

# Análise das formas de governança dos feirantes que atuam nas feiras livres de Cascavel e de Ocara, no Ceará<sup>1</sup>

*Jackson Dantas Coêlho<sup>2</sup>  
José César Vieira Pinheiro<sup>3</sup>*

**Grupo de Pesquisa: Comercialização, Mercados e Preços**

## **Resumo**

Analisa os fatores que influenciam a forma de governança dos feirantes de Cascavel e Ocara, no Ceará: tipo de produto vendido, decisivo quando não se tem grande variedade; proximidade de grandes centros de abastecimento, que pode influenciar na escolha entre produzir ou comprar para revender; existência de condições edafo-climáticas para cultivo de produtos agropecuários, que são desfavoráveis nos municípios analisados, tornando mais vantajosa a aquisição de produtos de outros lugares; existência de firmas ou intermediários que intervenham nas transações, que vai depender do grau de diversificação do comércio do município analisado; nível de capitalização do feirante, que pode reduzir a intermediação na aquisição de mercadorias e influir no nível de formalidade da transação com o fornecedor; e as condições em que o feirante pode comprar sua mercadoria para revenda, caso não a produza, pois elas poderão influenciar nas margens aplicadas sobre os produtos vendidos. Descreve como os feirantes realizam a compra e a venda dos produtos comercializados nestes municípios, verificando também o destino dado aos produtos não vendidos, o percentual de vendas realizadas com pagamento posterior e a margem de lucro média obtida na venda.

**Palavras-chaves:** feira livre, forma de governança, comercialização.

## **Abstract**

Analyse the factors that influence the governance forms of the merchants of Cascavel and Ocara, in Ceará: type of sold product, decisive when doesn't have great variety; proximity from big supplier centers, that could influence the choice between to produce or to buy for resell; existence of conditions of weather and land for agricultural products, which are adverse in the analysed cities, making more lucrative the acquisition in other places; middlemen's existence that interfere with the transactions, that depends of the diversification grade of the commerce in the analysed city; the merchant's socioeconomic condition, which could reduce the interference in the acquisition of the merchant and could influence the formality grade of the transaction with the supplier; and the conditions that the merchant could buy his merchandise for reselling, if he's not a producer, because they could influence the margins applied on the sold products. Describes how the merchants make buying and selling merchandises in these cities, also verifying the destiny of the products that weren't sold, the percentual of sells realized with paying after sold the merchandise and the average margin of profits obtained in the selling.

**Key Words:** open market, governance form, commerce.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no XLVII Congresso Nacional de Economia, Sociologia e Administração Rural (SOBER), em Porto Alegre, no dia 28/07/09, extraído da dissertação de mestrado “Feiras livres de Cascavel e de Ocara, caracterização, análise da renda e das formas de governança dos feirantes” do primeiro autor, orientada pelo segundo autor.

<sup>2</sup> Técnico do ETENE/BNB, economista e mestre em Economia Rural. [jacksondantas@bnb.gov.br](mailto:jacksondantas@bnb.gov.br)

<sup>3</sup> Professor do Mestrado em Economia Rural da UFC, agrônomo e doutor em Recursos Hídricos. [cesar.vieira@pq.cnpq.br](mailto:cesar.vieira@pq.cnpq.br)

## 1. INTRODUÇÃO

A feira livre é um espaço público onde circulam pessoas, alimentos, bens e tradições culturais da terra. Além disso, constitui-se num importante ponto para a comercialização da produção da agricultura familiar. É um formato de varejo tradicional, que ocorre em vias públicas, ao ar livre, em locais estratégicos de centros urbanos e em dias determinados. São caracterizadas pela predominância das instalações provisórias, sem loja física, onde cada feirante monta sua banca ao lado de outros, o que o obriga a conceber estratégias que o distinga dos demais. A feira livre é um canal que relaciona diretamente vendedor e consumidor final, permitindo que haja interferência na escolha do produto (que fica exposto ao manuseio ou prova) e barganha de preço, além da oferta de produtos a preços mais acessíveis (COLLA *et al.*, 2007; PINHEIRO; SÁ, 2007). Um aspecto de interesse dentro deste canal de comercialização é a identificação das formas pelas quais os feirantes adquirem suas mercadorias, as formas de governança: isto pode revelar quem é o feirante, se agricultor familiar e/ou comerciante e como se dão as transações para produção e/ou aquisição das mercadorias vendidas.

Para Ricotto (2002), a feira livre é importante para a consolidação econômica e social da agricultura familiar. Do ponto de vista econômico, os feirantes aí reunidos vendem uma produção que não alcançaria outros mercados, já que os produtos comercializados, muitas vezes, estão ligados à cultura alimentar local. Além disso, a relação direta entre o feirante e o consumidor possibilita a diminuição de custos de comercialização, que envolve insumos, transporte, embalagens. Essa diminuição faz com que a feira se coloque como canal potencialmente mais eficiente. Outro ponto relevante é que a receita dos feirantes transforma-se em renda nas mãos dos comerciantes de fora da feira, já que parte da renda daqueles serve para comprar a estes. Tal renda assume uma maior relevância naqueles municípios em que o comércio depende essencialmente do dinheiro de aposentadorias (e outras transferências), das datas festivas ou da presença de alguma obra pública expressiva.

Com o aumento das concentrações urbanas, a feira livre cedeu espaço a outras formas de organização de mercados varejistas permanentes (*shopping centers*, supermercados), os quais ampliaram a sua oferta de serviços e se relacionam com outros tipos de lojas. Mesmo assim, não é menos importante que essas formas mais modernas de comercialização, já que a pequena imobilização de capital e a grande facilidade de se adaptar a novos pontos de venda lhes conferem um caráter de excepcionalidade ao suprimento do abastecimento *in natura* às populações de baixa renda, principalmente nas áreas periféricas das grandes metrópoles (CASTRO, 1979 *apud* SILVA, 1990).

Em suma, a feira livre de um dado município pode ser um instrumento de desenvolvimento e prática de cidadania. Nela a pequena produção familiar pode ser transformada em numerário, que, por sua vez, converte-se em renda e consumo. Na feira, esse consumo dinamiza o comércio dos municípios; é a partir dela que se moldam os hábitos alimentares das comunidades; é nela que os consumidores urbanos e rurais buscam a produção da lavoura e da indústria doméstica rural (RIBEIRO *et al.*, 2007). A feira livre pode ser, portanto, um indicador da dinâmica econômica dos municípios.

Se a feira livre existe no município, a população pode até reconhecê-la como tal, como um espaço que vale a pena ser visitado, onde poderá encontrar gêneros alimentícios e outros artigos que necessita comprar. No entanto, com exceções, o que ocorre na grande maioria dos casos é que a feira livre passa despercebida por muitas administrações municipais, que a encaram como um evento tradicional, mais uma paisagem do município, não merecedora de atenção especial na formulação de políticas ou programas públicos de desenvolvimento, desperdiçando, assim, muito de sua potencialidade.

Em municípios pequenos, a feira, quando ocorre, muitas vezes representa o principal mercado existente, para onde converge parte da circulação monetária municipal. Apesar da sua relevância como instrumento de fortalecimento da agricultura familiar e, consequentemente, de desenvolvimento local e de inclusão social, ainda são escassas as análises que exploram outros aspectos da feira livre (além dos sociológicos e dos antropológicos). As ciências agrárias preferem investir em pesquisa e em desenvolvimento para novas técnicas de produção, enquanto a economia trata a feira livre como circuito inferior da economia informal<sup>4</sup>, com pouca importância para a investigação científica (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005).

O objetivo principal deste artigo é verificar que fatores afetam a forma de governança das transações dos feirantes na aquisição dos produtos agropecuários que vendem em suas bancas, descrevendo como os feirantes realizam a compra e a venda dos produtos comercializados em cada um dos municípios analisados.

A feira que interessa ao presente estudo é aquela realizada semanalmente, em que existam bancas que comercializam produtos agropecuários (podendo ou não serem agroecológicos), independente da existência de bancas que vendam outros tipos de produto, como bens industrializados. Optou-se por realizar o estudo em feiras de dois municípios do Estado do Ceará: a primeira é localizada em Cascavel, município classificado no grupo de municípios cearenses com o maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH); e a segunda é situada em Ocara, município classificado no grupo de municípios cearenses com o menor Índice de Desenvolvimento Humano.

## 2. MARCO TEÓRICO

Zylberstajn (2005) cita que os mercados agrícolas são os mais utilizados como exemplo de funcionamento de mercados competitivos, mas alerta para o fato de que, no mundo real, existem outros mecanismos de coordenação, além do sistema de preços, e, na agricultura, são muitos os exemplos de contratos envolvendo agricultores, ofertantes de insumos e canais de distribuição, que podem dar-se por relações contratuais ou informais de produção. A idéia neoclássica de firma focaliza apenas a produção para a maximização de lucros, deixando à margem o estudo de outras formas de organização, como as organizações sem fins lucrativos, as firmas políticas, associações e entidades representativas. A firma da teoria neoclássica em nada se assemelha à firma do mundo real, tendo sua teoria concebida para entender o funcionamento dos mercados e não o funcionamento intrínseco das organizações do mundo real. A função dos preços seria oferecer informações, e não coordenar a produção (DEMSETZ, 1995 *apud* ZYLBERSTAJN, 2005).

Se a teoria neoclássica da firma não era a mais adequada para estudar a firma do mundo real e o seu funcionamento interno, fazia-se necessário buscar teorias que melhor se prestassem a essa análise. O primeiro passo foi dado em 1937, quando Ronald Coase, com o artigo “A Natureza da Firma”, passou a concebê-la como uma relação orgânica entre agentes que se realiza através de contratos, sejam eles explícitos ou implícitos. Coase foi mais além, ao questionar o papel do mercado como alocador de recursos do sistema

<sup>4</sup> O “círculo superior” engloba as atividades econômicas ditas “modernas”, como as praticadas pelos grandes conglomerados orientados pela economia global (exemplo: fabricação de automóveis), que envolvem acumulação de capital, incorporam tecnologia de ponta, empregam trabalhadores com qualificação mais elevada, com atividades comerciais voltadas para classe média e alta. O “círculo inferior” é voltado para a população e economia locais, é intensivo em trabalho e utiliza tecnologia pouco sofisticada, os vínculos de trabalho são precários em termos de proteção social, e a atividade comercial dirige-se para as camadas médias e populares, visando prioritariamente à sobrevivência (SANTOS, 2004 *apud* SATO, 2007).

econômico: o mercado funciona, mas existem custos associados ao seu funcionamento, à condução das transações: os custos de transação. Em alguns casos particulares, o mercado podia até funcionar como alocador eficiente de recursos, mas isso não podia ser generalizado. Com esse ponto de vista, podiam-se ampliar os preceitos neoclássicos de minimização de custos, antes restritos aos custos mensuráveis dos fatores de produção, passando a incluir os custos de transação. Tal fato estabeleceu uma ponte entre a Economia tradicional e a Teoria das Organizações, a chamada Economia dos Custos de Transação (ZYLBERSTAJN; NEVES, 2000; ZYLBERSTAJN, 2005).

A nova teoria propõe duas vertentes analíticas complementares cabíveis ao estudo das organizações: a primeira, macrodesenvolvimentista, trabalhada por Douglass North, que focaliza a origem, estruturação e mudanças nas instituições, tendo por foco explicar a origem e mudanças das instituições; a segunda é de natureza microinstitucional, representada pela economia das organizações, que estuda a natureza explicativa dos diferentes arranjos institucionais observados, trabalhada, entre outros autores, por Oliver Williamson (ZYLBERSTAJN, 2005).

Segundo comparou North (1990 *apud* ZYLBERSTAJN; NEVES 2000), as instituições estão para as “regras do jogo” como as organizações estão para os “jogadores”. As organizações representam o comportamento cooperativo e reúnem indivíduos na busca de determinado objetivo. O ambiente organizacional é o conjunto de organizações, de características distintas (políticas, sociais, econômicas, entre outras). Segundo definição de Olson (1965 citado por ZYLBERSTAJN; NEVES 2000), organizações são grupos de indivíduos que têm interesses comuns e que acreditam que as ações individuais desorganizadas são menos eficientes que a ação coletiva destinada a contemplar seus interesses, atuando de maneira coordenada.

O ambiente institucional é definido como o conjunto de regras - formais e informais - que regulam o ambiente em que as transações ocorrem, formando a estrutura de incentivos e controles que induzem os indivíduos a cooperar. As regras formais são as colocadas por algum poder legítimo e tornadas obrigatórias para manter a ordem e o desenvolvimento de uma sociedade, como, por exemplo, a constituição de um país ou os estatutos das organizações. As regras informais são parte da herança cultural, do conjunto de valores transmitidos socialmente, como, por exemplo, os costumes e códigos tácitos de conduta. O resultado efetivo da interação social não depende somente das instituições ou das regras, como também das ações das unidades de tomada de decisão, seja o indivíduo isolado ou organização (ZYLBERSTAJN; NEVES, 2000).

Uma transação é regida, basicamente, por uma forma de governança, que define como ela acontecerá, se via mercado, contrato ou integração vertical, na qual a firma se estrutura de maneira a produzir, do início ao fim do processo produtivo, o bem ou serviço desejado.

A forma de governança também tem a ver com o ambiente institucional: ela emerge da interação das características das transações (freqüência, incerteza e especificidade dos ativos) com os pressupostos comportamentais (oportunismo e racionalidade limitada). A freqüência está associada ao número de vezes em que dois agentes realizam uma transação, possível de ocorrer somente uma vez ou de ter uma periodicidade conhecida. A incerteza está relacionada à impossibilidade de previsão dos possíveis cenários a partir daquela transação. A especificidade dos ativos é a perda de valor dos ativos que estão envolvidos em determinada transação, caso ela não se concretize. O oportunismo é a busca do interesse próprio com avidez, e a racionalidade limitada está no fato de a capacidade do agente ser apenas parcialmente racional, não atingindo a racionalidade plena pregada na teoria microeconômica (WILLIAMSON, 1975, *apud* ZYLBERSTAJN; NEVES, 2000).

As formas eficientes de governança contratual devem considerar os riscos e definir o maior ou menor controle das transações. Por exemplo, onde a especificidade dos ativos é baixa, não é necessário controle forte, e a transação pode ser realizada via mercado. À medida que os ativos tornam-se mais específicos, o mercado passa a não mais ser uma solução eficiente, já que se faz necessário maior controle (ZYLBERSTAJN; NEVES, 2000). O mesmo autor ressalta, em outro trabalho, dados de um estudo do USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos) que confirmam ser a adoção dos contratos mais frequente nos produtores de maior escala devido à redução dos riscos e a economia dos custos de transação ser mais relevante (ZYLBERSTAJN, 2005).

Neste trabalho, buscar-se-á conhecer a forma de governança das transações que os feirantes realizam para obter produtos agropecuários para venda: o feirante pode comprar, no mercado, sua mercadoria para revenda; pode ele mesmo produzir, sendo agricultor ou pecuarista (o que seria uma espécie de integração vertical), ou pode comprar de um fornecedor para revender.

No universo das feiras livres, o ambiente organizacional envolve os aspectos da coordenação e infra-estrutura da feira livre, bem como eventuais apoios no sentido de melhor organizá-la (por exemplo, colaboração do poder público local ou do comércio do município). O ambiente institucional compreende a regulamentação da feira, caso haja algum marco jurídico no município que a legalize e reconheça sua realização.

A diversidade de gêneros comercializados (adiante identificados) na pesquisa teve por finalidade levar a casos em que se verificassem diferentes formas de governança. Estas foram definidas com base na origem da mercadoria, dividida em cinco grupos (numerados de 1 a 5), que, subdivididos em dentro (D) e fora (F) do município, geraram nove possibilidades de formas de governança, a saber:

- Origem 1D: produção própria ou de parentes, residentes dentro do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 1F: produção própria ou de parentes, residentes fora do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 2D: mercadoria comprada de outros produtores ou agricultores, não parentes do feirante, residentes dentro do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 2F: mercadoria comprada de outros produtores ou agricultores, não parentes do feirante, residentes fora do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 3D: mercadoria comprada de intermediário, pessoa física, estabelecido dentro do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 3F: mercadoria comprada de intermediário, pessoa física, estabelecido fora do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 4F: mercadoria comprada pelo feirante exclusivamente à Ceasa, em Maracanaú, que fica fora dos municípios pesquisados;
- Origem 5D: mercadoria comprada pelo feirante a granjas, depósitos e mercados (exceto Ceasa), localizados dentro do município onde se realizou a entrevista;
- Origem 5F: mercadoria comprada pelo feirante a granjas, depósitos e mercados (exceto Ceasa), localizados fora do município onde se realizou a entrevista.

### 3. METODOLOGIA

Inicialmente, realizou-se a pesquisa bibliográfica, com o recolhimento de várias obras e artigos científicos sobre o assunto. Os contatos com outros pesquisadores de feiras livres possibilitaram a aquisição de muitos artigos e recentes livros; há também alguns trabalhos disponíveis na internet, resultados de apresentações em congressos nacionais e regionais.

Foram escolhidos dois municípios para serem pesquisados. O rol para escolha foi montado da seguinte forma: depois de selecionados os 40 municípios do Ceará com maior IDH e os 40 com menor IDH, em 1991, escolheram-se de cada um destes grupos os 20 que tiveram, respectivamente, a maior taxa de crescimento (excluídos os municípios da região metropolitana de Fortaleza) e a menor taxa de crescimento de IDH no período 1991-2000.

Desta lista, resultaram para o grupo de maior crescimento os seguintes municípios: Beberibe, Cascavel, Pindoretama, Campos Sales, Tauá, Independência, Ubajara, Groaíras, Itapipoca, Pacoti, Barro, Jati, Penaforte, Brejo Santo, Ipu, Reriutaba, Quixeré, Tabuleiro do Norte, Alto Santo e Iracema. E, para o grupo de menor crescimento, os municípios foram: Chaval, Quixelô, Irapuan Pinheiro, Croatá, Baixio, Ocara, Aracoíaba, Altaneira, Assaré, Potengi, Aiuaba, Arneiroz, Catarina, Coreaú, Massapê, Martinópole, Moraújo, Senador Sá, Miraíma e Umirim (PNUD, 2003).

Para a escolha dos municípios, realizou-se contato, via correio eletrônico ou telefone, com técnicos de campo do BNB (funcionários que trabalham diretamente no município, realizando vistorias em projetos financiados pela instituição) e com os escritórios da Ematerce. Essa comunicação foi necessária para saber se existia feira livre no município; quando havia, obtiveram-se informações preliminares (dia de ocorrência, predominância de comerciantes ou produtores familiares, origem dos produtos e número de bancas) e também pesquisou-se se havia associação de feirantes ou algum apoio das lideranças municipais à feira. Segundo as informações fornecidas, oito dos municípios inicialmente propostos não possuíam feiras (Pindoretama, Beberibe, Groaíras, Aracoíaba, Umirim, Miraíma, Martinópole e Arneiroz), e a maioria dos feirantes era comerciante, não produtor rural.

No caso dos maiores índices no período 1991-2000, escolheu-se Cascavel, por ser a maior feira do Ceará, uma das maiores do Nordeste e por ser próxima, a 55 quilômetros de Fortaleza. No caso dos menores índices desse período, considerou-se Ocara, que tem uma feira bem menor e é um município pequeno, a 100 quilômetros da capital. A comparação entre as duas feiras de dois municípios de realidades diferentes, apesar de vizinhos, poderia revelar muitos contrastes. Cascavel é um município mais antigo (126 anos); em 2000, 83% de sua população estava na zona urbana, abrigando algumas poucas indústrias, com IDH na 23<sup>a</sup> posição estadual; Ocara tem apenas 20 anos; em 2000, 70% da população residia na zona rural e inexistem indústrias, estando na 157<sup>a</sup> posição em termos de IDH estadual (Ipece, 2003; Ipece, 2007; PNUD, 2003; IBGE, 2008).

### **3.1 A origem dos dados**

A primeira viagem a cada município escolhido foi de reconhecimento, para verificar a estrutura das feiras e fazer a contagem visual das bancas que comercializavam produtos agropecuários. Na oportunidade, alguns feirantes foram abordados superficialmente, a fim de se ter uma idéia do que vendiam e de onde adquiriam a mercadoria vendida. O feirante (produtor da mercadoria ou não) deveria comercializar, de forma regular, com ou sem ponto constituído na feira, os produtos agropecuários classificados nos seguintes grupos:

- Grupo 1: Animais vivos (aves, ovinos, suíños, caprinos, bovinos, eqüinos);
- Grupo 2: Carne bovina (de 1<sup>a</sup>, de 2<sup>a</sup>, e miúdos);
- Grupo 3: Carne suína/de criação (ovinos e caprinos);
- Grupo 4: Especiarias (cascas, ervas - para cozinha ou finalidades medicinais; temperos e fumo);
- Grupo 5: Frango abatido (de granja ou caipira);
- Grupo 6: Hortifrutigranjeiros (frutas, legumes, verduras);

■ Grupo 7: Mercearia (predominância do comércio de grãos - milho, feijão, arroz; derivados da cana de açúcar - rapadura, alfenim, batida; produtos lácteos de primeira transformação - queijo, nata, creme de leite; derivados de mandioca – farinhas de todos os tipos; ovos);

■ Grupo 8: Peixe (peixe fresco ou seco e salgado, mariscos diversos).

Demonstra-se, na Tabela 1, o total de questionários aplicados em relação ao universo de bancas levantado.

**Tabela 1 – Número de bancas de produtos agropecuários e de entrevistas realizadas nas feiras de Cascavel e de Ocara (2008).**

Setores	Cascavel			Ocara (1)		
	Bancas	Entrev.	%	Bancas	Entrev.	%
1. Animais vivos (2)	-	9	-	3	1	33,3
2. Carne bovina	36	8	22,2	-	-	-
3. Carne de Criação/Porco	8	3	37,5	-	-	-
4. Especiarias	14	8	57,1	1	1	100,0
5. Frango abatido	20	7	35,0	-	-	-
6. Hortifrutigranjeiros	71	33	46,5	17	16	94,1
7. Mercearia (3)	52	17	32,7	1	1	100,0
8. Peixe/frutos do mar (4)	42	15	35,7	3	3	100,0
<b>Total</b>	<b>243</b>	<b>100</b>	<b>41,2</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>88,0</b>

Fonte: Pesquisa direta (2008)

Notas:

(1) Em Ocara, não há feirantes de carne bovina, de criação/porco nem de frango abatido.

(2) Impossível de se contar, nem cadastro existe na Prefeitura de Cascavel. A grande dispersão de pessoas impede a contagem do número de feirantes, não existe ponto definido nem informação confiável por parte dos freqüentadores.

(3) Esse conceito abrange os feirantes que vendem grãos, rapadura e derivados de mandioca, no mercado de abastecimento.

(4) Em Cascavel, o universo engloba os feirantes do mercado do peixe, divididos em boxes, mais os dois que vendem peixe seco e salgado na parte de mercearia, entrevistados logo no início da etapa de campo.

As amostras, apesar de representarem diferentes percentuais em cada grupo de produto agropecuário pesquisado, podem ser boas representações do universo levantado na contagem, já que, à exceção do grupo de animais vivos em Cascavel, nenhuma se apresentou inferior a 20%. Como o número de feirantes em Ocara era muito pequeno, decidiu-se aplicar questionários com todos os que estivessem presentes durante as visitas. Já no caso de Cascavel, seriam entrevistados alguns feirantes de cada grupo definido como alvo<sup>5</sup>. A procedência dos produtos pode ser a pequena produção familiar ou as grandes plataformas de distribuição de alimentos (agronegócio).

No questionário, anotou-se a percentagem da mercadoria comprada de acordo com a origem informada pelo feirante (especificadas no marco teórico), a fim de se fazer a composição da forma de governança. Quando ocorreu mais de uma forma entre as mercadorias vendidas pelo feirante, foi considerada a mais frequente.

O questionário semi-estruturado foi dividido em blocos (dados sobre o feirante, sobre a atividade na feira, sobre outras rendas, sobre os financiamentos e sobre a organização da feira) e aplicado pelo autor nas visitas, procurando dimensionar a

<sup>5</sup> Vale frisar que o cadastro dos feirantes foi solicitado nas visitas às secretarias das prefeituras. Em Cascavel, o cadastro está em pastas do arquivo da prefeitura, e não existe um resumo quantitativo atualizado sobre o número de feirantes. Em Ocara, o cadastro foi solicitado na visita e mais duas vezes por telefone, mas não chegou até o fechamento do trabalho.

composição da renda mensal do feirante, o papel do “apurado” na feira, das transferências governamentais e aposentadoria na composição de sua renda, os tipos de produtos vendidos e as formas de governança (se produz, se compra de fornecedor ou de intermediário, se compra na Ceasa), além de outros aspectos, como se o feirante fez ou não empréstimo, sua disposição em fazê-lo, se tem transporte próprio de mercadorias para a feira, tempo de escolaridade e de comércio na feira, que margem de lucro espera ter com os produtos vendidos, participação em associações, existência de concorrência e visão de futuro do negócio.

Utilizou-se também a observação simples em toda a pesquisa de campo, de forma a verificar como é a rotina do feirante em seu local de trabalho, além do registro fotográfico de bancas, produtos, espaços de venda e detalhes de infra-estrutura existentes nos locais de realização das feiras.

### **3.2 Métodos de análise**

Os questionários, depois de aplicados, foram revisados, verificando-se a consistência das respostas obtidas. Em seguida, os dados primários foram tabulados e analisados no programa estatístico SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Tendo em vista que o trabalho abordou uma amostra dos feirantes, de tamanhos diferentes, em razão de a feira de Cascavel ser muito grande e de a de Ocara ser uma feira pequena, adotou-se, para todas as variáveis levantadas, a representação percentual. E, a partir delas, recorreu-se a alguns testes, para saber se as amostras das variáveis levantadas tinham alguma diferença significativa. Os testes realizados foram os do Qui-quadrado, Phi e t de Student, adotando a não-igualdade entre as amostras obtidas para cada variável como hipótese nula.

O t de Student é um teste paramétrico que compara amostras de variáveis intervalares (quantitativas) com distribuição normal e homogeneidade das variâncias. Os testes Qui-quadrado e Phi são testes não paramétricos utilizados para comparar amostras de variáveis categóricas (qualitativas). Em análises envolvendo variáveis nominais, é comum a utilização do teste Qui-Quadrado para comparar amostras. No entanto, este teste torna-se inadequado quando existem frequências nulas entre as categorias da variável analisada, o que representa a quebra de um de seus pressupostos. Neste caso, segundo MAROCO (2003), pode-se empregar o teste Phi, o que foi feito nesse estudo sempre que essa situação ocorreu. Esses testes foram utilizados na comparação de amostras de feirantes entre municípios e *clusters* (item 5.4.4).

Para todos os testes realizados, o nível de significância (sig) adotado foi o de 5% (valores desejáveis menores ou iguais a 0,05). Notas explicativas nas tabelas alertarão quando houver casos de significância diferentes de 5%.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1. Estruturas de governança dos feirantes que atuam nas feiras de Cascavel e de Ocara**

Apesar de Ocara e Cascavel serem cidades interioranas (e vizinhas), o nível de organização da estrutura de comercialização local é diferente: Cascavel é um município maior, com uma feira dotada de infra-estrutura inexistente em Ocara; há uma grande diversidade de feirantes vendendo, e outra ainda maior de produtos vendidos; e a feira de Cascavel acontece todos os dias, enquanto a de Ocara apenas em um único dia.

A dinâmica da produção local não tem grandes diferenças, já que, em ambos os municípios, muitos dos produtos vendidos na feira são trazidos de fora, via Ceasa ou outras origens. O que muda são algumas estratégias dos feirantes, de acordo com o principal tipo

de mercadoria vendida: se compram de intermediários, em alguns casos, conseguem prazo, ainda que seja o do pagamento “no apurado” (recebem a mercadoria e pagam o fornecedor após vendê-la), o que é impossível em se negociando com a Ceasa. Não se teve notícia, na pesquisa de campo, de contratos de fornecimento formais regendo a relação fornecedor-feirante. Quando o feirante tem uma situação financeira melhor, no caso de alguns que vendem grãos e os procedentes de outros municípios, que negociam hortifrutigranjeiros, a formalidade não passa de um cheque pré-datado, vale ou boleto bancário. As transações são realizadas pelo mercado.

Pode existir alguma interação entre feirante e produtor, principalmente na negociação de hortifrutigranjeiros, fato revelado em algumas entrevistas em Ocará e em Cascavel. Em Ocará, um grande volume do cheiro verde vendido na feira é produzido num assentamento rural próximo e através de agricultores familiares. Já em Cascavel, esse produto muitas vezes vem de hortas particulares, pertencentes a pessoas que não têm a agricultura como meio de subsistência.

É comum o relacionamento informal entre fornecedor e feirante, mas, em alguns depoimentos, constatou-se que alguns feirantes seguem a lógica de mercado: possuem vários fornecedores, sejam eles do município ou de outro lugar, e compram a mercadoria de quem vender a um preço mais baixo, sem que questões de amizade influenciem na negociação. Já no caso da carne bovina, apurou-se o contrário, ela provém quase que exclusivamente de um só fornecedor.

Em algumas poucas entrevistas notou-se o senso de “prospecção de mercado” por parte de alguns feirantes: foi o caso de um vendedor de galinha de granja viva em Ocará, que percebeu que, naquela feira, não se vendia a mercadoria com a qual ele negociava. Em Cascavel, um vendedor de hortifrutigranjeiros, também proprietário de uma horta, resolveu vender produtos não muito comuns nas bancas concorrentes, como alface americana, rúcula e manjericão, que são mais fáceis de se encontrar em supermercados, procurando atender um público de melhor renda; outro só vende no mercado a cabeça de peixe, muito utilizada para confecção de caldos, ao contrário dos colegas, que vendem o peixe inteiro ou em postas. Em uma feira maior, com uma maior variedade de produtos, torna-se difícil para os feirantes descobrir novos nichos de mercado.

Alguns feirantes têm amizade com outros, principalmente quando trabalham vizinhos ou lidam com a mesma mercadoria, conforme visto entre os que negociam hortifrutigranjeiros, frango abatido, carne, peixe e artigos de mercearia, chegando até a se reunirem para ratear despesas de frete. Algumas vezes, essa relação de amizade se estende aos consumidores, pois alguns feirantes chegam a guardar suas compras já realizadas, para que eles circulem pela feira sem carregar peso, ou mesmo lhes facilitam o pagamento, anotando o “fiado” (recebendo a mercadoria para pagar depois) em pequenos cadernos.

Na Tabela 2, foca-se a distribuição de freqüência das formas de governança predominantes das mercadorias vendidas. Talvez em virtude do tamanho da feira de Cascavel, nota-se que há uma melhor distribuição percentual das formas de governança verificadas entre feirantes, com uma ligeira vantagem para os produtos que são adquiridos na Ceasa (neste caso, quase que totalmente os hortifrutigranjeiros). Verificou-se que, em alguns casos de mercadorias compradas a intermediários, estes a adquiriam da Ceasa e depois repassavam aos feirantes, podendo-se afirmar que essa é a principal origem dos produtos hortifrutigranjeiros vendidos nas feiras dos dois municípios.

**Tabela 2 – Distribuição de frequência dos feirantes de acordo com a forma de governança dos produtos comercializados na feira de Cascavel e de Ocara (2008).**

<b>Forma de Governança</b>	<b>% verificado</b>	
	<b>Cascavel</b>	<b>Ocara</b>
1. Produção própria	no município	6,0
	fora do município	3,0
2. Produto comprado de produtores/ agricultores não parentes	no município	18,0
	fora do município	7,0
3. Produto comprado de intermediários (pessoa física)	no município	14,0
	fora do município	18,0
4. Produto comprado na Ceasa	fora do município	19,0
5. Produto comprado de firmas (granjas, frigoríficos, depósitos)	no município	6,0
	fora do município	9,0
<b>Total</b>		<b>100,0</b>
		<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa direta (2008)

Os casos de produção própria, no entanto, ficaram muito abaixo da expectativa: apenas 9% dos feirantes em Cascavel produzem a mercadoria que vendem, enquanto em Ocara, esse percentual é pouco superior, 13,6%. Esses percentuais verificaram-se na produção de animais vivos, peixe fresco e, principalmente, hortifrutigranjeiros, em especial produtos mais perecíveis, que não podem ser transportados a distância (como o cheiro verde). Esse tipo de mercadoria, quando não é vendido por quem produz, precisa ser comprado nas imediações.

O percentual de feirantes que declarou comprar a mercadoria de agricultores ou de produtores que não são seus parentes também é representativo (25% em Cascavel e 27,2% em Ocara), havendo um maior percentual de feirantes entrevistados, em Cascavel, que preferem produtores do próprio município, enquanto, em Ocara, essa preferência não está definida.

Entre os entrevistados, um maior percentual em Cascavel (32%) declarou depender mais de intermediários (tanto de dentro como de fora do município) que o de Ocara (9%); em contrapartida, 40,9% dos entrevistados neste município declararam que sua principal forma de governança se dava com a compra de mercadorias à Ceasa, contra apenas 19% dos entrevistados em Cascavel. Pode-se pensar que, sendo Ocara mais distante da Ceasa que Cascavel, os feirantes fossem depender mais do abastecimento de intermediários. No entanto, como devem ser menores as opções de compra no município e entorno, e pensando em reduzir o custo da mercadoria para revenda, eles preferem ir diretamente à Ceasa, dada a relativa proximidade e facilidade de acesso rodoviário.

De acordo com o teste Phi, não houve diferença significativa quanto à origem dos produtos comercializados nos dois municípios ( $\Phi = 0,287$  e  $\text{sig} = 0,261$ ). Não se verificou, entre os feirantes de Ocara, a forma de governança envolvendo firmas do município, outro indicativo do baixo grau de diversificação existente no comércio do lugar.

#### **4.2 Compra e venda dos produtos comercializados nas feiras livres de Cascavel e de Ocara**

Investigaram-se também aspectos mais relacionados à atividade dos feirantes, como a forma pela qual pagam as mercadorias que não produzem, a forma de atribuir preço à mercadoria que vendem e o destino dado às mercadorias não vendidas.

As principais formas de pagamento realizadas pelos feirantes estão discriminadas na Tabela 3. Em Cascavel, 42% dos feirantes entrevistados disseram comprar a mercadoria

e pagar somente depois que a vendem (o que chamam de pagar “no apurado”). Nessas transações, não existe formalidade, o contrato é informal, lastreado pela palavra, pela relação de confiança construída entre fornecedor (geralmente um intermediário) e feirante, pela reputação que ambos têm nas relações entre si, e pode ser encarado como uma forma de empréstimo a curíssimo prazo, sem juros. A segunda forma de pagamento de mercadoria mais utilizada é à vista, apontada em 29% das entrevistas.

Em Ocara, a modalidade de pagamento mais adotada pelos feirantes entrevistados é a compra à vista, com 63,6%. Isso pode ser explicado pelo fato de os feirantes comprarem diretamente na Ceasa, que geralmente cobra pagamento à vista, conforme visto na tabela anterior. A segunda forma de pagamento mais indicada é a do “apurado”, com 18,2% das opiniões dos feirantes. Em Ocara, essa modalidade é muito utilizada também pelos feirantes que lidam com hortifrutigranjeiros, especialmente cheiro verde.

O percentual zero, em Ocara, aparentemente conflitante com o dado da Tabela 2, em que 13,6% dos feirantes vendem o que produzem dentro e fora do município, decorre do fato de um ou outro deles vender mercadoria produzida por parentes, pagando “no apurado”.

**Tabela 3 - Distribuição de frequência dos feirantes de acordo com a principal forma de pagamento dos produtos comercializados na feira de Cascavel e de Ocara (2008).**

Forma de Pagamento	% verificado	
	Cascavel	Ocara
1. Não se aplica, produz mercadoria vendida	4,0	0,0
2. Compra à vista, acerto verbal	29,0	63,6
3. Compra a prazo, com vale, cheque pré-datado ou boleto bancário	5,0	13,6
4. Compra “no apurado”, paga depois que vende	42,0	18,2
5. Compra parte à vista, parte a prazo, “no apurado”	12,0	4,5
6. Compra parte à vista e parte a prazo, com vale, cheque pré-datado	8,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa direta (2008)

A grande maioria dos feirantes, nos dois municípios, considerou o preço de compra como o principal balizador (além de ser o mais fácil de utilizar) para a formação dos preços de venda na feira (em Cascavel, 83% e em Ocara, 86,4%). Conforme observa-se na percentagem dos entrevistados, poucos estão preocupados em saber o preço da concorrência (10 e 13,6%), principalmente no caso dos produtos hortifrutigranjeiros, em sua maioria adquiridos na Ceasa, sobre os quais os feirantes geralmente aplicam margens de lucro muito próximas (Tabela 4). Eles relatam que não adianta baratear demais, em função das perdas e da real possibilidade de prejuízo, nem subir demais em relação aos outros feirantes, pois perderão vendas para os vizinhos.

O preço do mercado nacional e o balizamento em alguma medida (por exemplo, a arroba do boi gordo) são utilizados apenas por 2% dos feirantes entrevistados que trabalham com carne bovina, e a base na concorrência e o custo de produção, somente pelos que disseram produzir o que vendem. São formas de fixação de preços bem mais restritas, sendo praticadas somente em Cascavel (6% dos feirantes entrevistados, no total).

De acordo com o teste Phi, não houve diferença significativa na forma de fixação de preços dos produtos adquiridos para comercialização nos municípios ( $\Phi = 0,121$  e  $\text{sig} = 0,938$ ).

**Tabela 4 - Distribuição de frequência dos feirantes de acordo com a forma como o preço de venda dos produtos é fixado na feira de Cascavel e de Ocará (2008).**

Forma de Fixação do Preço de Venda	% verificado	
	Cascavel	Ocará
1. Não sabe	1,0	0,0
2. Com base no preço da compra	83,0	86,4
3. Orienta-se pelo preço da concorrência (mercado)	10,0	13,6
4. Com base no custo de produção	1,0	0,0
5. Com base na concorrência e no custo de produção	1,0	0,0
6. Pelo preço de mercado nacional	2,0	0,0
7. Com base em alguma medida	2,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa direta (2008)

Os preços das mercadorias compradas pelos feirantes para revenda variam, durante o ano, principalmente em função da safra e da ocorrência de datas festivas, religiosas ou não. No caso dos hortifrutigranjeiros adquiridos na Ceasa, os feirantes afirmaram que o preço muda, em média, de três em três dias. E, durante o dia, se a mercadoria for perecível, a tendência é o preço baixar, porque o feirante não quer (e, muitas vezes, não pode) guardá-la para vender no dia ou na semana seguinte. No linguajar popular, é a “hora da xepa”, que ocorre por volta do meio-dia, quando há ainda muitos consumidores procurando comprar hortifrutigranjeiros ou carne, principalmente em Cascavel, tentando negociar preços mais baixos com o feirante.

Ressalta-se, nesse caso, a especificidade de ativos envolvidos na feira livre: produtos perecíveis, cuja finalidade é o consumo imediato; se eles não forem comprados pelos consumidores, não terão a utilidade desejada para o feirante, que é transformarem-se em dinheiro pelo ato da venda, o que leva o próprio feirante a consumi-los, conforme se verá nos resultados da Tabela 5. Sabendo disso, alguns consumidores se comportam de forma oportunística, deixando o horário da compra para mais tarde, a fim de conseguir melhores preços com os feirantes. Uma iniciativa que reduziria essa tendência seria a existência de sistemas de refrigeração que pudessem armazenar produtos muito perecíveis.

Outro aspecto não menos importante quanto à atividade na feira é a investigação do destino dado às mercadorias que não são vendidas. Há mercadorias altamente perecíveis, como o cheiro verde que não podem ser guardadas para o dia seguinte; outras, como as especiarias, têm um prazo de validade mais elástico, podendo ser estocadas por mais tempo sem perder suas propriedades.

Nos dois municípios, o destino mais comum dado às mercadorias não vendidas é o recolhimento para venda no dia seguinte (frutas, peixe, especiarias, frango, produtos de mercearia) ou na semana seguinte (animais vivos), com 44% das respostas em Cascavel e 72,7% em Ocará (Tabela 5). Congelar o produto e vendê-lo é o segundo destino mais comum, apontado por 24% dos feirantes em Cascavel, sendo metade desse total composto pelos feirantes que comercializam peixe e a outra metade composta pelos feirantes que vendem carne bovina e suína, frango e artigos de mercearia (queijo e nata), que necessitam de congelamento para não se estragarem de um dia para o outro. E, em Ocará, o segundo destino mais comum é levar para consumir em casa, apontado por alguns feirantes que comercializam cheiro verde e peixe. Neste caso, como o volume posto à venda é menor, a tendência é que a sobra possa ser consumida pela família do feirante rapidamente.

Os destinos de recolher/abater e salgar/vender aplicam-se aos feirantes que comercializam animais vivos e carnes, respectivamente, enquanto jogar no lixo e dar para pessoas necessitadas e para animais são destinos relacionados unicamente com feirantes de

hortifrutigranjeiros. Juntar e fazer pacote é uma estratégia adotada pelos feirantes de especiarias e hortifrutigranjeiros, no sentido de aproveitar produtos que estão bons, mas não têm tanta saída como outros e mesclá-los, vendendo por um preço mais acessível que a média dos preços desses produtos em separado. A devolução para a pessoa de quem comprou a mercadoria é realizada pelos feirantes que compram no “apurado” e comercializam frango abatido. Os últimos, às vezes, até baixam o preço quando estão “embarreirados” (com muita mercadoria para vender) no fim da feira, para evitar o prejuízo.

De acordo com o teste Phi, houve diferença significativa quanto ao destino dos produtos não comercializados nos dois municípios ( $\Phi = 0,479$  e  $\text{sig} = 0,003$ ).

**Tabela 5 - Distribuição de frequência dos feirantes de acordo com o destino dos produtos não comercializados na feira de Cascavel e de Ocara (2008).**

Destino dado aos produtos não comercializados	% verificado	
	Cascavel	Ocara
1. Não sobra	2,0	4,5
2. Recolhe para vender no dia/semana seguinte, fixo ou ambulante	44,0	72,7
3. Vende para outros vendedores ou comércios	4,0	0,0
4. Salga e vende	3,0	0,0
5. Lixo, se em mau estado ou se não puderem ser guardadas	5,0	4,5
6. Doação para pessoas carentes, se puderem ser aproveitadas	5,0	0,0
7. Dá para os animais	5,0	0,0
8. Leva para consumir em casa	0,0	13,6
9. Junta com outros produtos e faz pacote	2,0	0,0
10. Devolve para quem lhe vendeu a mercadoria	4,0	0,0
11. Congela e vende	24,0	0,0
12. Recolhe e abate	2,0	4,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa direta (2008)

De acordo com os dados levantados junto aos feirantes, a margem média de lucro dos feirantes de Cascavel (percentagem colocada sobre os custos de aquisição ou de produção da mercadoria, para formar o preço de venda) é de 29%, e em Ocara, de 26%, sendo, portanto, muito próxima, o que se comprova no teste t de Student. Isto constata não haver diferença significativa entre as margens de lucro dos dois municípios ( $t = 0,730$  e  $\text{sig} = 0,467$ ). É um indício que demonstra a competitividade existente na feira, de forma geral: não adianta o feirante elevar demais a margem de lucro, pois perde freguesia.

O percentual médio de clientes que compram para pagar depois (o “fiado”) é de 17,27% em Cascavel e de 7,27% em Ocara. O mesmo teste t de Student comprovou existência de diferença significativa na taxa dos clientes que pagam depois nos dois municípios ( $t = 4,019$  e  $\text{sig} = 0,000$ ). Muito embora se trate de médias, essa diferença pode ser reflexo do nível de renda dos dois municípios: em Ocara, os feirantes não têm tanta disposição para vender para receber depois pelo fato de comprarem sua mercadoria à vista, em 63,6% dos casos (Tabela 3). Já em Cascavel, os feirantes podem dar uma margem maior aos consumidores que quiserem pagar depois. Houve alguns casos extremos em que os feirantes declararam que 80% de seus clientes compravam para pagar “no fiado”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi levantado em campo, podem-se apontar como fatores que influenciam as formas de governança dos feirantes das duas feiras: a) o tipo de produto vendido; b) proximidade de grandes centros de abastecimento (no caso a Ceasa, de Fortaleza); c) existência de condições edafo-climáticas para o cultivo de alguns produtos agropecuários; d) existência de firmas ou intermediários, dentro ou fora do município, que intervenham nas transações dos feirantes; e) nível de capitalização do feirante e f) no caso de mercadorias não produzidas pelo próprio feirante, as condições em que ele pode comprá-las de firmas ou intermediários.

O tipo de produto vendido é decisivo, principalmente na feira de Ocara, onde se vende basicamente hortifrutigranjeiros, com menor variedade que Cascavel. A proximidade de uma grande central de abastecimento (Ceasa) pode influenciar na escolha entre produzir ou comprar para revender. As condições edafo-climáticas semelhantes (embora um pouco piores em Ocara) não favorecem o plantio de determinados produtos agrícolas, sendo mais barato trazê-los de outras regiões, até mesmo de outros estados, como no caso de algumas frutas (abacaxi, laranja, maçã, mamão, melão) e grãos (arroz, feijão). Isto também vale para a carne, principalmente a bovina, que vem do Maranhão e de Goiás, sendo restrita a época do ano em que se tem carne originária de gado cearense.

A existência de firmas ou intermediários intervindo nas transações realizadas pelos feirantes também teve importância evidenciada no caso de Ocara, que, além de ter comércio pouco diversificado e ser mais distante da Ceasa, tem um grande número de feirantes comprando diretamente, porque provavelmente o custo de transporte da mercadoria é menor que o da intermediação.

Neste caso, o nível de capitalização do feirante também é importante, porque sem capital ele não terá como arcar com esse custo, sendo também um fator que pode influenciar o nível de formalidade das transações dos feirantes na aquisição de suas mercadorias. As condições em que o feirante pode comprar sua mercadoria para revenda, caso não a produza, também são importantes, pois elas poderão influenciar nas margens aplicadas sobre os produtos vendidos.

A condição socioeconômica dos feirantes entrevistados, em média, é razoável, e, sendo predominantemente comerciantes, não têm que dividir seu tempo entre o comércio e a produção, permitindo a especialização em uma só atividade, fato que também explica a grande procura pela Ceasa para a aquisição dos produtos, especialmente dos hortifrutigranjeiros.

O fato dos feirantes entrevistados, em sua maioria, serem comerciantes, não invalida os resultados da pesquisa nem desqualifica os resultados alcançados. Ao contrário, leva à reflexão sobre o que fazer para a produção da agricultura familiar alcançar os mercados locais, já que a feira é um canal de distribuição de livre acesso. Nesse caso, pode ser necessária a intervenção de órgãos governamentais, como prefeituras, Ematerce e BNB, já que o problema não envolve apenas financiamento, mas articulação com os produtores familiares, feirantes e até mesmo consumidores, para incentivar a comercialização de produtos agropecuários nativos de cada município.

Pelas informações nos contatos com os escritórios da Ematerce e técnicos do BNB nas agências, esta realidade parece se repetir nos demais quadrantes do Estado. No entanto, os fatos só podem ser apurados com outras pesquisas do mesmo estilo nas demais regiões, em especial as distantes de grandes centrais de abastecimento. Independentemente disso, as feiras sobrevivem e mostram vigor principalmente em municípios pequenos, onde não sofrem tanta concorrência de outras formas de varejo comuns nos grandes centros.

## REFERÊNCIAS

COLLA, C.; *et al.* A Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da Agricultura Familiar de Cascavel - PR. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL – SOBER, 45, 2007, Londrina: **Anais...** Londrina: SOBER, 2007.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 15 fev.2008.

IPECE. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará . **Perfil Básico Municipal de Ocara**. Fortaleza, 2003. Disponível em: <[www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil\\_basico/PBM\\_2004\\_PDF/Ocara.pdf](http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/PBM_2004_PDF/Ocara.pdf)>. Acesso em: 10 maio 2008.

IPECE. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará . **Perfil Básico Municipal de Cascavel**. Fortaleza, 2007. Disponível em: <[www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil\\_basico/PBM\\_2007/Cascavel.pdf](http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/PBM_2007/Cascavel.pdf)>. Acesso em: 10 maio 2008.

MAROCO, J. **Análise estatística com utilização do SPSS**. 2.ed. Lisboa: Edições Silabo, 2003.

PINHEIRO, R.; SÁ, J. S. O Processo de Comercialização dos Produtos da Agricultura Familiar nas Feiras Livres de São Luís. In: CONGRESSO DOS SISTEMAS BRASILEIROS DE PRODUÇÃO, 7, 2007, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2007.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento . **Atlas do Desenvolvimento Humano**, 2003.

RIBEIRO, E. M. (organizador). **Mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza: BNB, 2007.

RICOTTO, A. J. **Uma rede de produção e comercialização alternativa para a Agricultura Familiar: o caso das feiras livres de Misiones, Argentina**. 152f. 2002. Dissertação (Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2002.

SACCO DOS ANJOS, F.; GODOY, W. I.; CALDAS, N. V. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.

SATO, L. Processos Cotidianos de Organização do Trabalho na Feira Livre. **Revista Psicologia & Sociedade**, volume 19, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=pt&nrm=iso&tlang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=pt&nrm=iso&tlang=pt)>. Acesso em: 30 mar. 2008.

SILVA, R. C. da. **Comercialização direta – produtor/consumidor:** alternativa de sobrevivência ou estratégia de desenvolvimento? o caso da feira livre dos produtores rurais de Santarém-Pará (*Mimeo*). Fortaleza, 1990.

ZYLBERSTAJN, D. Papel dos contratos na Coordenação Agroindustrial: Um Olhar Além dos Mercados. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 43, n. 3, p.385-420. Jul./Set. 2005.

ZYLBERSZTAJN, D ; NEVES, M. F. (organizadores). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira / Thomson, 2000.