação de eliminação deverá ser afixado em edital e colocado em local visível a todos os associados, e os demitidos, eliminados ou excluídos respondem também pelos deveres e obrigações assumidos até a data de seu desligamento.

Merece destaque o fato de que o patrimônio da Associação é constituído por bens móveis e imóveis que foram adquiridos pela Associação ou recebidos em doação, sendo

devidamente contabilizados. O patrimônio inclui também os fundos mantidos por mensalidades e anuidades dos associados, e na admissão dos associados, como também as rendas patrimoniais e aquelas provindas de serviços prestados. A associação possui um fundo de reserva constituído por 30% dos valores arrecadados a título de mensalidades e das “joias” de admissão, sendo que a sua liberação só ocorre com aprovação da Assembleia Geral. As mensalidades são recebidas entre os dias 1º (primeiro) a 10 (dez) de cada mês ou no ato da admissão para os novos associados, diretamente ao Primeiro Secretário.

Nesse estudo observou-se que a Associação tem certos procedimentos: primeiro a Assembleia Geral, depois a Diretoria Executiva, e o Conselho Fiscal, sendo que o exercício de quaisquer das funções não é remunerado, e é vedado o exercício cumulativo de cargos. O Estatuto estabelece que a Assembleia Geral, reunida ordinária ou extraordinariamente, é o órgão supremo da associação. É convocada e dirigida pelo presidente, mas pode ser convocada também pelo Conselho Fiscal se houver motivos graves ou urgentes, como exemplo de motivo grave e urgente, temos, quando um feirante produtor não tem produção, e continua na feira comercializando produtos, que são provavelmente adquiridos de outros produtores ou mesmo na CEASA. As reuniões da Assembleia Geral são dirigidas pelo presidente, que é auxiliado pelo 1º secretário, podendo ser convidados a participar da mesa pelo presidente os ocupantes de cargos sociais e autoridades presentes (ESTATUTO DA FEIRA, 2013).

É oportuno lembrar que a Associação é administrada por uma diretoria composta de um presidente, um vice-presidente, 1º secretário, 2º secretário, 1º tesoureiro, 2º tesoureiro e dois suplentes eleitos pela Assembleia Geral para um mandato de 01 (um) ano, não podendo serem eleitos para dois mandatos consecutivos. Os membros da Diretoria não são pessoalmente responsáveis pelas obrigações que contraírem em nome da Associação, mas respondem solidariamente pelos prejuízos resultantes de seus atos se agirem com culpa ou dolo. A Diretoria reúne-se ordinariamente uma vez por mês ou extraordinariamente sempre que necessário, por convocação do presidente, ou ainda por solicitação do Conselho Fiscal. Para deliberação será necessário um *quorum* formado pela maioria absoluta dos seus membros, reservado ao presidente o exercício do voto de desempate (ESTATUTO DA FEIRA, 2013).

3.3 ATRIBUIÇÕES DA DIRETORIA

Segundo o estatuto da Feira do Produtor de Maringá, compete à Diretoria da

Associação: cumprir e fazer cumprir o Estatuto Social, o Regimento Interno e as decisões da Assembleia Geral; resolver os casos omissos do estatuto ou do regimento interno e as dúvidas que surgirem; instituir taxas destinadas a cobrir despesas dos serviços da entidade; avaliar e providenciar o montante dos recursos financeiros e das necessidades para o atendimento das operações e serviços; decidir pela eliminação e exclusão de associados; analisar os pedidos de admissão e demissão; fixar as despesas de administração em orçamento anual, indicando a fonte dos recursos para a sua cobertura; fixar normas para a admissão; verificar mensalmente a situação econômica e financeira da associação, através de balancetes da contabilidade.

De acordo com o estatuto da Associação, os cargos assumidos em votação pelos membros têm função definida e são determinados estatutariamente. Ao presidente compete: supervisionar as atividades da Associação através de verificação e contatos com os associados; assinar, juntamente com o secretário, contratos e demais documentos constitutivos de obrigações; assinar, juntamente com o tesoureiro, cheques e documentos bancários da Associação; convocar e presidir as reuniões da diretoria e, normalmente, as da Assembleia Geral; apresentar à Assembleia Geral Ordinária relatório de gestão, balanço, demonstrativo das sobras apuradas ou das perdas decorrentes da insuficiência das contribuições para cobertura das despesas da Entidade e oriundas de outros motivos, com o parecer do Conselho Fiscal.

São atribuições do vice-presidente: assistir e assessorar o presidente e substituí-lo nos seus impedimentos inferiores a 90 (noventa) dias. Aos secretários cabe secretariar e lavrar as atas das reuniões da Diretoria e das da Assembleia Geral, responsabilizando-se pelos livros, documentos e arquivos referentes às suas atribuições, e assinar, juntamente com o presidente, contratos e demais documentos constitutivos de obrigações. Ao tesoureiro compete: responder pela guarda de valores e documentos de crédito da Associação; movimentar as contas bancárias, emitindo e assinando cheques, contratos e outras obrigações juntamente com o presidente; emitir e acompanhar a emissão dos balancetes mensais e do balanço anual, e assiná-los juntamente com o presidente; organizar cobranças e o sistema de controle, assinando avisos de débito ou de cobrança.

A administração da Associação é fiscalizada, pelo Conselho Fiscal, que é constituído de três membros efetivos e três suplentes, eleitos anualmente na reunião ordinária da Assembleia Geral. O associado não pode exercer cumulativamente cargos na Diretoria e no Conselho Fiscal. O conselho reúne-se uma vez por mês e, extraordinariamente, sempre que necessário, devendo ter participação de pelo menos três de seus membros efetivos ou suplentes. As deliberações são tomadas por maioria simples de votos e deverão constar em ata

lavrada no próprio livro, lida, aprovada e assinada ao final dos trabalhos e depois lida na próxima reunião das Assembleias Geral para os demais associados. Compete também ao Conselho Fiscal: fiscalizar as operações, atividades e serviços da associação; conferir mensalmente o saldo numerário existente em caixa, verificando se está dentro dos limites estabelecidos pela Diretoria; verificar se os extratos de contas bancárias conferem com a escrituração contábil da associação; verificar os montantes das despesas e inversões realizadas e se estão em conformidade com os planos e decisões da Diretoria; conferir as operações realizadas e verificar se os serviços prestados correspondem, em volume, quantidade e valor, às previsões feitas; verificar se a diretoria está se reunindo regularmente e se existem cargos vagos na sua composição; analisam as reclamações dos associados quanto aos serviços prestados, certificam se o recebimento dos créditos estão sendo feitos com regularidade e se os compromissos estão sendo atendidos pontualmente, auxiliam à diretoria, quando necessário, nas conclusões de seus trabalhos, apontando caso tenha irregularidades, estudam os balancetes e outros demonstrativos mensais de balanço, emitindo parecer para a Assembleia geral, convocam quando ocorre motivos graves ou urgentes, comunicando-os, se necessários aos órgãos competentes.

3. 4 FORMAÇÃO DA DIRETORIA E DO CONSELHO FISCAL

Como referimos, as eleições dos membros da Diretoria e do Conselho Fiscal ocorrem no mês de agosto de cada ano, em Assembleia Geral Ordinária, convocada com dez dias de antecedência pelo presidente da associação, através de editais e circulares, conforme determina o estatuto. Somente podem concorrer às eleições, os candidatos que preencham os requisitos previstos no estatuto, não podem concorrer a cargo de diretoria e do conselho fiscal, aqueles associados classificados como colaboradores, honorários e beneméritos. Também não é permitido reeleições em qualquer dos cargos da diretoria. Já para o conselho fiscal, é permitida reeleição de 1/3 (um terço) dos seus componentes.

Outra característica desta associação, nas suas regras, é que determinam que qualquer cargo eletivo será gratuito ressalvado as despesas de viagem e representação em favor da associação, comprovadas com notas fiscais originais emitidas em nome da associação e sem rasuras. É vedada à associação a discussão ou a disseminação de qualquer questão de caráter religioso, ou político partidário e da cessão de qualquer dependência para reunião de pessoal ou instituição enquadradas nesta proibição salvo quando se tratar de assunto agropecuário. Os casos omissos e não previstos no estatuto são resolvidos de acordo com as deliberações da

diretoria na Assembleia geral. No caso de dissolução da associação da Feira do Produtor rural de Maringá, o seu patrimônio, depois de satisfeitos os compromissos sociais, será destinado a entidade congênere de fins não econômicos a ser designada pela própria Assembleia (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).

3. 5 HISTÓRICO DA ASSOCIAÇÃO DA FEIRA

Nesta abordagem leva-se em conta o histórico da associação, que possuem dados sobre os primeiros participantes da feira, bem como de seus fundadores, como podemos citar a seguir:

QUADRO 2 - Participantes da 1º feira do Produtor. Maringá 1982.

Participantes da primeira Feira realizada em 13 de março de 1982.			
01	Aldimino dos Santos	25	Miqueas Sandre Scheller
02	Américo Secco	26	Mitio Yoshino
03	Antonio Kenji Shimizu	27	Mitsuo Nakayama
04	Antonio Rodante	28	Osmar Rodrigues Carolina
05	Aparecido Castanho	29	Osvaldo Nicolini
06	Argemiro Aluisio Karling	30	Paulo Martins
07	David França	31	Pedro Burguês
08	Francisco Batista	32	Pedro Paulo Fritzen
09	Francisco Frimmer	33	Rubens Augusto Vendrametto
10	Francisco Fuentes Saldanha	34	Rodolfo Ferro
11	Fusako Hamamoto	35	Sakugi Noda – Edson
12	Ginjiro Matsumoto	36	Satsuo Shimizu
13	Hidetoshi Yassunaka	37	Severino Luiz Vitoriano
14	Itamar Larranhaga	38	Shigeo Tamura

15	Jacob Sinkoc	39	Shigueichi Itako
16	João Batista de Oliveira	40	Takao Kohiyama
17	João Vitoretti	41	Takeji Fujikawa
18	José Lizotti Arrias e Elídio	42	Takeshi Takano
19	Kumaichi Ogawa	43	Tatsuji Jyo
20	Laur Boljevac Csucsuly	44	Tercílio Sanitá
21	Luiz Souza de Oliveira	45	Toichiro Hannai
22	Manoel Inácio – UEM – Fazenda	46	Waldomiro Santos Araújo
23	Mário Fukahori	47	Yassutomo Shiga
24	Mário Ogata e Serao Ito	48	Yuiti Yassunaka e Luiz Kunio

Produtores que participaram da fundação da Feira (Pioneiros), e continuam na feira até hoje, em 2014. Na primeira fila temos o nome do pai, e na segunda fila temos o nome do sucessor (filho) que continua com a mesma banca que era do pai.

QUADRO 3 - Participantes da feira do Produtor, Bancas com produtores, Pai e Filho. Maringá, 2014.

	PAI	FILHO
01	Sakugi Noda	Edson
02	Itamar Larranhaga	José Roberto
03	José Arrias Lizotti	Elídio
04	Takeji Fujikawa	Elson
05	Takeshi Takano	Alfredo
06	Yuiti Yassunaka	Luiz Kunio Yassunaka

4 A FEIRA DO PRODUTOR MARINGÁ: NORMAS E REGULAMENTOS

A Feira do Produtor de Maringá conseguiu mostrar que quando há o envolvimento da comunidade, das entidades e dos órgãos governamentais, as ideias e os sonhos passam a ser realidade, como aconteceu quando da criação da feira, que foi conduzida de forma organizada, com seriedade e transparência dos envolvidos. Com todos estes atributos, a Feira do Produtor de Maringá passou a ser exemplo nacional. No decorrer dos anos de funcionamento dessa feira tornou-se necessário instituir um estatuto, um regimento interno, passando a feira à condição de associação. Pelos bons resultados apresentados nesta feira de Maringá, muitos municípios do Brasil buscaram o modelo de estrutura organizacional, para a criação de feiras em seus territórios e adotaram os mesmos critérios de disciplina e fundamentos desta Feira de Maringá. Assim, este modelo de associação de produtores para comercialização é atualmente usado como referência nacional e copiado em todo o Estado do Paraná e também em outros estados, como Mato Grosso do Sul e Minas Gerais.



Figura 6 - Feira do Produtor (consumidor e sistema de barracas) 2014.
EMATER (2013).

Atualmente a Feira do Produtor de Maringá possui alguns dados interessantes que justificam e facilitam o entendimento de ser a cada dia mais atuante neste segmento de comercialização de verduras e frutas. Esta feira não apresenta crescimento nos números de barracas e produtores

por fatores físicos do local onde é realizada, que não comporta a instalação de novas barracas; mas mesmo com esta limitação, esta feira apresenta um volume médio mensal de comercialização de mais 158.000 kg, que corresponde um valor total de mais de R\$ 267.000,00 reais. O valor médio mensal vendido é de R\$ 2.230,00 reais por produtor, dado que demonstra que cada participante da feira possui uma área média de terra para plantio de cerca de 3,00 há. A média de participação por feira é de 115 produtores nos sábados (barracas), 70 produtores nas segundas-feiras e 125 produtores nas quartas-feiras. Os horários de funcionamento nas segundas e quartas são das 16h45min às 21h30min, e nos sábados, das 6 horas às 10h30min. O local da feira é o local de estacionamento do Estádio Regional Willie Davids, situado na área central de Maringá, e a área de utilização é de aproximadamente 10.000 metros quadrados, com pavimentação e revestimento de asfalto e rede de energia em seu interior.

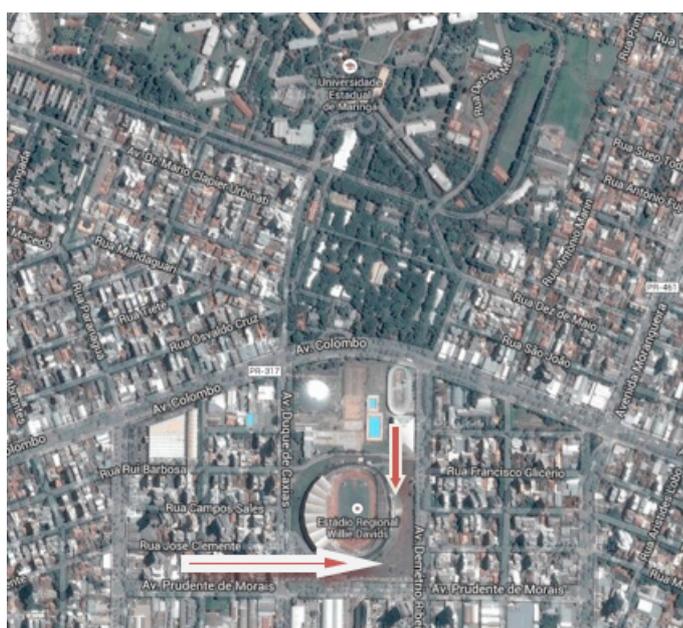


Figura 7 – Localização do local onde está instalada a Feira do Produtor de Maringá.

Fonte: Google Earth 07/07/2014

Em entrevista, o técnico da Emater- PR Jorge Ogassawara relata o seu ponto de vista sobre as regras de comercialização da Feira do Produtor de Maringá, bem como as regras para se associar;

“Acredito que para o momento estas regras estão da melhor forma possível, periodicamente o estatuto está sendo atualizado através de Assembleias para não ficar defasado. Quanto ao cadastramento, para os novos que querem

ingressar na feira, o processo é o que existe hoje, ou seja, faz-se a inscrição e aguarda-se vagas para liberar a inscrição. Para os que já estão participando, a renovação ou atualização é anual e a dificuldade encontrada é a verificação *in loco* se realmente os produtos inscritos estão sendo cultivados. As regras para se associar, é só seguir o estatuto.” (OGASSAWARA, 2014).

A diretoria atual tem um mandato de um ano, que vigora de 1º de agosto/2013 a 31 de agosto de 2014.

Sobre a Feira do Produtor de Maringá temos também relatos elaborados em 2004 pela Universidade Estadual de Maringá, apresentados em pesquisa pelo Departamento de Geografia com o tema “Uma abordagem sócio espacial”. Esta pesquisa demonstrou que quase 80% dos feirantes são do sexo masculino, de idade superior a 36 anos, sendo que somente 4% são solteiros. Quase todos os feirantes dos sábados preferem trabalhar das 6 às 10 horas e todos os feirantes afirmam que atendem seus clientes de forma boa ou excelente e que oferecem produtos de qualidade boa a excelente.

Os autores dessa pesquisa comentam que a Feira do Produtor Rural de Maringá tem um significado positivo para o município, como incentivo para aumento da produção de olerícolas e consequente aumento da arrecadação de impostos. Para a população consumidora a feira é mais uma opção para compra de produtos, que são oferecidos a preços justos e têm origem conhecida. Também para o agricultor é mais uma opção de comercialização, constituindo-se como mais uma oportunidade para os pequenos produtores se firmarem no mercado. A feira é um incentivo à atividade hortifrutigranjeira, facilitando o contato direto do produtor com o consumidor. Dados positivos de experiências foram relatados pelos produtores, os quais afirmaram que com a participação na feira se tornaram mais sociáveis, buscaram melhorar a qualidade dos produtos oferecidos e passaram a conhecer melhor a preferência do consumidor, apresentando maior participação nas discussões.

Um dos muitos autores que compartilham das ideias de comercialização em feiras do produtor é Silva (2005), que nos traz alguns aspectos interessantes da Feira do Produtor de Maringá. Explica este autor que as feiras possibilitam aos pequenos produtores escapar das transações comerciais via supermercados, forma de comercialização que muitas vezes mais atrapalha do que ajuda, até porque nos mercados são realizadas vendas por consignação, de modo que o agricultor tem que arcar com todos os prejuízos caso o produto não seja adquirido pelo consumidor final. Enfim, com a feira, o agricultor define o perfil de sua clientela e o ajusta à situação (a oferta de seus produtos à demanda). Além disso, ele percebe quais são as

tendências de mercado, já que o contato direto com os clientes lhe permite saber quais são os alimentos mais requisitados.

Silva (2005) destaca que o papel do Estado na cadeia produtiva é essencial. Este fato é também observado pelo engenheiro agrônomo Jorge Ogassawara, da regional de Maringá da Emater, que trabalha com os agricultores hortifrutigranjeiros da região, sendo então um dos executores das ações do governo junto ao produtor. Ogassawara destaca que o papel da Extensão Rural é estimular os processos de organização dos agricultores, contribuindo para sua formação e profissionalização, além de incentivar iniciativas de agroindustrialização artesanal e buscar a articulação interinstitucional.

Atualmente a Associação da Feira do Produtor é constituída por membros colaboradores, que dirigem e fazem com que o estatuto e o regimento interno sejam respeitados e obedecidos. Sua diretoria para o atual é constituída pelos produtores mostrados no quadro abaixo (FEIRA DO PRODUTOR, 2014).

QUADRO 4 - Membros da Associação da feira do produtor. Maringá, 2014.

Presidente: Emerson Bento Conca

Vice-presidente: Antonio Vonilto Rigolin

1º Secretário: Lhuan Ahmad Zeidan

2º Secretário: André Ricardo Larranhaga

1º Tesoureiro: Eizburo Kadowaki

2º Tesoureiro: Alfredo Shigueru Takano

Suplentes: 1º Pedro José Brolezi

José Mauro Magon

Conselho Fiscal

José Márcio Franciscato

Elizangela Meireles Tarozo

Norma Watanabe Sasaki

Suplentes

Roberto Oizumi

Roberto Azevedo dos Santos

A Feira do Produtor de Maringá serve como parâmetro para os preços praticados pelos supermercados, atuando como regulador dos preços. Para a grande maioria de produtores feirantes a feira é a principal fonte de renda, visto que 90% dos participantes são pequenos produtores familiares. A grande preocupação atual dos feirantes é fazer a sucessão familiar para que a feira continue por muito mais anos. Atualmente o Instituto Emater tem também como função ajudar na coordenação na feira, com assistência técnica, treinamentos, elaboração da lista de preços, assessoria à Diretoria, cadastramento de novos associados, inscrição e vistorias nas propriedades. Enfim, a Emater é a porta de entrada do produtor rural que queira comercializar sua produção na Feira do Produtor. Ali ele faz sua inscrição e seu enquadramento e comprovação de produtor, faz seu cadastramento e entra na lista de espera, aguardando a abertura de vagas. Outra entidade que participa bastante da Feira do Produtor de Maringá é a Prefeitura Municipal, a qual tem uma equipe de técnicos e fiscais que trabalha em parceria com a Associação para o bom andamento da Feira (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).

O lema da Feira do Produtor de Maringá, desde a sua fundação até hoje, é: Parceria, organização, venda direta e produtos frescos.

Para o técnico da Emater, Jorge Ogassawara, relata ao seu ver, os pontos positivo, as limitações, bem como as sugestões para melhoria da comercialização na Feira do Produtor que ocorre via associação, citando os seguintes motivos:

“Para comercializar na Feira o produtor tem que se associar; apresenta facilidade em seguir normas de funcionamento da feira, melhora a obediência para seguir regras; e os critérios são definidos em grupo, apresenta varias limitações como , tem produtores que não estão preparados para conviver em grupos, tem muito individualismo, á participação e colaboração restrita aos mesmos, como sugestão de melhoria, deve o produtor aumentar o conhecimento sobre o associativismo, ter maior participação no grupo, incluir esposa e filho na discussão sobre a feira, maior rotatividade nos cargos de colaboradores da diretoria” (OGASSAWARA, 2014).

Atualmente a feira tem como ponto negativo os políticos, que somente nas épocas de eleição utilizam a estrutura física, para sua propaganda eleitoral e ganho de votos. Passada a época eleitoral eles desaparecem e todas as necessidades da Associação têm que ser trabalhadas quase exclusivamente pelos técnicos da Emater, que elabora projetos para melhorias e organização da entidade, buscando subsídios para a melhoria de vida e das atividades no setor agrícola, Esses recursos muitas vezes podem ser adquiridos através de

projetos na linha do PRONAF e são empregados em benfeitorias, equipamentos, maquinários de uso do produtor. No caso de um bem de alto valor de compra, pode ser necessário organizar-se um grupo de produtores (tipo de associação comunitária) para facilitar a aquisição do equipamento. Neste caso as dívidas amortizadas a juros baixos e a longo prazo.

4.1 REGULAMENTO INTERNO DA FEIRA DO PRODUTOR

A Feira do Produtor destina-se à venda, exclusivamente a varejo de produtos hortifrutigranjeiros, derivados do leite e de industrialização caseira, com exceção da venda de carne fresca. Para a associação da feira, entende-se como produtos hortifrutigranjeiros as frutas, as flores, as mudas de flores e frutas, os legumes, os grãos, as verduras, as hortaliças, ovos e o mel, pescado os peixes, os produtos derivados do leite, o queijo, a manteiga e o requeijão, as conservas os doces caseiros e as compotas, e produtos de industrialização caseira, aquelas fabricadas ou transformados pelo produtor, que utiliza na sua confecção, como matéria prima principal, produtos produzidos na sua propriedade, todos os produtos transformados, fabricados ou industrializados pelo produtor, deverão ser liberados pela Secretaria da Saúde de Maringá, obtendo o Serviço de inspeção Municipal (SIM). (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).



Figura 8 - Modelos de barracas que estão sendo utilizados por produtores da Feira do Produtor de Maringá em 2014.

Autor: Paulo Milagres(2014)

Em relação ao horário de chegada ao local da feira os produtores devem estar no recinto da feira impreterivelmente até as 6:00 horas aos sábados e até as 16:15 horas nas

segundas e quartas-feiras, devendo ser de forma silenciosa para não atrapalhar o sossego dos moradores próximos, sendo após estes horários proibida a sua entrada.

O local da barraca é previamente marcado, cabendo ao produtor aceitar o local sugerido ou indicado pela comissão, os produtores deverão permanecer no recinto da feira até o final do horário de feira, ou seja até às 10:30 horas nos sábados e até às 21:00 horas na segundas e quartas-feiras afim de que não causem acidentes de qualquer natureza para a retiradas das barracas, e seus veículos. Nas segundas e nas quartas-feiras só é permitido o início das vendas após o toque da sirene, e para desarmar a barraca igualmente após o toque da mesma, é caracterizado como venda irregular as normas, quando o freguês escolhem e separam as mercadorias ou colocam em embalagens antes do horário de início da feira, sendo também irregular quando os produtores retiram durante o horário de funcionamento alguma peça da banca, tais como lona, pano e bancas, sendo cabíveis multas e medidas administrativas. A limpeza do local é de responsabilidade de cada produtor, que no final da feira deverá fazer a limpeza da área utilizada (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).

4.2 NORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO

A comercialização é considerada direta sempre que um produtor leva sua produção diretamente ao seu utilizador final ou através de relações de confiança mútua e solidariedade. Estas relações precisam garantir a distribuição de benefícios equitativos entre todos os envolvidos e assegurar que a atividade econômica não se afaste do seu fim primeiro, que é responder às necessidades produtivas e reprodutivas da sociedade e dos próprios agentes econômicos (INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA, 2004).

Para o produtor fazer a comercialização na feira, é necessário e obrigatório uso da banca(*Barraca*)²³, e estas devem seguir um regulamento, nele cada produtor tem direito de usar somente uma banca, devendo ter no máximo 05 (cinco) metros de comprimento, a fim de permitir a passagem do público, as bancas devem ser limpas, bem conservadas, com bom aspecto higiênicos, pintadas com tinta a óleo de cor clara e possuir cobertura limpa.

Para a venda dos produtos que forem industrializados na propriedade, o produtor deverá forrar a banca com pano limpo de cor clara, com separação para não vender junto com

²³ Barracas, são pequenas estruturas de armação de metal ou madeira coberta por uma lona, que serve para abrigar os produtores e também os produtos que serão comercializados, tipo mesa onde os produtos serão expostos de maneira a facilitar o acesso para os clientes

outros produtos, podendo ter no máximo 2 (duas) lâmpadas de 60 w, devendo ser acesas somente quando a falta de luminosidade.

Na feira não é permitida a entrada de vendedores ambulantes, a fiscalização é feita pela Prefeitura do Município de Maringá, através de seus fiscais, sendo a diretoria responsável pela definição de atitudes concretas para a realização dos objetivos preconizados no regulamento, principalmente na orientação dos produtores, para facilitar a venda dos produtos.

O engenheiro Agrônomo Jorge Ogassawara, da EMATER é o responsável pela elaboração das tabelas de preços das olerícolas, valores estes que os produtores utilizam como parâmetros para definir os preços das hortaliças a serem vendidas na feira, o agrônomo obtém esta lista de preço na pesquisa presencial que faz no Ceasa de Maringá, onde há um balizamento dos preços coletados em vários *box*²⁴, e também com os produtores que comercializam os seus produtos em atacado no pavilhão do Produtor no Ceasa Maringá. Após a coleta dos valores dos produtos que são vendidos no atacado, é feita uma média de preço comercializados na semana, sendo elaborado tabela com os preços máximos que os produtos poderão ser vendidos na Feira do Produtor de Maringá, a lista de preços é entregue no sábado valendo até a próxima quarta-feira (FEIRA DO PRODUTOR E EMATER, 2013).

4.3 INSCRIÇÃO DE ASSOCIADOS

Os produtores que pretendem comercializar na Feira do Produtor, devem provar a sua condição de produtor, declarando o lugar onde é feito o plantio e quais são as culturas a serem colhidas para a venda, a inscrição do produtor é realizada no escritório local da Emater de Maringá, mediante a apresentação de documentos como a Carteira de Identidade, o CPF (CIC), nº do lote e a sua localização, possuir provas que lhe de condição de produtor rural, (nota do produtor, notas fiscais de insumos, laudo de assistência técnica, ou através de registro de ITR, Escritura pública, declaração de arrendamento, parceria devidamente registrado, e em sua ficha de inscrição constará o tipo de produtos a serem comercializados na feira. A inscrição é preenchida e fornecida pelos técnicos da EMATER- PR, após todos estes procedimentos, confirmando a condição de produtor rural, recebe uma autorização da diretoria para fazer parte da feira (EMATER 2013).

²⁴ BOX- São as lojas utilizadas para a comercialização e estocagem de produtos dentro das Centrais de Abastecimentos 63 (CEASA).

A autorização tem validade de 12(doze) meses, sendo renovada pelo interessado no mesmo local da inscrição antes do vencimento. A inscrição tem o seu vencimento sempre no dia 10 de agosto. Se o produtor, inscrito por um período de 12 (doze) meses, passar a produzir outros tipos de produtos que não foram relatados por ocasião de sua inscrição, deverá procurar a EMATER-PR, ou a Diretoria, para fazer a atualização do cadastro, acrescentando os novos produtos a serem vendidos. Também é fornecido ao produtor uma carteira de identificação, documento único que prova a condição de produtor feirante, passando a ter direito a uma banca no local da feira. Aquele que não apresentar este documento aos fiscais, será impedido de comercializar na feira, até que faça a sua regularização.

Outro fator importante é a obrigatoriedade da presença do produtor na Feira para a venda de sua produção, não sendo admitindo a participação de pessoas estranhas auxiliando na venda, excepcionalmente a venda pode ser feita por alguém da família ou empregados fixos da propriedade.

4. 4 REGRAS PARA COMERCIALIZAÇÃO NA FEIRA DO PRODUTOR

Em toda associação há regras, que devem ser cumpridas pelos produtores afim de proporcionarem igualdade entre os produtores na comercialização de seus produtos, nesta feira todos devem colocar cartazes explícitos com os preços das mercadorias em suas barracas, estes preço devem ser discriminados em R\$/Kg, já para os produtos embalados devem constar em suas embalagens o respectivo peso, nome do produtor, nome do produto, endereço de plantio e a data da embalagem, já para os produtos que necessitam da inspeção sanitária, as embalagens seguem as normas da mesma, para os produtos que utiliza embalagem de bandejas e coberto com filme plástico, o preço pode ser acrescido em 50%, do preço normal e quando é utilizado somente embalagem plástica, o preço pode ser acrescido até no máximo a 20% do preço normal, existe um tabelamento realizado pela EMATER, com o preço máximo de venda permitida, este controle é realizado através de fiscalização direta na feira por um membro (*produtor designado*), que por sua vez emite relatórios informando aos demais o desenvolvimento da comercialização, estes relatos tem como objetivo a eliminação do desperdícios dos produtos que por ventura venham a sobrar, pelo preço muitas vezes elevados, ou ainda controlar a oferta do mesmo, evitando sobras que ocasionam a diminuição dos preços. É considerado produto embalado, quando os produtos estão dentro de embalagem,

aberta ou não e são vendidos em quilo. Os maços e folhas *in natura*²⁵ não são considerados como embalados. Os produtos em bandejas ou em embalagens plásticas têm um tratamento diferenciado quando da manipulação e são classificados conforme normas vigentes.

Visando facilitar e manter a concorrência entre os produtores e manter a disciplina do local de comercialização, durante o horário de chegada até o momento da saída do local da feira é expressamente proibido ao produtor reservar mercadorias, mesmo que previamente vendidas para determinadas pessoas, revender produtos que tenham sido adquiridos em feira-livre, estabelecimento comercial ou outros, atrair diretamente os fregueses quando estes estiverem em bancas vizinhas, é expressamente proibida a aquisição de mercadorias de outros produtores para a venda, sendo considerada como atravessio ou intermediação, não é permitido aos produtores abandonar mercadorias no recinto da feira, devendo recolher toda a sobra de produtos em recipientes adequados e levados para a propriedade, mantendo limpo o local de comercialização.

Como forma de manter o grupo de produtores mais fortalecidos e protegidos existe as normas de comercialização. Estas são seguidas e auxiliam, também os fiscais da Prefeitura, como exemplo temos o caso de pessoas negociando, sem a necessária inscrição e autorização, estas, são intimadas pela fiscalização a retirar-se do local, e no caso de não cumprimento da determinação, sua mercadoria são apreendidas e recolhidas ao departamento competente da Prefeitura, além de incorrer em medidas punitivas cabíveis em espécie.

Um produtor associado da feira poderá ter sua inscrição (matrícula e autorização) cassada pela diretoria, quando for constatado a venda de mercadorias deterioradas, ou de procedência clandestina ou adquiridas para revenda, e também com preços superiores aos fixado nas tabelas que são expostas ao público, fraudes nos preços, medidas ou nas balanças, ou apresentar comportamento contra a integridade física ou moral de terceiros. Estas normas são fundamentais para que a feira continue sendo a “Feira do Produtor”, onde apresenta mercadorias com alta qualidade de produção e com certificado de origem “o produtor”, todos a respeitam e sabe da necessidade do seu cumprimento, para a sua própria manutenção no quadro de feirantes. No caso de não cumprimento as regras de comercialização imposta pela associação da feira o produtor é notificado em primeira vez e, ocorrendo reincidência será suspenso por um mês, e não cumprindo o regulamento, o produtor é suspenso da feira por um período de 12 meses.

²⁵ IN NATURA -significa que o produto está no estado natural, do jeito que foi tirado da natureza que não foi processada e está do jeito que está desde o momento da colheita dela.

Também é obrigação do produtor manter a disciplina interna na feira, mantendo a ordem e o asseio, cada produtor comercializa a quantidade que acha que consegue vender para cada dia na feira, não tendo limites para comercialização, desde que não se caracterize atacado (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).

Na comercialização o produtor devera utilizar jaleco ou o guarda-pó, chapéu limpo, sendo obrigatórios na banca, independente de qual produto a ser vendido, esta regra é imposta ao produtor, pois facilita ao consumidor identificar o feirante, muitos jalecos apresentam o nome do feirante, dando maior credibilidade ao produto e produtor, o uso do boné também é outra forma de apresentação do feirante, sendo melhor avaliado pelos consumidores no fator de asseio com os gêneros alimentícios, como forma de higiene não é permitido uso de camisetas mesmo que personalizadas. Um ponto muito importante é a aparência dos produtos a serem comercializados, sendo o requisito higiene fundamental para uma boa comercialização, pois o cliente consumidor esta cada vez mais exigente.

Nas reuniões da feira, que são realizada a cada dois meses, na segunda semana, sempre na terça-feira, é obrigatório a presença do produtor. Caso o produtor venha a faltar na reunião é penalizado com multa de 10% do salário mínimo vigente, e quem faltar por duas vezes consecutivas é multado em 20% e assinam a notificação de que na terceira falta consecutiva será suspenso da participação da Feira por um período de 12 meses, é permitido ao produtor ausentar da feira por 4 semanas por ano, sem perder o direito do lugar, para tirar férias, desde que avise a diretoria por escrito com antecedência de no máximo de 10 dias, e somente uma vez ao ano, poderá também se ausentar da feira por um determinado período, quando ocorrer sinistros comprovados pela diretoria na lavoura, que impede a sua participação. Quando houver 02 (duas) faltas nas feiras no período de um mês ou 5 (cinco) faltas num período de 6 meses, sem aviso prévio por escrito e sem justificativas condizentes, o produtor perderá o direito do lugar, mas poderá participar da feira em outro local, indicado pelos membros da diretoria (responsável). O produtor que perde o direito do lugar, deve primeiro consultar o responsável para verificar onde poderá se instalar novamente.

Para que a Feira do Produtor de Maringá pudesse manter-se e atrair mais consumidores, teve-se a necessidade de ter produtos que não são produzidos na região de Maringá, sendo autorizado por lei e aprovado na câmara dos vereadores, sancionado pela Prefeitura o funcionamento de bancas com batata e cebola, produtos que não são produzidos na região, e também bancas de peixe, havendo também a abertura para os outros produtos comercializados na feira como os pães, bolos, pamonhas, doces, produtos de origem japonesa e banca do pastel, atualmente não é permitido a entrada de novos comerciantes, quando

houver a desistência de alguma destas bancas de comercialização, será feita uma comissão para avaliar a necessidade da reposição. Mesmo tendo autorização da vigilância sanitária, as pessoas que comercializam os produtos acima descritos, só poderão acrescentar novos produtos para comercialização na Feira, com a autorização por escrito da diretoria. Os comerciantes que comercializam os produtos acima, são considerados sócios colaboradores, mesmo tendo a autorização como produtor, somente podem comercializar seus produtos em uma única banca.

A falta do cumprimento do regulamento cabe aos fiscais e a diretoria da feira o julgamento, aos membros da diretoria é facultada a verificação de irregularidades tendo também os poderes para julgá-los, junto com os fiscais. À diretoria da feira, cabe a tomada de decisões, para a solução de casos que ocorram então estejam explícitos no regulamento (FEIRA DO PRODUTOR, 2013).

Para a realização da Feira do Produtor de Maringá coube a Prefeitura do Município de Maringá a expedição da autorização para o funcionamento da feira na datas estabelecidas semanalmente, cumprindo os termos legais, determinando o local para a sua instalação, podendo também revogar de imediato a autorização de funcionamento da feira, caso seja constatado o desvirtuamento do objetivo da feira. Cabe também a prefeitura designar um agente fiscal para que fique no recinto da feira durante o tempo de seu funcionamento, observando e fazendo as disposições regulamentares, apresentando relatório das ocorrências ao presidente da associação, fiscalizando as ocorrências mais relatadas é a de vendedores ambulantes no horário de funcionamento da feira. Os agentes da Prefeitura examinam os produtos, mandando retirar os que julgarem impróprios ao consumo, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei. Quanto à limpeza do local é feito por funcionários da prefeitura, logo após a utilização do local pelos produtores da feira, mantendo-o local limpo e bem apresentado. Também esta a cargo da Prefeitura a manutenção da ordem e disciplina. Quanto à segurança no horário de expediente da feira, se necessário intervir, os membros da diretoria recorrem aos órgãos competentes. Através do Executivo Municipal, foi criado e mantido junto a COPEL um compromisso, de fornecimento de energia elétrica, para as barracas dos feirantes interessados.



Figura 9 - Feira do Produtor de Maringá.

Foto: Paulo Milagres (2013).

4. 5 PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico dos feirantes que comercializam hortaliças na Feira do Produtor no município de Maringá, foi pesquisado pelo Centro Superior de Maringá-CESUMAR de Maringá, no ano de 2011, sendo apresentado no VII EPCC – Encontro Internacional de Produção Científica Cesumar, neste mesmo ano, relatam o perfil socioeconômico do feirante, que comercializam uma grande variedade de hortaliças, o tipo de agricultura praticada (sistema orgânico, misto ou convencional) bem como o grau de satisfação do produtor com a atividade. O estudo observou-se que a grande maioria dos feirantes é constituída por homens, com 2º grau de instrução, idade predominante 31 a 50 anos, e estão há mais de 11 anos de trabalho em feiras, com média de 07 feiras mensais, apresentando renda média, por feira, entre R\$ 300, 00 a R\$ 700, 00 em 2011. Havendo a predominância da comercialização da alface devido à maior demanda de consumo, seguida por tomate, pepino e a cenoura.

Nesse sentido podemos afirmar que o produtor tem na feira uma alternativa para a comercialização, fortalecendo e incentivando a continuidade da produção agrícola familiar e a sucessão familiar.

Na conclusão do estudo realizado por Demeneck et al. (2011), pelo CESUMAR, relata que os resultados obtidos demonstraram que a feira de produtor de Maringá tem um importante papel no desenvolvimento das famílias e na sociedade como um todo, assegurando

trabalho e renda, dentro dos princípios da agricultura sustentável, traz benefícios ambientais, econômicos, sociais e culturais na sociedade. Em conformidade a este relato podemos afirmar que os feirantes estão vinculados a feira como seu maior capital social, e o mesmo ocorre com o seu fiel consumidor, que faz da feira o seu lugar de descontração, local de rever os amigos, colocando talvez como fator secundário a aquisição de produtos.

Segundo Martins (2001), a qualidade de vida do campo está justamente no reconhecimento das reservas de possibilidade histórica que as populações rurais, sobretudo as *populações camponesas*²⁶, ainda têm para reinventar o mundo e reinventar-se no mundo, pois só pode haver qualidade de vida para diferentes populações se para elas houver lugar também para o sonho e a esperança, este sentimento também podemos observar no feirante produtor em seus trabalhos do dia a dia, mesmo com todas as adversidades de clima, distância da propriedade a feira, horários para cumprirem, seguindo as regras e normas da associação, tem em seus ideais de vida dar continuidade na feira, bem como passar de pai para filho o trabalho da feira, mantendo a confiança e a responsabilidade para com o seu cliente, principal parceiro neste segmento de comercialização.

Para Aguilar (2004), as feiras constituem-se de um espaço público que assume diferentes formas para tornar-se um local de espetáculo da vida urbana, a população de um modo geral tende a consumir cada vez mais alimentos frescos, presumivelmente cultivados com uso menos intensivo de defensivos agrícolas, sendo estes os atrativos que levam muitos consumidores a preferirem as feiras livres aos mercados tradicionais.

Os produtores que fazem a Feira do Produtor utilizam predominante em seu sistema de produção o cultivo de hortaliças de forma convencional, no entanto, há produtores que estão utilizando as práticas de cultivo orgânico, onde a adubação é realizada com aplicação de composto orgânico, cama de frango e esterco bovino, fazendo o controle de plantas invasoras com capina manual, sendo proibido a utilização de agroquímicos, entre as principais culturas comercializadas neste sistema de cultivo, destaca-se a predominância da alface, devido à maior demanda de consumo.

²⁶ Segundo Marques (1994, p. 6), populações camponesas é formado por um conjunto de relações familiares e de vizinhança, formas de organização da produção imediata, condições materiais de vida e de trabalho, relações políticas e religiosas. Tais relações se apóiam num conjunto de valores que lhes dá sentido.

5 METODOLOGIA DE PESQUISA PARA ANÁLISE DOS PRODUTORES DA AGRICULTURA FAMILIAR DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ.

5.1 METODOLOGIA

Na região de Maringá acredita-se que seja possível melhorar e desenvolver o sistema de comercialização da Feira do Produtor de Maringá promovendo o desenvolvimento municipal e regional, bem como a qualidade de vida do produtor, e sua organização social existentes na Feira do Produtor e também a questão da continuidade da agricultura familiar junto aos feirantes/produtores, pois percebe-se a presença de jovens, filhos de produtores, que exercem a função de vendedores. Para testar esta hipótese, este estudo também se propõe a identificar as dificuldades para a comercialização, sendo o maior foco a associação de produtores da feira, como está a associação e sua forma de organização em seus aspectos gerais, onde apresenta produtores com desenvolvimento desigual.

Os questionários elaborados para a coleta de dados constituiu-se em dezesseis entrevistas presenciais semi-estruturadas, aplicados no mês de dezembro de 2013. A partir de uma amostra de agricultores familiares de Maringá cuja principal atividade é a produção de hortaliças. Também continha questões fechadas e abertas, com opinião dos produtores, e questões abertas para os outros, com o objetivo de determinar variáveis de um grupo social.

Entre vários objetivos, o principal foi de estabelecer um diagnóstico da Feira do Produtor de Maringá, identificando-se os atores envolvidos com o processo de comercialização e levantando-se as dificuldades e os resultados positivos, identificando-se os possíveis entraves e facilitadores, os quais foram relatados pelos atores envolvidos neste processo.

5.2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS E RESULTADOS

Trata-se de um trabalho de pesquisa baseado em dados que foram obtidos através da observação, de questionamentos assinalados como essencial, passando-se para a interpretação das informações, fazendo a comparação entre os produtores selecionados. Estas informações foram interpretadas de acordo com os estudos assemelhados, evidenciando-se as discordâncias, discutindo-se os pontos, a apresentação da interpretação consiste nas conclusões e na relação com os dados da teoria, as análises e a interpretação das informações coletadas foram feitas procurando estabelecer pontos discordantes e opiniões diferentes sobre

o mesmo assunto entre estes produtores, buscando fatores que pudessem explicar as causas do desenvolvimento diferentes relativos ao capital social e econômico.

5. 2. 1 A Visão dos Fornecedores

Para dar uma ideia sobre a Feira do Produtor, ela é composta por uma média de frequência de 130 produtores ao mês, com média de 100 barracas por feira, sendo que 10 são conduzidas por mulheres (vendedoras), 13 são somente com homens, e o restante é conduzido de forma familiar, com aproximadamente 115 barracas, ou seja a produção é comercializada pela família, constituída por pai, filho, mãe, podendo ser alternadamente ou todos atendendo em um só dia de feira. Apresenta 70% de feirantes do sexo masculino, apesar de as mulheres serem apenas 30%, estas apresentam participação importante, uma vez que são as responsáveis pela elaboração de diversos produtos fornecidos na Feira do Produtor, sobretudo aqueles que necessitam manipulação ou transformação. A grande maioria dos produtores entrevistados (84%) acessam outros mercados além da feira, comercializam também seus produtos em supermercados e mercearias e utilizam também a venda de porta em porta.

Outra característica que pode se mostrar importante é que apesar de possuírem sistemas produtivos diversificados e participarem de outros mercados, parte significativa das famílias não consegue manter-se em suas propriedades rurais apenas com as atividades agrícolas. Dos entrevistados praticamente a metade declarou que possui pelo menos um membro da família exercendo atividades não agrícolas fora do estabelecimento produtivo. O principal motivo apresentado foi que essas propriedades não oferecem renda suficiente para a manutenção da família. Os que trabalham fora da propriedade são filhos mais novos, em parte devido aos estudos e também buscando independência financeira. Conforme demonstrado na pesquisa a maioria tem mais de 20 anos de participação na Feira do Produtor de Maringá. Dos 16 entrevistados, quase (20%) também acessam outras formas de comercialização, e políticas públicas, sendo o que a maioria (80%) vive e necessita da Feira do Produtor para gerar e manter a sua renda familiar. Todos os produtores realizaram melhorias no sistema produtivo para participação na Feira do Produtor, a maioria (75%) utilizou recursos do PRONAF para os investimentos. Contribuindo para a diversidade de produtos produzidos para a feira, como exemplo temos os produtos fornecidos “*in natura*” como frutas, verduras, legumes e mandioca, já para os produtos que recebem algum grau de transformação é observado uma concentração para os derivados do trigo, como o pão caseiro e bolachas e derivados de carne suína. (embutidos e defumados).

Houve uma boa concordância quando perguntamos aos produtores se recebem assistência técnica para participar da feira, 80% dos produtores responderam que têm, sendo que deste percentual o Instituto Emater foi citado por 100% dos entrevistados como o responsável por este serviço. Dentro dessa realidade constatamos também que a orientação sobre os serviços de organização da associação e dos produtores não é percebido como assistência técnica para 20% dos produtores, visto que este foi o percentual daqueles que declararam que não recebem qualquer tipo de assistência técnica.

Foram analisados na pesquisa os aspectos positivos e negativos da feira, conforme pode ser observado, a melhoria da renda da propriedade e a garantia de venda da produção foram apontadas por todos os entrevistados como os principais pontos positivos. A diversificação da propriedade e a distribuição da renda durante o ano também foram citados por mais de 80% dos entrevistados. Outro ponto positivo analisado pelo produtor é que seu produto é bem valorizado pelo comprador, pagando valores acima do valor de venda dos supermercados, conseguindo preços vantajosos, pois consegue obter o preço final de comercialização, o produtor ganha também o valor que o intermediário ganharia, obtém um ganho bem acima do produtor convencional que entrega seus produtos em mercados e no CEASA. Confirmando a importância destas políticas de comercialização para o equilíbrio financeiro do sistema produtivo e garantia de permanência destas famílias no campo.

No estudo, também observou-se os aspectos negativos, sendo a principal reclamação dos feirantes beneficiários, a infra-estruturado local, onde nos dias de chuva o número de consumidores da feira é muito reduzido, havendo muito pouca venda, justificam a falta de cobertura do local da feira, sendo que somente a cobertura da barraca é muito pequena, causando problemas para o comprador, principalmente para caminhar pela feira, prejudicado bastante a comercialização, sendo também bastante difícil para o feirante na hora da chegada no local da feira para fazer a instalação da barraca e no final o desarme da mesma. Outro ponto bastante citado pelos feirantes é a falta de estacionamento para a grande quantidade de carros que frequentam a feira, sendo uma grande dificuldade para as pessoas que vêm de longe para fazer comprar, apresentando-se como um fator negativo para a feira, pois muitos não conseguindo fazer o estacionamento de seu veículo próximo, preferem ir para os grandes supermercados, onde os estacionamentos são bastante amplos. Outros pontos negativos apontados pelos entrevistados dizem respeito à concorrência entre os próprios produtores da feira, pelos baixos preços praticados para alguns produtos, pois existem normas somente para o preço máximo de venda. Apesar de o preço ser apontado pelos entrevistados como um ponto negativo, estes afirmam que os preços praticados na feira são maiores que o preço de

mercado, sendo suficientes para cobrir os custos de produção, apresentando margem de lucro situando-se no intervalo de 20% a 50%. A maioria dos entrevistados indica que a Feira do Produtor deve continuar, caso ocorrer a interrupção, o principal impacto será a diminuição da renda e a troca de atividade.

Constatou-se, ainda, nesta pesquisa várias sugestões de melhorias relatada pelos produtores, e que deveriam ser implementadas na feira, temos como principais itens apontados os relacionados à necessidade de melhoria da infra estrutura do local da feira, como forma de atender melhor o público e proporcionar melhor comodidade aos feirantes nos dias de forte calor e chuva. Na percepção dos agricultores participantes, outros pontos a serem melhorados dizem respeito aos banheiros e ao sistema de iluminação do local da realização da feira noturna.

Entre os itens de ordem comportamental foi citado a comunicação entre a diretoria responsável pela associação da feira e os associados, sendo apontada como um aspecto a ser observado. É de entendimento dos feirantes participantes que eles deveriam participar mais da associação, os entrevistados relatam que em relação à assistência técnica, possuem, mas cobram muito pouco dos técnicos, e muitos não vão a procura da mesma, pois possuem tempo de agricultura e conhecimento para a produção das culturas, conduzindo de forma razoavelmente seus empreendimentos, utilizando mais a assistência técnica na busca de apoio em programas de governo, com o objetivo de melhoria da infra estrutura da propriedade. Do total de feirantes, aproximadamente 118 deles residem na zona rural, evidenciando a importância destas políticas para a permanência destas famílias no ambiente rural. Podemos fazer uma reflexão, através do relato destes fornecedores, que se houver incentivos a infra estrutura ao meio onde vivem, o número de pessoas que migram para os centros urbanos seriam bem menor, o a sucessão familiar continuaria, mantendo a produção de alimentos com a agricultura familiar.

5. 2. 2 A Visão dos gestores

O Instituto Emater e a Prefeitura de Maringá colaboram na organização da feira, é consenso que o controle da qualidade dos alimentos é realizado pelos próprios produtores, quando verificam que os produtos não apresentam uma qualidade aceitável fazem a substituição dos mesmos. Já a fiscalização dos produtos é feita pela vigilância sanitária, que realiza vistorias nas unidades de produção, segundo os entrevistados, para a manutenção da qualidade dos produtos, são realizados cursos e reuniões ministrados pelo assistente técnico

da EMATER, para os agricultores envolvidos na feira. Em relação à quantidade de produtos destinados à comercialização depende da aceitabilidade do produto, quando há maior consumo, prioriza-se maior produção, aumentando a quantidade de acordo com um calendário previamente organizado, destaca-se o maior consumo de verduras, legumes e frutas, comprovando a aceitabilidade dos produtos fornecidos, justificado por serem alimentos frescos e de boa qualidade, esta demanda reflete em incentivo à produção dos agricultores familiares e contribuem para a geração de renda em seus municípios.

Há produtos que não são fornecidos pelos agricultores familiares, mas são produzidos por produtores que são enquadrados em outras categorias, dentre as sugestões e orientações técnicas, destaca-se a necessidade dos produtores produzirem uma maior variedade de produtos, de tal forma que a produção coincida com a necessidade do consumidor, cabendo ainda ao Instituto Emater a orientação sobre a produção e aos preços praticados, a maioria dos entrevistados relata ser este um dos pontos positivos da feira, o fortalecimento desta categoria garante uma renda mínima aos produtores por meio da comercialização dos produtos.

5. 2. 3 A Visão do Instituto Emater

Um dos pontos a serem superados diz respeito à dificuldade das associações no processo de gestão, pois as organizações dos agricultores familiares ainda não são autosuficientes, apresentando dificuldades em relação à área contábil e fiscal, por outro lado, as exigências e dificuldades contribuem para que as instituições dos agricultores se organizem nestas áreas. No lado da produção há também dificuldades, uma delas é o acondicionamento dos produtos para a comercialização no local da produção e também da venda, principalmente nos dias de chuva, relatam também que a informação e divulgação do programa poderiam ser melhor estudada a fim de se potencializar a implantação dos programas, vistos os critérios de seleção e enquadramento muitas vezes impede que alguns produtores o acesso a estas políticas públicas, de acordo com o levantamento são poucos os produtores fornecedores no município, há resistência para a diversificação da produção, devido à sazonalidade da produção, ocorrendo redução do fornecimento de produtos em determinadas épocas do ano, e muitos produtores passam até meses sem poder vender na feira por falta de produto. Para o município a implantação da Feira do Produtor proporciona a comercialização de gêneros alimentícios da agricultura familiar, conseqüentemente valorização da produção municipal, e proporciona também o aumento de alternativas de comercialização e inserção destes agricultores no mercado, com o aumento da renda familiar, proporcionou também a

diversificação da propriedade, por meio da demanda por produtos transformados, oportunizando a participação das mulheres e dos jovens. Houve reflexo nas propriedades com a melhoria dos processos agropecuários na adoção de boas práticas de produção, á o incentivo à produção de qualidade, diminuiu também a perda de alimentos. A Feira do Produtor possibilitou a criação de maior vínculo social do agricultor com os outros produtores e com a população urbana (consumidor).

A estabilização da população rural através de investimentos em infra estrutura nas pequenas propriedades deve ser uma das ações incentivadas pelas políticas agrícolas, podendo reduzir os problemas que ocorrem na zona urbana com a migração campo-cidade, onde muitos dos trabalhadores que vem do campo não conseguem trabalho, tornando-se ociosos e pelo grande número de pessoas, causando o desequilíbrio populacional das periferias dos municípios, tendendo a encarecer os serviços prestados pelo Estado, pois necessitam de maior atenção do governo para a saúde, educação, infraestrutura e outros. Uma das ações de incentivo do governo aos pequenos produtores pode ser com medidas econômicas, a juros mais acessíveis, e com maiores prazos de pagamentos da dívida, também com programas de ações sociais mais atrativas como atuais da merenda escolar.

5. 4 Organizações dos agricultores e o acesso aos mercados

Dos agricultores entrevistados, todos declararam que se associaram na feira para poder ter acesso a comercialização, destaca-se a venda direta dos produtos a um mercado garantido, cada agricultor fica responsável em atender a sua demanda, orientado pelo Instituto Emater. Dentre as vantagens de se atuar na feira de forma associativa, foram citadas a possibilidade de comercialização de produtos diferenciados, também foi citado pelos entrevistados a pouca participação dos sócios no dia a dia da associação. Os preços são considerados bons, porém a expectativa é que este se eleve ainda mais, outras vantagens da feira para o produtor foi a mudança de o hábito alimentar da família do produtor.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A feira do produtor de Maringá promove o desenvolvimento municipal e regional, melhorando a qualidade de vida do produtor, sua organização social e também a continuidade da agricultura familiar junto aos produtores, percebe-se a presença de filhos de produtores, que exercem a função de vendedores. O estudo identificou as dificuldades para a comercialização, sendo o maior foco na associação da feira, sua forma de organização, onde apresentou produtores com desenvolvimento desigual.

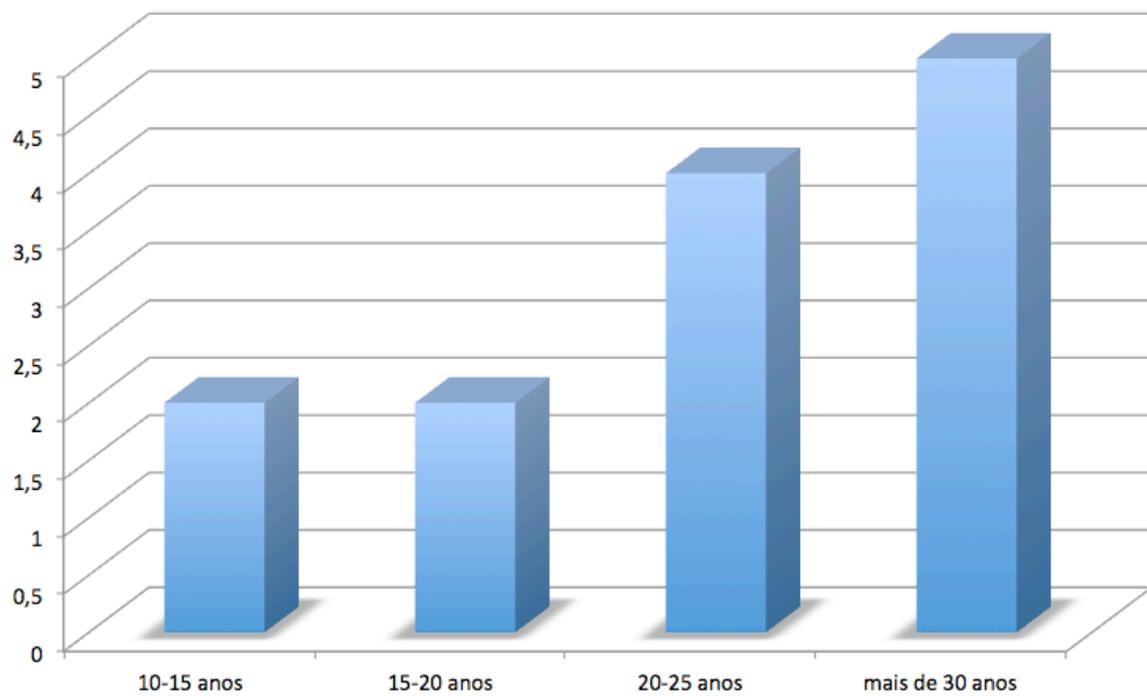
Os questionários elaborados para a coleta de dados constituiu-se em dezesseis entrevistas presenciais semi-estruturadas, feitas com uma amostra de agricultores familiares de Maringá cuja principal atividade é a produção de hortaliças. Também continha questões fechadas e abertas, com opinião dos produtores, e questões abertas para outros, com o objetivo de determinar variáveis de um grupo social.

Os questionários foram realizados no mês de dezembro de 2013 com os seguintes procedimentos:

- diagnóstico da Feira do Produtor de Maringá, identificando-se os atores envolvidos com o processo de comercialização e levantando-se as dificuldades e os resultados positivos, identificando-se os possíveis entraves e facilitadores, os quais foram relatados pelos atores envolvidos neste processo.

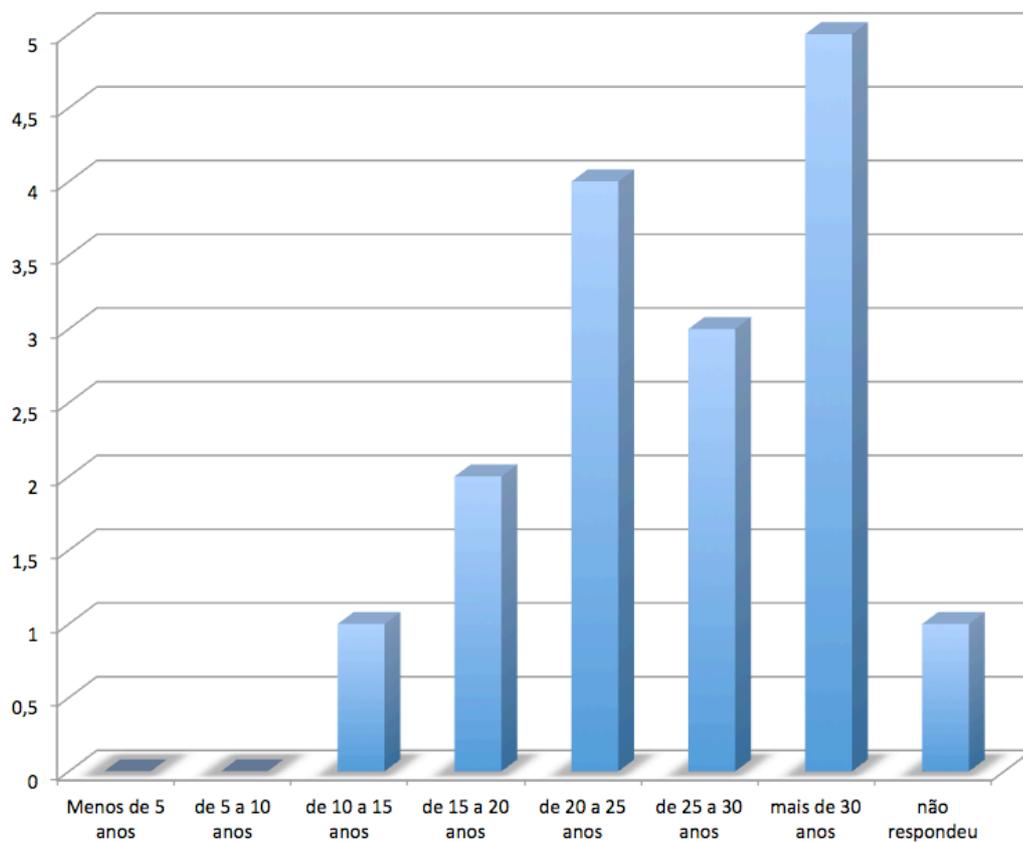
Como resultados da pesquisa temos as figuras a seguir que facilitam o entendimento das questões respondidas pelos produtores da feira do Produtor de Maringá.

Figura 10 - **Produtores da Feira do Produtor, tempo na atividade rural.**



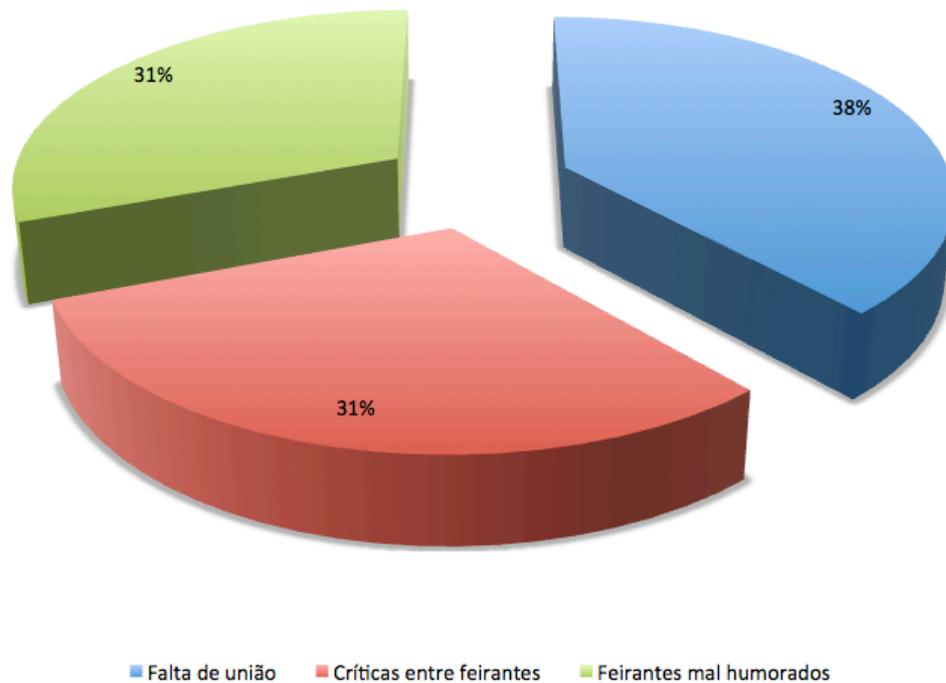
A maioria destes produtores que participa da Feira do Produtor apresenta uma longa experiência na atividade rural, depende desta atividade para sua subsistência. Também pode-se constatar que, mesmo historicamente com crises financeiras no mercado nacional, eles perseveraram em suas atividades originais e permaneceram fiéis às atividades ligadas à terra e, ainda, com características de pequeno produtor.

Figura 11 - Tempo de participação na Feira do Produtor.



Ao frequentar-se a Feira do Produtor constata-se que a faixa etária poderia confrontar-se com os dados acima apresentados, porém, há de se salientar que a titularidade da barraca cadastrada está, ainda, no nome do fundador. Ou seja, atualmente os filhos gerenciam a comercialização dos produtos na Feira. A preponderância passa de 20 anos em sua maioria. A razão de apresentar poucos produtores com menos de 20 anos, que mesmo cadastrados, não há espaço físico para a ampliação da feira.

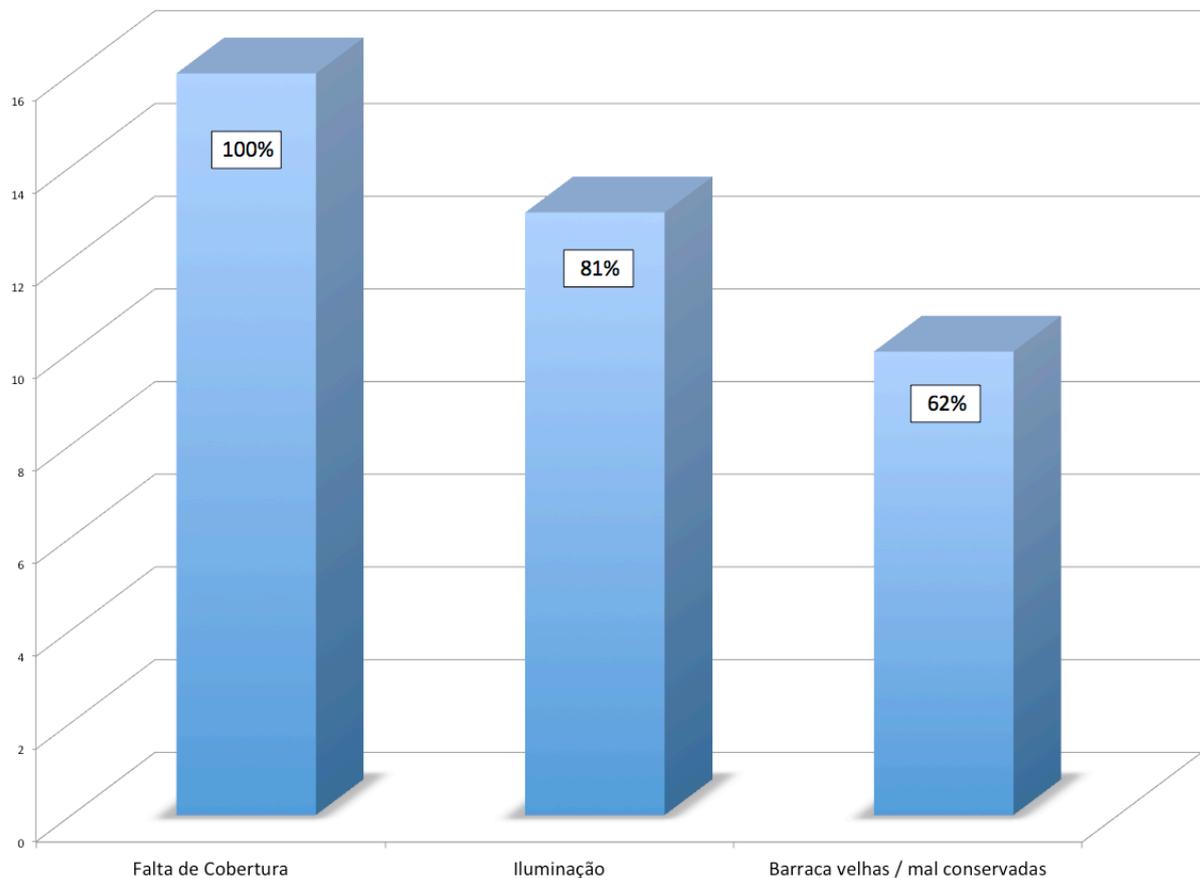
Figura 12 - Na opinião dos feirantes o que mais atrapalha a feira do Produtor.



Mesmo que a pesquisa indique que o trabalho em associação e a comercialização é favorecido pela união dos produtores, constatou-se que existe bastante divergência entre os associados. 31% indicam que há críticas entre os mesmos e, ainda, que a Feira é prejudicada também pelo mau atendimento de alguns, ocasionando perda de clientes, logo a diminuição da renda de todos.

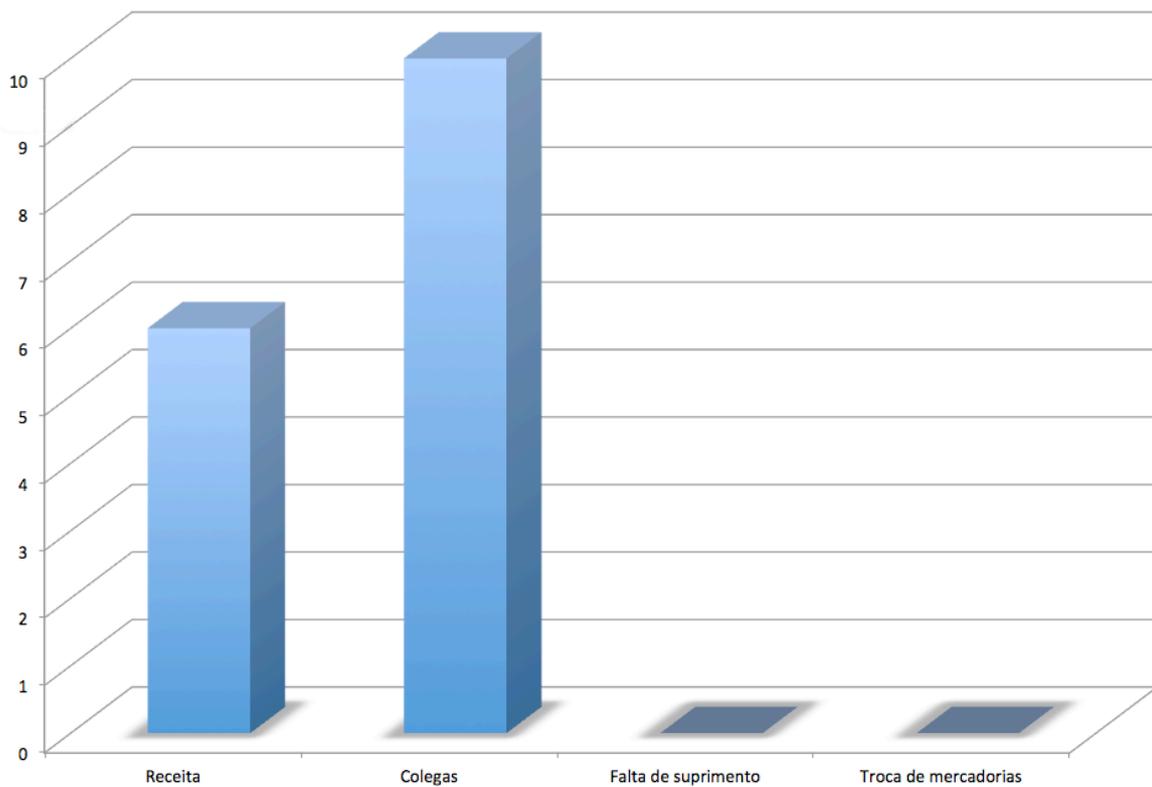
Outros pontos negativos apontados pelos entrevistados dizem respeito à concorrência entre os próprios produtores da feira, pelos baixos preços praticados para alguns produtos, pois existe norma somente para o preço máximo de venda. Apesar de o preço ser apontado pelos entrevistados como um ponto negativo, estes afirmam que os preços praticados na feira são maiores que o preço de mercado, sendo suficientes para cobrir os custos de produção, apresentando margem de lucro situando-se no intervalo de 20% a 50%.

Figura 13 - Aspecto físico - local da Feira (pontos negativos).



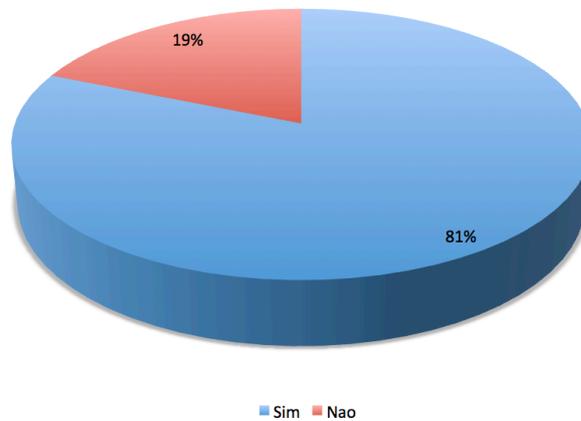
No estudo, também observou-se os aspectos negativos, sendo a principal reclamação dos feirantes beneficiários é a infra-estruturado local, onde nos dias de chuva o número de consumidores da feira é muito reduzido, havendo muito pouca venda, justificam a falta de cobertura do local da feira, sendo que somente a cobertura da barraca e muito pequena, causando problemas para o comprador, principalmente para caminhar pela feira, prejudicado bastante a comercialização, sendo também bastante difícil para o feirante na hora da chegada no local da feira para fazer a instalação da barraca e no final o desarme da mesma. Outro ponto bastante citado pelos feirantes é a falta de estacionamento para a grande quantidade de carros que frequentam a feira, sendo uma grande dificuldade para as pessoas que vem de longe para fazer comprar, apresentando-se como um fator negativo para a feira, pois muitos não conseguindo fazer o estacionamento de seu veículo próximo, prefere ir para os grandes supermercados, onde os estacionamentos são bastante amplos.

Figura 14 - O dia que não vem à feira, maior falta ao produtor.



Paradoxalmente, se as críticas e, até, discussões sérias acontecem, o companheirismo se destaca nos dados acima, quando indagados sobre o principal fator de perda quando não vêm à Feira. Esperava-se que fosse o fator monetário, mas se sobressaiu, surpreendentemente, a falta de encontro com os colegas de outras bancas. Aspectos como estes permite que outros estudos sejam realizados, no campo da psicologia social, ou mesmo, da sociologia cultural.

Figura 15 - Recebe assistência técnica para participar da Feira.



A minoria, 19%, dos produtores se equivocam quanto ao entendimento de “Assistência técnica”. Os mesmos a recebem, mas a entendem que seria a nível de campo e a que recebem, na feira, pela Emater, seria assessoria para comercialização. Todos os feirantes são atendidos pela Emater, tanto em aspectos de recomendações técnicas de condução da cultura quanto de comercialização, fato comprovado no gráfico abaixo.

Figura 16 - Assistência técnica recebida.

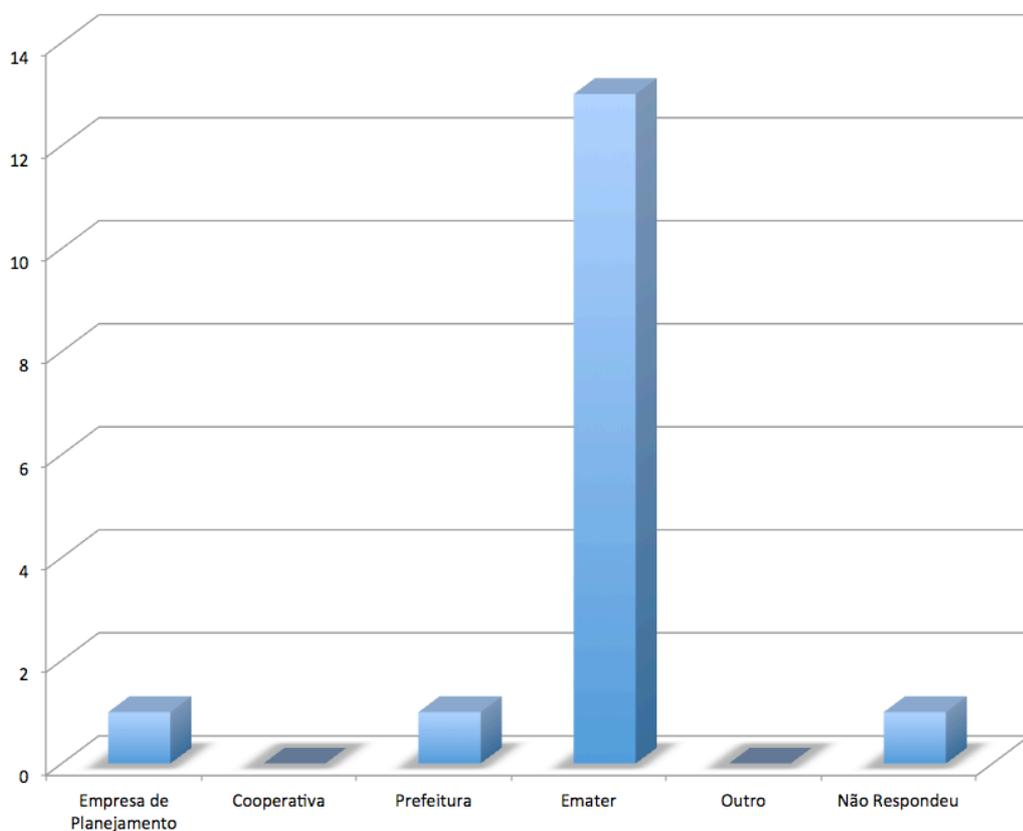
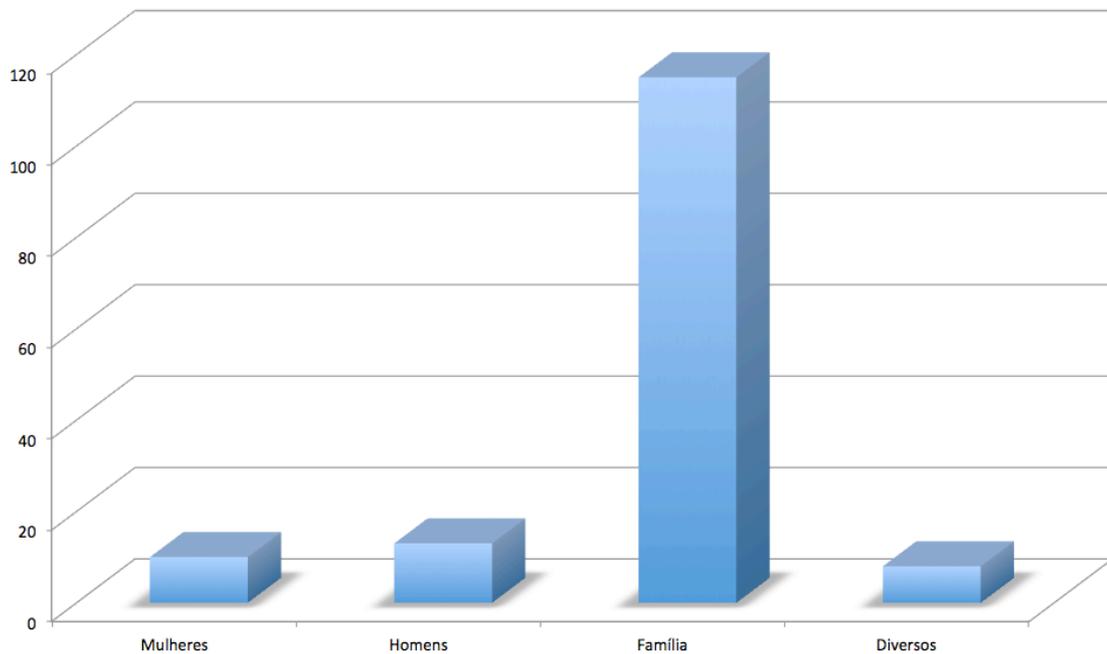
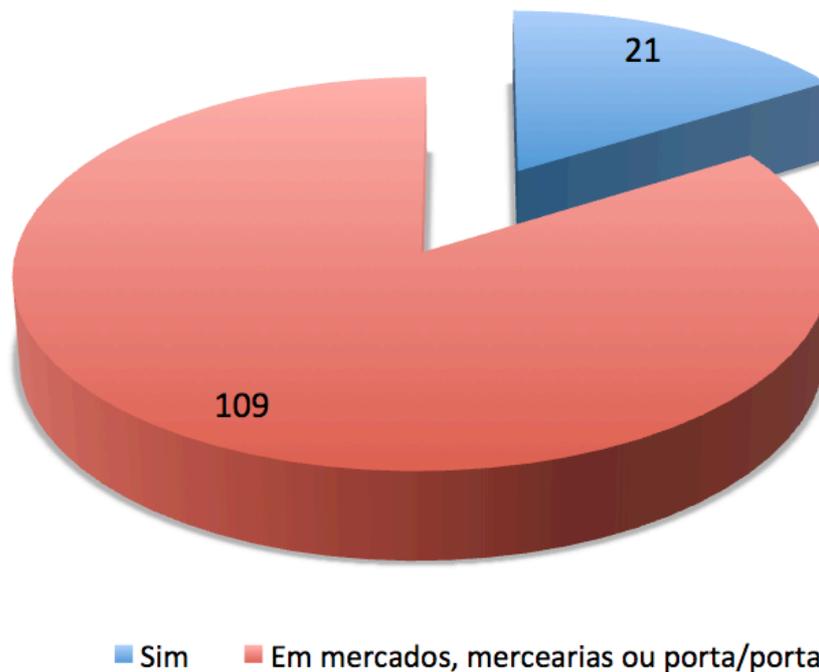


Figura 17 - **Produtores e forma de condução da banca.**



As bancas conduzidas por famílias apresentam melhor rendimento, proporcionando maior desenvolvimento em relação às bancas administradas por apenas homens ou mesmo mulheres, demonstrando que a base familiar é determinante na manutenção, ampliação e sobrevivência do negócio. O estudo indicou que os produtores com base familiar atendem melhor os clientes; estão mais preparados para sazonalidade ou adversidades diversas e produzem melhores e mais variados produtos, pela oferta de mão de obra que dispõem.

Figura 18 - Comercializam seus produtos na Feira do Produtor.



A grande maioria dos produtores que fazem a feira do produtor (109), vende além da Feira, criando assim, uma disparidade financeira com aqueles que somente utilizam o sistema de comercialização na feira. Esta disparidade fica expressa nos equipamentos, tipo de banca, veículos e o maior profissionalismo no atendimento. Assim, também sofrem menores impactos com financeiros, pois possuem mais de uma forma de entrega de seus produtos.

6. 1 Tabelamentos de preços: controvérsias

Outros pontos negativos apontados pelos entrevistados dizem respeito à concorrência entre os próprios produtores da feira, pelos baixos preços praticados para alguns produtos, pois existe normas somente para o preço máximo de venda. Apesar de o preço ser apontado pelos entrevistados como um ponto negativo, estes afirmam que os preços praticados na feira são maiores que o preço de mercado, sendo suficientes para cobrir os custos de produção, apresentando margem de lucro situando-se no intervalo de 20% a 50%. A maioria dos entrevistados indica que a Feira do Produtor deve continuar, caso ocorra à interrupção, o principal impacto será a diminuição da renda e a troca de atividade.

6. 2 O associativismo como efetivo fator de comercialização

Os produtores, para poder comercializar sua produção na Feira do Produtor de Maringá, necessitam ser membros da associação. Exigência que assegura ao produtor ter a certeza que sua produção terá mercado certo. Ele deverá seguir as normas e regulamentos onde este passará a integrar o grupo de feirantes, onde a união determina que a Feira é um estabelecimento de comércio. Sua atuação e retorno financeiro está intimamente ligado ao grupo e suas deliberações, bem como o suporte técnico disponibilizado pela Emater, devendo ser primeiramente cadastrado e aguardar a disponibilidade de espaço físico no local da feira.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Feira do Produtor de Maringá se consolida como uma das principais políticas públicas de comercialização da agricultura familiar na Região Noroeste do Paraná, onde a maioria dos produtores que a compõem tiveram melhoria na qualidade de vida, demonstrando que a forma associativa utilizada para esta modalidade contribuiu para a permanência dos agricultores familiares no meio rural e também por promover a melhoria da renda, com a garantia da comercialização. Essa feira oferta produtos mais saudáveis aos seus beneficiários consumidores. O trabalho enfatizou a necessidade da institucionalização de políticas de formação, capacitação e assessoria destes produtores, assim tornando-os capazes de suprir as demandas dos produtos hortícolas da região.

Constatou-se na pesquisa que os agricultores familiares de Maringá têm acesso às políticas públicas de abastecimento, no que se refere a Feira do Produtor é feita através da Associação da feira. Os produtores que queiram comercializar sua produção na feira precisam fazer parte dessa Associação de Produtores. Poderão associar-se os produtores - residentes em Maringá ou nos municípios circunvizinhos - que se dedicam ao cultivo de hortifrutigranjeiros. O produtor associado deverá seguir alguns critérios, como ter produção própria devidamente comprovada, como proprietário do imóvel, arrendatário, parceiro ou outro meio legítimo de uso da terra. Com essa comprovação ele deverá apresentar-se à Emater, que é a porta de entrada para se associar. Em seguida assinará a proposta de inscrição e preencherá uma ficha cadastral com vários dados. Esta ficha é encaminhada para apreciação da Diretoria da Associação, a qual faz seu enquadramento mediante a comprovação de que realmente é produtor e a coloca na lista de espera, aguardando a abertura de vaga.

Os produtores relataram como entraves, o comportamento de alguns associados, citaram: - a desunião do grupo; - o individualismo; - a inveja e também muita fofoca; - reclamaram da falta de cumprimento do estatuto; - pouca colaboração entre os participantes da feira.

Constatamos na pesquisa reclamações dos agricultores familiares por não receberem o devido incentivo para continuar na produção como feirante. Como exemplo pode citar a falta de crédito para aquisição de veículo para trabalho, muitos destes produtores feirantes possuem renda acima do teto limite para enquadramento nos programas governamentais, estas normas beneficiam produtores iniciantes, falta normas que possibilite incentivar os produtores que já se encontram estruturados, a se manterem no campo, favorecendo a produção de verduras e frutas. Atualmente existe a preocupação voltada ao futuro produtor, filhos dos atuais

agricultores, em dedicar-se ao cultivo da terra, os quais, devem ser inovados com conhecimento e tecnologias e recursos financeiros.

Os dados da pesquisa constataram que a convivência entre os produtores é competitiva, seja por mercado, infraestruturas e até socialmente, confirmando a desigualdade entre estes produtores, devido algumas especificidades, seja ela física, de capital humano e temporal.

Comprovamos que a especificidade física é baixa por se tratar de pequenos produtores, com áreas pequenas de plantio, destinadas a plantio de algumas espécies de verduras, por não possuírem áreas suficientes para produzir e atender toda a demanda de consumo. Quanto à especificidade de capital humano também é baixa, causada pela falta de mão de obra familiar, visto que muitos componentes da família, principalmente os filhos saem da área rural em busca de estudo e de melhor rendimento na área urbana, ficando somente os pais com idade avançada para o cultivo da produção. No que diz respeito à alta especificidade temporal (Clima) apresentou-se como uma das mais importantes nos ativos do agronegócio, pois se refere a aspectos ligados à natureza, envolvendo os fatores climáticos, determinando à época de plantio, que está subordinada às restrições impostas pela natureza, determinando desta forma a produção.

Demonstrou-se que é necessário a coordenação da produção, como apoio ao agricultor familiar com a finalidade de melhorar a infraestrutura do imóvel rural, o que reforça a necessidade de gestão estratégica somadas ao associativismo.

Conforme análise dos dados podemos inferir que existe diferentes níveis de desenvolvimento entre os feirantes, isso foi demonstrado que os produtores que comercializam em conjunto com a família apresentaram um maior grau de desenvolvimento. Esse fato, confirma que a união familiar favorece atendendo melhor a clientela, seja pelo maior número de pessoas que atende na banca, pela diversificação de produtos, maior oferta de mão de obra na propriedade. Produtores e esposa que trabalham junto apresentam melhor grau de desenvolvimento em relação aos que trabalha somente o produtor (a), pois apesar das mulheres serem apenas 30% das feirantes, estas apresentam participação importante, uma vez que são as responsáveis pela elaboração de diversos produtos fornecidos na Feira do Produtor, sobretudo aqueles que necessitam manipulação ou transformação, apresentado maior valor agregado para o produto vendido, aumentando sensivelmente a renda familiar. Produtores que acessam outros mercados além da feira, como em supermercados, mercearias e também a venda de porta em porta, apresentaram maior desenvolvimento em relação aos que fazem

apenas a Feira do Produtor, podendo ser pela falta de mão de obra (familiar ou de terceiros) não aumentaram a produção. Sendo prejudicados pela falta de produto, ou pela idade avançada, até pela pequena área de terra para a produção. No entanto, estes agricultores relataram que mesmo assim, continuam na feira, pois para eles este é um local de seu convívio social. Pois, foram décadas de convivência, que se constituíram em laços fortes de amizade, refletindo na sua vida um elo sinérgico, demonstrando, assim que não é somente o valor da comercialização o seu objetivo final.

Na pesquisa confirmou que a composição familiar, é parte importante para a renda da família, e esta também é um fator que reflete nas diferenças entre os pequenos produtores que utilizam a Feira do Produtor, parte significativa das famílias não consegue manter-se em suas propriedades rurais apenas com as atividades agrícolas, 50% dos entrevistados afirmaram pelo menos um membro da família exerce atividades não agrícolas fora do estabelecimento produtivo, alegaram que as propriedades não oferecem renda suficiente para a manutenção de toda a família, e passam a trabalhar fora da propriedade. Geralmente, os filhos mais novos, saem para estudar, com o objetivo de buscar a sua independência financeira, desse modo enfraquecendo a renda familiar, pela falta de mão de obra.

A concorrência entre os próprios produtores da feira, foi constatada na entrevista que alguns produtores abaixam os preços da sua mercadoria, conseguindo fazer a comercialização de toda a sua produção, entretanto a sua receita final é bem menor que a dos outros produtores que mantêm os preços de venda.

Outra possível causa de desenvolvimento desigual entre esses produtores é em relação à assistência técnica, os agricultores por se acharem experientes na condução da lavoura, procuram de maneira insuficientes as orientações técnicas. Entretanto, buscam a assistência técnica no sentido de receber apoio dos programas de governo, com o objetivo de melhoria da infraestrutura da propriedade, evidenciando também a importância destas políticas para a permanência destas famílias no ambiente rural.

A produtores que investem em tecnologia de transporte e armazenamento da produção, equipados conseguem apresentar um diferencial positivo em relação aos demais, pois mesmo com a adversidade climáticas conseguem fazer a venda da sua produção.

Na entrevista com 16 feirantes, 80% relatam os pontos negativos em relação à feira, assim como: o deslocamento constante da propriedade rural ao local da feira; a falta de união entre muitos produtores e 100% afirmaram que a feira descoberta é um entrave nos dias de chuva e frio, apresentando grande dificuldade para o vendedor e comprador.

Quanto à iluminação do local da feira, 81% dos entrevistados afirmam que o local da feira apresenta iluminação noturna muito fraca. E também, existem algumas barracas velhas, mal conservadas, faltando a padronização e modernização das bancas. Constatou-se, que 100% dos entrevistados reclamaram da presença de vendedores ambulantes, da falta de higiene nos banheiros públicos de uso geral. Dos entrevistados, 50% reclamaram das dificuldades que passam na entressafra para fazer a classificação dos produtos, pela pouca quantidade de produtos produzidos. A grande maioria dos produtores 85% relataram que alguns feirantes mal humorados exercem uma postura negativa interferindo no desenvolvimento da feira, ocorrendo cobranças diárias entre aos associados.

Os feirantes apresentaram como sugestões, a padronização das bancas, colocação do som ambiente na feira, publicidade dos dias de feiras, melhor iluminação, fortalecimento da associação para união dos feirantes, investimento no visual do produtor e familiares identificação dos produtores, também identificação das barracas e promoção de mercadorias, além de melhorias no atendimento nas barracas.

Em mais de três décadas de história da feira, os produtores ainda creem no crescimento da atividade por conta de sua estrutura, norma e organização.

A agricultura familiar no município de Maringá, é atendida principalmente pela Emater local, com assistência técnica, elaboração de DAP's e em projetos de crédito, principalmente na linha do PRONAF, estes produtores são orientados com o objetivo de aumentar sua renda e também a oferta de alimentos, principalmente na produção de olerícolas, com ênfase nos programas governamentais como o PAA E PNAE, e também para a comercialização na CEASA e principalmente na Feira do Produtor de Maringá visando a atender a demanda do município.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Agricultura familiar e uso do solo. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 73-78, 1997. Disponível em: 2013. <http://www.abramovay.pro.br/artigos_cientificos/1997/Agricultura_familiar.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

ABRAMOVAY, R. Conselhos além dos limites. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, USP- IEA, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v15n43/v15n43a11.pdf>>. Acesso em: 12 out.

ABRAMOVAY, R.; MAGALHÃES, R. **O acesso dos agricultores familiares aos mercados de biodiesel: parcerias entre grandes empresas e movimentos sociais**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.fea.usp.br/feaecon//media/fck/File/Biodiesel_AIEA2_Portugues.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2013.

ABRAMOVAY, R.; SAES, S. ; S. M. C.; MAGALHÃES, R. Markets for Small-Scale Entrepreneur ship in Brazil. In: ARBACHE, J. S. (Org.). **Poverty and Markets in Brazil: an appraisal of public policy initiatives**. Brasília, DF: ECLAC/DFID, 2003.

AGUILAR, A. Feira livre: o consumo cultural na prática. **Diário Popular**, Pelotas, p. 7, 28 mar. 2004.

BONIFÁCIO, F. A. M. et al. Feira do Produtor de Maringá e seu papel no desenvolvimento urbano - rural: a questão alimentar e a continuidade da atividade agrícola familiar. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. , 2010, Porto Alegre. **Anais**. . . Porto Alegre: Associações dos Geógrafos Brasileiros. 2010

ANDRADE JÚNIOR, R. C. **O Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA): o caso da cooperativa agropecuária regional de pequenos produtores de Mafra(COOARPA)**. 2009. 117 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp115368.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2013.

ARAUJO, M. C. **O Bairro Santa Felicidade por ele mesmo: espaço urbano e formas de representações sociais em Maringá, Paraná.** 2005. Tese (Doutorado em Antropologia)– UNESPAR, Araraquara, 2005.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Manual de Crédito Rural.** Disponível em:

<<http://www4.bcb.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=nmsGeropMCR:idvGeropMCR>>. Acesso em: 1 out.

2013.

BARONI, S. A.; RISSARDO, J. R. B.; SINCERO SOBRINHO, G. **O cooperativismo e o modelo das possibilidades.** 2011. 17 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Cooperativas da Agricultura Familiar)-Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2011.

BELIK, W.; CHAIN, N. A. **Formas híbridas de coordenação na distribuição de frutas, legumes e verduras no Brasil.** Disponível em:<http://www.eco.unicamp.br/artigos/artigo173.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico.** Tradução Denice Barbara Catani. São Paulo: Ed da UNESP, 2004.

BRASIL. Lei nº 5. 764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 16 dez. 1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5764.htm>. Acesso em: 1 out. 2012.

BRASIL. Lei nº 4. 504, de 30 de novembro de 1964. Dispõe sobre o Estatuto da Terra, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 31 nov. 1964. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4504.htm>. Acesso em: 12 jan. 2013.

BRASIL. Lei nº 10. 406, de 10 de janeiro e 2002. Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Título II. Capítulo II, Art. 53. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm>. Acesso em: 1 out. 2013.

BRASIL. 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. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 25 jul. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm>. Acesso em: 21 out. 2013.

BRASIL. Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 16 jun. 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm>. Acesso em: 1 out. 2013.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria da Agricultura Familiar. **Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <www.mda.gov.br/portal/saf/institucional/aeclaracaoaptidaopronaf>. Acesso em: 22 out. 2013.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução/CD/FNDE nº 38, de 16 de julho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 jul. 2009a. Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br/index.php/programas-alimentacao-escolar>>. Acesso em: 21 mar. 2012.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Agricultura Familiar no Brasil e o Censo Agropecuário 2006**. Brasília, DF, 2009b. Disponível em: <<http://sistemas.mda.gov.br/portal/index/show/index/cod/1816/codInterno/22598#>>. Acesso em: 21 out. 2013.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome. **Programa de Aquisição de Alimentos – PAA: Compra Direta Local da Agricultura Familiar - CDLAF - Manual de Orientação ao Proponente**. Brasília, DF, 2004. Disponível em: <http://www.paa.sc.gov.br/manual_2004.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2013.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. **Programa de Aquisição de Alimentos**. Brasília, DF, 2013. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/alimentoseabastecimento/paa>>. Acesso em: 22 set. 2013.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 1988.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **Associativismo**. 2. ed. Brasília, DF, 2012. 36 p. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Cooperativismo%20e%20Associativismo/Publica%C3%A7%C3%B5es%20e%20M%C3%ADdias/cartilha_associativismo_atualizada%202012.pdf>. Acesso em: 22 set. 2013.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. **Princípios e Diretrizes de uma Política de Segurança Alimentar e Nutricional**: Textos de Referência da II Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. Brasília, DF, jul. 2004. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/saladeimprensa/eventos/seguranca-alimentar-e-nutricional/ii-conferencia-nacional-de-seguranca-alimentar-e-nutricional-1/sobre-o-evento/documentos>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e Municipal sustentável**: material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Projeto de Cooperação Técnica INCRA/IICA. Brasília, DF, 1999. Disponível em: <<http://www.iica.org.br/Docs/Publicacoes/PublicacoesIICA/SergioBuarque.pdf>>. Acesso em: 20 jan 2014.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade**: uma história da alimentação. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CAYAPA. A economia solidária no Brasil e o sentido das novas formas de produção não capitalistas. **Revista Venezolana de Economía Social**, Venezuela, año 4, n. 8, dez. 2004. Disponível em: <<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18682/1/articulo4-8-1.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2013.

CINTRA, Anael Pinheiro de Ulhôa et al. Primeiras impressões sobre o Censo 2010 no Paraná. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 118, p. 113-138, jan. /jun. 2010.

CONHEÇA a história da cidade de Maringá. Disponível em: <<http://historia.seed.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=14>>. Acesso em: 2 out. 2013.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.

DELGADO, G. C. et al. **Avaliação do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA)**. Brasília, DF: IPA, 2005. Texto para Discussão nº 1145. p. 20. Disponível em: <<http://www.cipedya.com/doc/101408>>. Acesso em: 9 set. 2013.

DEL GROSSI, M. E.; GRAZIANO, J. da S. A pluriatividade na agropecuária brasileira em 1995. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 26-52, out. 1998. Disponível em: <<http://168.96.200.17/ar/libros/brasil/cpda/estudos/onze/grazia11.htm>>. Acesso em: 22 set. 2013.

DEL GROSSI, M. E.; GRAZIANO, J. da S. **Novo Rural**: uma abordagem ilustrada. Londrina: IAPAR, 2002. Disponível em: <<http://www.iapar.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1034>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

DEMENECK, M. T. et al. **Perfil sócio econômico de feirantes que comercializam hortaliças na feira do produtor no Município de Maringá- PR, 2011**. Maringá. Anais, Eletrônico CESUMAR: Centro Universitário de Maringá. Disponível em: <http://www.cesumar.br/prppge/pesquisa/epcc2011/anais/mary_terezinha_demeneck.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2013.

DEMETRIO, J. V. ; ASAMI, K. O. **Crédito Rural na agricultura familiar**: uma análise do Pronaf Grupo C Investimento nos municípios paranaenses de Nova Cantu e Santa Helena. 2003. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Desenvolvimento Rural)- Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, Pato Branco, 2003.

EMATER. **Agricultura familiar**. Curitiba, 2013. Memorando Interno.

Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22Genauto+Carvalho+de+Fran%C3%A7a+Filho%22>>. Acesso em: 18 jul. 2012.

FLIGSTEIN, N. **The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first – century capitalist societies**. Princeton: Princeton University, 2001.

GAIGER, L. I. A Economia solidária e espaço público. In: FRANÇA FILHO, G. C. **Ação Pública e Economia Solidária: uma perspectiva internacional**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2006. Parte, VI, cap. 16, p. 223 – 235.

GAIGER, L. I. **A economia solidária no Brasil e o sentido das novas formas de produção não capitalistas**. Toronto, 2004. Texto apresentado na Sexta Conferência da International Society for Third-Sector Research (ISTR), em Toronto, Canadá.

IASKIO, E. L. S. **Distribuição dos municípios segundo as dimensões do módulo fiscal**. 2005. Disponível em: <<http://www.incra.gov.br/portal/arquivos/servicos/0276300507.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2012.

IASKIO, E. L. S. O que é economia solidária. In: CARNIATTO, I. V. **Cooperativismo, economia solidária e inclusão social: métodos e abordagens**. Curitiba: PROEC, 2007. p. 49 - 65.

IBGE. **Contagem da População 2007**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2013/default.shtm>>. Acesso em: 1 out. 2013.

IBGE. **Histórico de Maringá - Paraná**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?codmun=4115200>>. Acesso em: 7 out. 2013.

INCRA/FAO. Projeto de Cooperação Técnica. **Novo retrato da agricultura familiar: o Brasil Redescoberto**. Brasília, DF, fev. 2000. Disponível em: <http://www.deser.org.br/biblioteca_read.asp?id=3>. Acesso em: 25 fev. 2013.

INSTITUTO de Economia agrícola. **O papel do movimento orgânico na regulação do**

mercado. Disponível em: <<http://iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 8 dez. 2013.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Caderno Estatístico Município De Maringá**. 2013. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_conteudo=30>. Acesso em: 15 out. 2013.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Leituras regionais**: mesorregiões geográficas paranaenses: sumário executivo. Curitiba: IPARDES, 2004. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/webisis/docs/leituras_reg_sumario_executivo.pdf>. Acesso em: 15 out. 2013.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Perfil do Município de Maringá**. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/perfil_municipal/MontaPerfil.php?Municipio=87000&btOk=ok>. Acesso em: 15 out. 2013.

JANNUZZI, P. M. Indicadores sociais na formulação e avaliação de políticas públicas. **Revista Brasileira de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 1, p. 51-72, jan. /fev. 2002.

LAMARCHE, H. **A agricultura familiar**: comparação internacional. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 1993. p. 13 – 33.

LAVILLE, J. L. et al. **Ação pública e economia solidária**: uma perspectiva internacional. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2006.

MAMMARELLA, R. **O Estado do Paraná no Censo 2010**. Disponível em: <http://observatoriodasmetroles.net/download/PR_Censo2011.pdf>. Acesso em: 22 out. 2013.

MARINGÁ. Prefeitura Municipal. **Plano Diretor**. Maringá, 2013.

MARINGÁ. Prefeitura Municipal. **Pontos turísticos**. Maringá: Museu da Bacia de Maringá, 2013. <<http://www.maringa.com/turismo/museu.php>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

MARTINS, J. de S. O futuro da sociologia rural e sua contribuição para a qualidade de vida rural. **Estudos Sociedade e Agricultura**, São Paulo, v. 15, n. 43, set. /out. 2001. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142001000300004>> . Acesso em: 20 out. 2013.

NAVARRO, Z. **A agricultura familiar no Brasil**: entre a política e as transformações da vida econômica. Brasília, DF: IPEA, 2010. Disponível em: <<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/904333/1/AgriculturafamiliarnoBrasilcap.7.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2013.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO PARANÁ. **As cooperativas e o desenvolvimento do Estado do Paraná**. Disponível em: <<http://www.ocepar.org.br/ocepar/>>. Acesso em: 14 set. 2013.

PICOLI, S. S. G.; BORGES, L. Maringá: a cidade rotulada como “cidade verde”. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://www.unicesumar.edu.br/pesquisa/periodicos/index.php/rama/article/view/511/369>>. Acesso em: 22 nov. 13.

PICOLOTTO, E. L. **A emergência da categoria “agricultor familiar” com o sujeito de direitos na trajetória do sindicalismo rural brasileiro**. Rio Branco: SOBER, 2008. Disponível em: <<http://econpapers.repec.org/paper/agsbrfsr/108074.htm>>. Acesso em: 12 out. 2013.

PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR: **PRONAF**. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/PRONAF.asp#1>. Acesso em: 12 out. 2013.

RAMOS, A. G. A modernização em nova perspectiva: em busca do modelo de possibilidade. In: HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. (Org.). **Políticas públicas e desenvolvimento**. Brasília, DF: Ed. da UNB, 2009. p. 41-79.

REIS, C. N.; NASCIMENTO, A. F. do. Formas alternativas de economia solidária: desdobramento histórico e restrições impostas pela concorrência do mercado. **Revista do**

Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social, Málaga, v. 2, n. 4, jun. 2008. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/oidles/04/rn.htm>>. Acesso em: 21 out. 2013.

RICHARDSON, J. R. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989. cap. 9, p. 142 – 159.

RISSARDO, J. R. B. **Estudo sobre a implantação de políticas de aquisição de alimentos na região centro-ocidental paranaense**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)-Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2012.

RODANTE, A. **Feira do Produtor de Maringá e seus reflexos na economia regional**. Maringá: Emater, 1985.

RODRIGUES, A. L. **A pobreza mora ao lado: segregação sócio espacial na Região Metropolitana de Maringá**. 2004. Tese (Doutorado em Ciências Sociais)-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

SANTOS, B. S. (Org.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, L. C. R. dos. **Reflexão sobre o Programa de Aquisição de Alimentos e Agricultura Familiar no Nordeste**. 2009. Disponível em: <<http://www.agroecologia.inf.br/biblioteca/ReflexaoPAA.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2013.

PIONEIROS e colonizadores de Maringá. **Diário de São Paulo**, São Paulo, 8 jan. 1950.

SEPULCRI, O.; TRENTO, E. J. **Mercado e a comercialização de produtos agrícolas**. Curitiba: Emater, 2010. Informação Técnica.

SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária. In: _____. **Produzir para viver: os caminhos a produção não capitalista** (Org.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. p. 81-129.

SINGER, P.; SOUZA, A. R. (Org.). **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

SILVA, N. de J. A. da; ALVES, A. F. Agricultura orgânica no município de Maringá-PR: produção e comercialização. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2013, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2005.

SILVA, N. de J. A. da. **A produção hortigranjeira no município de Maringá**. 2006. Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2006. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/855.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

TATAGIBA, L. Os conselhos gestores e a democratização das políticas públicas no Brasil. In: DAGNINO, E. (Org.). **Sociedade civil e espaços públicos no Brasil**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

TRENTO, E. J. **Área de negócios e mercados**. Curitiba, 2013. Memorando Interno da Emater, 35.

VEIGA, J. E. Agricultura familiar e sustentabilidade. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, DF, v. 13, n. 3, p. 383-404, 1996. Disponível em <<http://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/viewFile/9009/5115>>. Acesso em: 1 out. 2013.

VIEIRA, D. de F. A. ; VIANA, C. A. dos S. **O Programa de Aquisição de Alimentos**: PAA e sua relação com o modo de funcionamento da agricultura familiar. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/98d489686768a24d24fa7f0d1acabf81.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2013.

VIEIRA, N. **Feira do Produtor de Maringá**: uma abordagem sócio-espacial. Maringá: UEM, 2000.

WANDERLEY, M. de N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 42-61, out. 2003. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/art/200310-042-061.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2013.

WANDERLEY, M. de N. B. A ruralidade no Brasil moderno: por um pacto social pelo desenvolvimento rural. In: _____. **Una nueva ruralidad en América Latina, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Consejo Latino americano de Ciencias Sociales, 2001. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rural/wanderley.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2013.

ZACARIAS, X. et al. Estudo da adequação do uso do solo, no Município de Maringá – PR: utilizando-se de geoprocessamento. **Eng. Agríc.** , Jaboticabal, v. 24, n. 2, p. 436-444, maio/ago. 2004.

ZULIAN, E. **Atuação e contribuição dos conselhos municipais de desenvolvimento rural sustentável nos municípios da AMUSEP**: Associação dos Municípios do Setentrião Paranaense. 2012. Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2012.

APÊNDICES

Carteira de Autorização para Comercialização na Feira do Produtor

RM – Associação da Feira do Produtor Rural de Maringá	
CGCMF 00783695/0001-25	
FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ	
<i>AUTORIZAÇÃO PARA VENDA</i>	
Nome do titular:	Agostinho
Outro responsável:	Clarice
CPF	Lote: 32-A

Modelo de autorização para trabalhar na Feira do Produtor de Maringá – Frente

AUTORIZAMOS VENDER:
Tomate, pepino, cenoura, feijão vagem, couve, brócoli, rúcula, milho verde, salsinha, cebolinha, couve flor, repolho, melão, almeirão, couve manteiga, beterraba.

Modelo de autorização para trabalhar na Feira do Produtor de Maringá- Verso

Modelo de Ficha usado para o cadastramento de Produtores



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ - PARANÁ SECRETARIA MUNICIPAL DE SERVIÇOS PÚBLICOS

FEIRA DO PRODUTORRURAL DE MARINGÁ-2012

1. Dados Cadastrais:

Data de nascimento: _____

Nome completo: _____

CPF: _____ RG: _____

Escolaridade: _____ Estado civil: _____

Nacionalidade: _____ Se estrangeira qual: _____

Endereço residencial: _____

Bairro: _____ CEP: _____ Cidade: _____

Fone(s): _____

Produtos licenciados para comercialização: _____

Endereço da Propriedade Rural: _____

Km: _____ Lote: _____ Município: _____

Tipo de produtor: proprietário () arrendatário ()

Área com horticultura: _____

Número de funcionários : _____ Funcionários são familiares? _____

Metragem frontal da banca: _____

Nome do 2º responsável pela banca: _____

Licença sanitária? _____ () SIMSIP () SIF ()

Feiras do Produtor em que participa semanalmente:

Feira de 2º feira () Feira de 4º feira () Feira de sábado ()

Participa de outras feiras em nossa cidade? Se a resposta for sim, nomeie-as abaixo:

Feira Livre () Feira Pôr-do-Sol () Feira Verde ()

Modelo de Ficha de inscrição da Associação da Feira do Produtor de Maringá

AFPRM-ASSOCIAÇÃO DA FEIRA DO PRODUTOR RURAL DE MARINGÁ

CNPJ00783695/0001-25

SÓCIO:	<input checked="" type="checkbox"/> EFETIVO	<input type="checkbox"/> FUNDADOR	<input type="checkbox"/> COLABORADOR
		<input type="checkbox"/> BENEMÉRITO	<input type="checkbox"/> HONORÁRIO
NOME:	José		
Data de Nascimento:		Local:	
CPF:		RG: PR	
Lote nº:		Gleba:	
Estrada/Rua:		Comunidade	
Município:		Fone:	
Residência:			Nº
Bairro:		Município:	
CEP:87600-000		Área total do lote: ha	Com Hortifruti: ha
Área: Própria	<input checked="" type="checkbox"/> Arrendada	<input checked="" type="checkbox"/> Outros	<input type="checkbox"/>
Roteiro de acesso a Propriedade:			
Maringá 18 de Junho de 2012			

FICHA DE INSCRIÇÃO**Produtor** _____**Presidente** _____

1º secretário Vice-Presidente

Admitido como sócio em: ____ / ____ / ____

**Modelo de Ficha usado para o sorteio de cesta de
produtos da Feira do Produtor de Maringá.**

FEIRA DO PRODUTOR DE MARINGÁ

INSCRIÇÃO SEMANAL PARA O SORTEIO
DE UMA CESTA DE PRODUTOS DA FEIRA

DIA 02 /02/2013

NOME: _____ R. G. nº _____
Endereço: _____ Nº _____ Próximo
a: _____ Bairro: _____ Fone: _____

.....

NOME: _____ R. G. nº _____
Endereço: _____ Nº _____ Próximo
a: _____ Bairro: _____ Fone: _____

.....

NOME: _____ R. G. nº _____
Endereço: _____ Nº _____ Próximo
a: _____ Bairro: _____ Fone: _____

.....

NOME: _____ R. G. nº _____
Endereço: _____ Nº _____ Próximo
a: _____ Bairro: _____ Fone: _____

.....

NOME: _____ R. G. nº _____
Endereço: _____ Nº _____ Próximo
a: _____ Bairro: _____ Fone: _____

.....

Tabela de Preço utilizada pelos feirantes, elaborada pela Emater local de Maringá.

FEIRA DO PRODUTOR DATA :03 / 01 / 2013 PREÇO MÁXIMO DE VENDA PERMITIDO

<i>PRODUTOS</i>	<i>UN</i>	<i>VALOR</i>	<i>PRODUTOS</i>	<i>UN</i>	<i>VALOR</i>	<i>PRODUTOS</i>	<i>UN</i>	<i>VALOR</i>
Abacate tipo manteiga	kg	2,50	Espinafre	mç	4,00	Pepino caipira extra AA	Kg	2,00
Abobrinha extra AA	kg	2,00	Ervilha grão graúda	kg	---	Extra A	Kg	1,60
extra A	kg	1,60	Ervilha torta graúda	kg	---	Pepino japonês extra AA	Kg	2,50
Abóbora Hokaido	kg	1,50	Feijão Carioca novo tipo 1	kg	2,90	Extra A	Kg	2,30
Moranga	kg	1,20	tipo 2	kg	2,40	Pimentão verde extra AA	Kg	2,00
Seca	kg	1,30	Feijão Vagem macarrão AA	kg	5,50	extra A	Kg	1,90
Acelga graúda	un	2,50	Vagem macarrão A	kg	5,00	Pimenta ardida	Kg	6,00
Média	un	2,10	Gengibre seco	kg	3,00	Pimenta Cambuci graúda	Kg	3,00
Agrião graúdo	mç	1,50	Gobô	kg	6,50	Pimenta doce comprida AA	Kg	3,50
Alface crespa graúda	pé	1,80	Inhame extra AA	kg	2,70	Queijo tipo caseiro especial	Kg	18,00
Média	pé	1,60	Jiló especial graúdo	kg	3,00	Quiabo extra AA	Kg	4,30
Alface lisa graúda	pé	1,90	Laranja comum graúda	dz	---	extra A	Kg	4,10
Média	pé	1,70	Média	dz	---	Rabanete graúdo	Mç	1,20
Alface americana graúda	Pé	2,00	Laranja pêra graúda	kg	0,70	Médio	Mç	0,90
Alho roxo tipo 5	kg	8,00	Média	kg	0,50	Repolho híbrido Graúdo	Cb	2,10

tipo 4	kg	7, 00	Limão Taiti graúdo	kg	2, 10	Médio	Cb	1, 80
Almeirão Graúdo	mç	1, 90	Mandioca graúda	kg	1, 20	Repolho Manteiga Graúdo	Cb	2, 50
Banana Nanica climatizada	kg	0, 90	Média	kg	0, 90	Médio	Cb	2, 10
Maçã climatizada	kg	2, 50	Mandioca limpa embalada	kg	2, 50	Rúcula graúda	Mç	1, 90
Prata climatizada	kg	2, 20	Manga comum graúda	kg	---	Média	Mç	1, 70
Batata doce extra AA	kg	1, 60	Especial	kg	---	Salsinha	Mç	0, 50
Berinjela extra AA	kg	1, 20	Maracujá azedo graúdo	kg	3, 00	Tomate Estufa extra AAA	Kg	
Extra A	kg	1, 00	Médio	kg	2, 50	Estufa extra AA	Kg	3, 50
Beterraba em maço graúdo	mç	2, 00	Mel de abelha especial	kg	12, 00	Estufa extra A		3, 00
Extra AA	kg	1, 50	Comum	kg	10, 00	Tomate Comum extra AAA	Kg	
Extra A	kg	1, 40	Melancia graúda	kg	---	Comum extra AA	Kg	2, 50
Café limpo em grão	kg	---	Milho em grão seco	kg	0, 70	Comum extra A	Kg	2, 30
Café torrado e moído especial	kg	16, 00	Milho pipoca Americano	kg	3, 00	Tomate tipo caqui extra AA	Kg	5, 50
comum	Kg	10, 00	Comum	kg	2, 00	Tomate tipo cereja especial	Kg	4, 50
<i>Fonte: CEASA Maringá</i>			<i>Elaboração: EMATER -Local de Maringá.</i>					

Modelo de Ficha de inscrição da Associação da Feira do Produtor de Maringá

AFPRM-ASSOCIAÇÃO DA FEIRA DO PRODUTOR RURAL DE MARINGÁ

CGC/MF00783695/0001-25

FICHA DE INSCRIÇÃO-SÓCIO COLABORADOR

NOME:					
Data de Nascimento:				Local:	Maringá
CPF:		RG:		Fone:	
ENDEREÇO RESIDENCIAL					
Local:					
CEP:		Bairro:		Município:	Maringá
PROPRIEDADE OU LOCAL DA TRANSFORMAÇÃO					
Lote:			Gleba:	Patrimônio Maringá	
Estrada:			Comunidade:		
Área do lote:		Ha		Município: Maringá	
Área:	PRÓPRIA	(X)	Arrendada ()	Outro: ()	
Roteiro de acesso a Propriedade:		Av. ...			
PRODUTOS AUTORIZADOS A COMERCIALIZAR NA FEIRA					
Conservas caseiras					
Doces caseiros					
Shushi					
Bananas					
Mandioca					

Obs: Todos os produtos transformados têm a liberação do serviço da vigilância sanitária.

Declaro serem verdadeiras as informações acima citadas.

Maringá, ... de outubro de

Produtor(a) _____

Presidente _____

1º Secretário _____

Aprovado como sócio Colaborador em : ____/____/____

Entrevista com os comerciantes - agricultores familiares MARINGÁ 2013

Nome: _____ Idade: _____

Telefone: (____) _____ Tamanho da propriedade: _____

Endereço de residência: _____

Localização da propriedade (estrada, comunidade, município): _____

1) Há quanto tempo está na atividade agropecuária?

- () menos de 5 anos; () de 5 a 10 anos; () de 10 a 15 anos;
 () de 15 a 20 anos; () de 20 a 25 anos; () de 25 a 30 anos;
 () mais de 30anos.

2) Há quanto tempo está na FEIRA DO PRODUTOR?

- () menos de 5 anos; () de 5 a 10 anos; () de 10 a 15 anos;
 () de 15 a 20 anos; () de 20 a 25 anos; () de 25 a 30 anos;
 () mais de 30anos.

3) QUANTOS membro da família trabalha na propriedade?N °()

4) Algum membro da família trabalha fora da propriedade?

- () Sim () Não Se sim, qual atividade?
 () Agrícola () Não agrícola

5) Se **não agrícola**, em que modalidade?

- () Assalariado; () Diarista; () Comerciante; () Outro: _____

6) Por quê o membro da família trabalha fora da propriedade?

7) É beneficiário dos programas do governo?

- () Sim () Não

8) É beneficiário dos programas?

- Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF;
- Programa Nacional de Reforma Agrária – PNRA;
- Programa Nacional de Crédito Fundiário – PNCF;
- Programa Trator, Implementos e Equipamentos Solidários;
- Programa de Irrigação Noturna – PIN;
- Programa Agroindústria Familiar "Fábrica do Agricultor";
- Programa Leite das Crianças; Outros: _____

9) Há quanto tempo participa da Feira do Produtor?

- 01 ano 02 anos 03 anos 04 anos 05 anos anos

10) Porque entrou na Feira do Produtor?

- Vender o excedente da produção;
- Aproveitar os produtos da época;
- Utilizar mão-de-obra ociosa da propriedade;
- Utilizar áreas ociosas da propriedade;
- Diversificar a renda;
- Aproveitar recursos governamentais disponíveis;
- Outro: _____

11) Como participa da Feira do Produtor?

- De forma individual; associação. diretoria

12) Qual o motivo de ser associado?

- Interesses comuns;
- Para beneficiar a comercialização.
- Vender e comprar em conjunto;
- Para legalizar a comercialização;
- Para acessar os programas de governo;
- Outro: _____

13) Há quantos tempo participa da associação?

01 ano 02 anos 03 anos 04 anos 05 anos mais de 05 anos

14) Qual o número de sócios da associação?

Menos de 10 sócios de 10 a 20 sócios de 20 a 50 sócios
 de 50 a 100 sócios de 100 a 200 sócios de 200 a 500 sócios
 Mais de 500 sócios Não sabe ou não respondeu

15) Quais são os produtos fornecidos?

In natura:

Frutas Legumes Verduras
 Feijão Mandioca Amendoim com casca
 Cebola Alho Cheiro verde
 Milho verde Milho pipoca Ovos
 Batata doce Batata Inglesa Batata salsa
 Outros produtos ***in natura:*** _____

16) Quais são os produtos fornecidos? ***Produtos transformados:***

Açúcar mascavo Mandioca Descascada Amendoim descascado
 Arroz beneficiado Leite pasteurizado Bebida Láctea
 Iogurte Manteiga Queijo
 Bolacha caseira Derivados do milho (fubá, quirera, canjica, farinha)
 Carne bovina Carne suína Frango Caipira Abatido
 Filé de Peixe Cuca/Bolo Doces
 Macarrão Caseiro Farinha mandioca Farinha de trigo
 Pão caseiro Mel Melado de Cana
 Rapadura Polpa de Frutas Sucos
 Temperos frescos/condimentos Vegetais em conserva
 Outros produtos ***transformados:*** _____

17) O preço pago pelos produtos é suficiente para cobrir os custos de produção?

Sim Não

18) Se sim qual a margem de lucro?

até 10% a mais de margem; de 10 a 20% a mais de margem;

de 20 a 50% a mais de margem; de 50% a 100% a mais de margem;

acima de 100% a mais de margem; Não sabe ou não respondeu

19) O valor total recebido por ano é suficiente para a melhoria na renda da propriedade?

Sim Não

20) Realizou algum tipo de investimento para participação na Feira do Produtor?

Sim Não

21) Se sim, qual a origem dos recursos?

Próprios

Financiamento pela linha de crédito do _____

Subsídio (União, Estado ou Município): _____

22) Houve aumento na **área de produção** para produção destinada á feira?

Sim Não

23) Se sim, de quanto foi o aumento de área para produção destinada á feira?

24) Houve aumento no **número de produtos** fornecidos para produção destinados a feira?

Sim Não

24) Se sim, de quanto foi o aumento do número de produtos destinados?

25) Os produtos possuem algum tipo de controle?

Registro; Inspeção; Certificação;

Embalagem; Rotulagem; Não há exigência para o produto;

Não sabe ou não respondeu.

26) Como é o local da feira para você, e o que você mudaria neste local?

27) Recebe assistência técnica para participar da feira?

Sim Não

28) Se sim, de quem recebe assistência técnica?

Empresa de planejamento;

Cooperativa – Qual? _____

Prefeitura Emater Outro: _____

29) Há profissional suficiente para assistência técnica de olericultura e fruticultura?

Sim Não

30) Se não, o que poderia ser melhorado?

pesquisa

Financiamento pela linha de crédito com assistência

31) Como você sente os associados da Feira?

32) O associado cumpre e conhece o estatuto da Feira do Produtor?

33) Na hipótese de interrupção da feira, haverá reflexos no sistema produtivo?

Sim Não

34) Se sim, qual o possível impacto?

Comercializar a produção em outros mercados;

Reduzir a produção destes produtos;

Diminuição da renda;

Mudar de atividade;

Arrendar ou vender a propriedade;

Outro impacto: _____

Não sabe ou não respondeu.

35) Em sua opinião o que mais atrapalha a Feira do Produtor?

Aspecto comportamental do produtor (FEIRANTE);

Aspecto Físico do local DA FEIRA:

36) Porque você não entrou no cultivo alimentos orgânicos?

37) Quais são os pontos positivos da Feira do Produtor?

- Diversificação da propriedade;
- Melhoria da renda;
- Distribuição da renda durante o ano;
- Garantia de venda da produção;
- Garantia de preço;
- Possibilidade de acesso a outros mercados;
- Redução da dependência de intermediários;
- Assistência técnica;
- Melhor planejamento da propriedade;
- Melhoria do hábito alimentar da família;
- Outros pontos positivos: _____
- Não sabe ou não respondeu.

38) Como é o relacionamento seu com o parceiro concorrente, que tem os mesmo produtos de venda?

39) Como você vê a associação da Feira do Produtor?

40) Quais são os pontos negativos da feira?

- Preços baixos;
- Muito burocrático;
- Falta de infraestrutura para a comercialização da produção;
- Assistência técnica;
- Outros pontos negativos: _____
- Não sabe ou não respondeu.

41) Em sua opinião a feira deve continuar?

Sim Não

42) Se sim quais são as sugestões de melhoria?

42) Como é o seu relacionamento (você /associação)?

Parte Boa-----

Ruim -----

43) Como você definiria a Feira do Produtor de Maringá?

44) O dia que você não vem á feira, qual a maior falta que sente?

receita

colegas

falta de suprimento

troca de mercadorias

.....

.....

45) O que poderia ser feito para melhorara feira?

46) Como você vê a feira no futuro?

Local, MARINGÁ DEZ 2013

assinatura:

Entrevista com presidente da Feira do Produtor

Nome da ASSOCIAÇÃO _____

Endereço: _____

Nome do entrevistado: _____

Função ou cargo: _____

1) Quais são suas atribuições DO PRESIDENTE?

A quantidade de associados é suficiente?

2) Quais são os pontos positivos da Feira do Produtor?

3) Quais são os pontos negativos da Feira do Produtor?

5) Em sua opinião a Feira do Produtor deve continuar? Se sim quais são as sugestões de melhoria?

Local, data e assinatura:

1. Cite as principais dificuldades que você observou com a FEIRA