

AMBIENTE INSTITUCIONAL E DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE NA AGRICULTURA FAMILIAR: A REALIDADE DOS FEIRANTES DE NOVA OLÍMPIA - MATO GROSSO (MT)

INSTITUTIONAL ENVIRONMENT AND CHALLENGES OF SUSTAINABILITY IN FAMILY FARMING: THE REALITY OF MARKET VENDORS IN NOVA OLÍMPIA - MATO GROSSO (MT)

Grupo de Trabalho (GT): 07. Desenvolvimento rural, territorial e regional

Lanan Tannan da Silva Almeida

Graduada em Administração pela Universidade do Estado de Mato Grosso campus Tangará da Serra-MT (2022) e Tecnóloga em Gestão Financeira pela Universidade Norte do Paraná – UNOPAR (2024). E-mail: lanantsa@hotmail.com

Leandro José de Oliveira

Doutorando em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pelo PGDRA UNIOESTE/Toledo. Mestre em Agronegócios e Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal de Mato Grosso (2013). Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade do Estado de Mato Grosso (2009). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: leandro.oliveira29@unioeste.br

Ana Paula Silva de Andrade

Mestre em Ambiente e Sistemas de Produção Agrícola (PPGASP) pela Universidade do Estado de Mato Grosso (2019), especialista na área de Gestão em Saúde e Meio Ambiente pela Faculdade Afirmativo (2011), bacharel e licenciada em Ciências Biológicas pela Universidade do Estado de Mato Grosso (2008). E-mail: ana.andrade@unemat.br

Moacir Piffer

Doutor em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio – PGDRA (mestrado e doutorado) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE)/Campus de Toledo. E-mail: moacir.piffer@unioeste.br

Resumo

A pesquisa objetivou analisar os principais elementos que compõem o ambiente institucional dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT), buscando caracterizar seu perfil e descobrir quais os principais fatores institucionais e ações do poder público voltadas a eles. Com uma abordagem qualiquantitativa, por meio de questionários aplicados a 36 agricultores feirantes, foi identificado um alto nível de conhecimento sobre as instituições estabelecidas, com 89% para a cultura do local e 91% para as normas da Associação dos Feirantes. Em relação às políticas públicas, 78% dos entrevistados declararam como ruim o apoio à pesquisa e desenvolvimento, tanto pela deficiência na divulgação como pela dificuldade em se adequar às exigências de cadastro.

Palavras-chave: Nova Economia Institucional; Agricultura familiar; Feirantes; Políticas Públicas.

Abstract

The research aimed to analyze the main elements that make up the institutional environment of street vendors farmers in Nova Olímpia (MT), seeking to characterize their profile and discover the main institutional factors and government actions aimed at them. Using a qualitative and quantitative approach, through questionnaires applied to 36 farmers in the market, a high level of knowledge about the established institutions was identified, with 89% for the local culture and 91% for the rules of the Farmers' Association. Regarding public policies, 78% of the interviewees declared that support for research and development was poor, both due to deficiencies in dissemination and difficulties in complying with registration requirements.

Key words: New Institutional Economy; Family Farming; Market Vendors; Public Policies.

1. INTRODUÇÃO

Dados do Censo Agropecuário 2017 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – (IBGE) revelam que no Brasil existem mais de 3 milhões de produtores categorizados como agricultores familiares, com 104,3 mil núcleos de propriedades familiares rurais no estado de Mato Grosso (MT) (IBGE, 2017).

Na esfera da agricultura familiar, as regras do jogo - medidas impostas pela legislação nacional ou pelos grupos sociais, sejam elas formais e informais - são primeiramente desempenhadas pelo Estado, que direciona políticas públicas com o intuito de estimular a organização e competitividade entre os setores da economia (STEINBERGER, 2006).

O comportamento coletivo e individual e o gerenciamento de conflitos são moldados pelas Instituições, que fornecem uma estrutura de incentivos econômicos responsáveis por moldar a evolução ou declínio da economia (NORTH, 1990).

Mesmo regulados por essas estruturas, os produtores enfrentam desafios como a falta de políticas públicas efetivas, assistência técnica insuficiente, limitações de investimentos e de acesso à tecnologias e assim, as pequenas propriedades familiares acabam se voltando à produção de subsistência e à comercialização da produção excedente nas feiras livres dos municípios (EMBRAPA, 2014).

Nesse cenário, convém analisar os elementos que compõem o ambiente institucional das feiras livres, para identificar os fatores que regem seu funcionamento como organização, bem como as políticas públicas, leis e normas culturais que podem influenciar a negociação e os custos de transação.

Este trabalho tencionou identificar e analisar, por meio de pesquisa bibliográfica e de campo, de caráter descritivo, os elementos que compõem o ambiente institucional dos agricultores feirantes do município de Nova Olímpia (MT) objetivando verificar o nível de percepção dos agricultores em relação aos elementos institucionais, partindo da questão: quais os principais fatores institucionais que afetam o exercício da atividade de produção e comercialização dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT)?

Com arcabouço teórico centrado na Nova Economia Institucional (NEI), buscou-se caracterizar o perfil socioeconômico dos agricultores feirantes e seu nível de conhecimento acerca dos fatores institucionais que influenciam seu ambiente: como legislação e variáveis macroeconômicas, identificando possíveis contribuições de agentes institucionais (poder público), como fomento para as atividades de produção e comercialização.

Essa abordagem a partir do ambiente institucional possibilita uma análise mais detalhada das regras do jogo que envolvem e/ou estruturam a interação social, econômica e política que operam predominantemente em um nível macro no desenvolvimento e fortalecimento da atividade dos agricultores feirantes do município de Nova Olímpia (MT).

2. INSTITUIÇÕES: FORMAIS E INFORMAIS

Segundo North (1990), o ambiente institucional é composto por leis, normas, regras e costumes que regem as interações humanas e influenciam o comportamento das pessoas, regulando transações e custos. As instituições são divididas em regras formais, como leis e contratos, que buscam manter a ordem e reduzir custos e regras informais, como costumes e crenças, que dependem do comprometimento dos envolvidos e são difíceis de modificar, pois estão ligadas à identidade e cultura dos indivíduos (PAVAN, 2016).

Essas regras, portanto, tem como propósito regulamentar o comportamento dos agentes econômicos, estruturando a interação social, econômica e política de tal forma que, dependendo

do nível de confiança entre os agentes, os custos de transação estejam sujeitos a modificações (NORTH, 1990; SANTOS, 2007).

No desenvolvimento regional, esse comportamento se traduz quando a região se integra ao setor externo levando em consideração duas condições necessárias: a manutenção do dinamismo do produto de exportação e a difusão deste mesmo dinamismo para outros setores ou atividades econômicas (PIFFER, 2009; 2024).

Em Mato Grosso, as inovações tecnológicas de produção no meio rural possibilitaram a transformação de grandes extensões de cerrado e floresta amazônica em áreas de monocultivo, viabilizando o surgimento de uma economia agroexportadora de *commodities* (SEPLAG, 2023).

Na esteira da exportação de produtos primários, o mercado consumidor interno vem se expandindo, principalmente, no setor de serviços. A produção e comercialização de exportáveis é responsável pelo desenvolvimento de extensas cadeias produtivas nos eixos das principais rodovias do Estado.

Como exemplo, em Nova Olímpia, município objeto desse estudo, com a pavimentação asfáltica da rodovia que liga o município de Nova Olímpia a Cuiabá, foi favorecido o escoamento da primeira safra de cana-de-açúcar principal atividade de exportação do município da Usina Itamarati, em 1983, resultando na produção de 150.000 litros de etanol. Já em 1992, teve início a colheita mecanizada seguido da instalação da fábrica de açúcar e o início da produção de energia elétrica a partir da biomassa da cana-de-açúcar (COSTA, 2020; SEPLAG, 2023).

Em paralelo a esse dinamismo pautado na base de exportação, Nova Olímpia apresenta muitas atividades consideradas não básicas, a exemplo da Feira Livre, com um total de 70 bancas, sendo parte desse número representado por agricultores feirantes de sítios, chácaras e assentamentos em torno do município, que visam atender a demanda endógena (Bessa *et al.*, 2018).

Nesse contexto, as políticas públicas influenciam cada ação dos envolvidos, desde normatizações legais até costumes tradicionais, inclusive no ambiente institucional, que norteia o sistema agrícola familiar, à la Douglass North.

3. AGRICULTURA FAMILIAR

O reconhecimento mundial da agricultura familiar surgiu em 2014, a partir da declaração pela Organização das Nações Unidas (ONU) do Ano Internacional da Agricultura Familiar (AIAF) (PAVAN, 2014). Dentro do cenário agrícola brasileiro, a agricultura familiar tem destaque principalmente devido ao alto índice de indivíduos que ainda vivem no campo, a maioria estabelecida nas unidades de produção familiar (ZANGARO, 1998).

A agricultura familiar objetiva principalmente a produção de subsistência e comércio de produtos sobressalentes para a geração de renda, sendo responsável por 80% de toda a produção mundial de alimentos, que além de abastecer o mercado interno, é primordial para combater a fome mundial e alcançar a segurança alimentar sustentável (CRESOL, 2019).

O Censo Agropecuário 2017 apontou que 76,8% das propriedades brasileiras até 2017 pertenciam à categoria de agricultura familiar. O contraste entre a divisão de áreas da agricultura familiar e não familiar mostra que a não familiar é superior, em posse de 77% da área total, com média de 229,95 hectares, enquanto a agricultura familiar ocupa 23% da área total, com média de 20,75 hectares para cada produtor, evidenciando a grande disparidade na distribuição da terra.

Nesse cenário, segundo dados do Índice Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006), os pequenos agricultores produzem 87% da mandioca, 70% do feijão, 60% da produção

de leite e 34% do arroz nacional e possuem igual relevância na produção de carne, representando 59% da produção suína, 50% das aves e 30% dos bovinos. Estes dados demonstram a importância econômica da agricultura familiar que é, de fato, a base de 90% dos municípios brasileiros com até 20 mil habitantes (CRESOL, 2019). E é neste ambiente que ocorre o meio mais comum e direto de comercialização dos produtos: as feiras livres.

Segundo a EMBRAPA (2014), a produção em menor escala e muitas vezes abaixo do padrão de qualidade exigido pelos supermercados diminui a competitividade do produtor familiar, deixando-o à margem da comercialização. Para adequar-se à oferta irregular, as feiras livres tornam-se o ambiente mais adequado para a venda dos produtos, configurando uma das formas mais antigas de comércio, que se tornou também uma atividade social, cultural e econômica (BRUGGER, 2014).

Para Colla *et al.* (2007), a escolha da feira livre como canal de distribuição também se deve à venda direta com o consumidor, sem intermediários, o que evita os custos de transação e prioriza a confiança criada entre as partes. Outro ponto é em relação a escala de produção, uma vez que os grandes supermercadistas buscam por produção pré-determinada para um período, que o pequeno produtor, muitas vezes, não tem condições de ofertar. Nesse sentido pesa a falta de investimentos por parte do setor público, que ainda não estimula o crescimento tecnológico e competitivo para a produção familiar.

4. POLÍTICAS PÚBLICAS

As políticas voltadas para o segmento da agricultura familiar no Brasil são recentes. Foi somente na década de 1990 que começaram a surgir propostas de abrangência nacional favoráveis a consolidação da agricultura familiar (CARDOSO; PEDRI; YAMASHITA, 2018).

Nesse sentido, surgiram os programas voltados a garantir tanto a permanência dos agricultores nas propriedades rurais quanto a comercialização de seus produtos (DENARDI, 2001), destacando-se entre eles o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), a Previdência Social Rural, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

No entanto, diversos autores destacam que mesmo durante a modernização da agricultura no país, as transformações sociais, econômicas e políticas foram destinadas com maior ênfase ao desenvolvimento urbano e industrial, o que contribuiu para tornar a situação agrária marginalizada (DENARDI, 2001; OLIVEIRA, 2014; CARDOSO; PEDRI; YAMASHITA, 2018).

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse trabalho optou pela abordagem qualiquantitativa, pela qual os dados categorizados em variáveis foram tratados de forma a considerar as particularidades existentes dos respondentes, bem como de sua compreensão sobre o ambiente no qual estão inseridos, e caráter descritivo, uma vez que pretendeu descrever os fatos e os fenômenos sobre a realidade do ambiente institucional dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT) (GIL, 2008).

Foi desenvolvida pesquisa bibliográfica, para respaldar conceitos e definições relacionados a NEI, legislação brasileira e políticas públicas aplicadas à região de estudo. Gerhardt e Silveira (2009) definem a pesquisa bibliográfica como sendo o levantamento de referências teóricas originadas de meios escritos.

Para a coleta de dados foram utilizados os métodos de pesquisa de campo, que oportunizou a realização de investigações para coleta de dados direto do público-alvo da pesquisa: os agricultores feirantes; e estudo de caso, que visa estudar fenômenos pouco

estudados, os quais necessitam de um estudo aprofundado de poucos casos (GERHARDT; SILVEIRA, 2009; YIN, 2005).

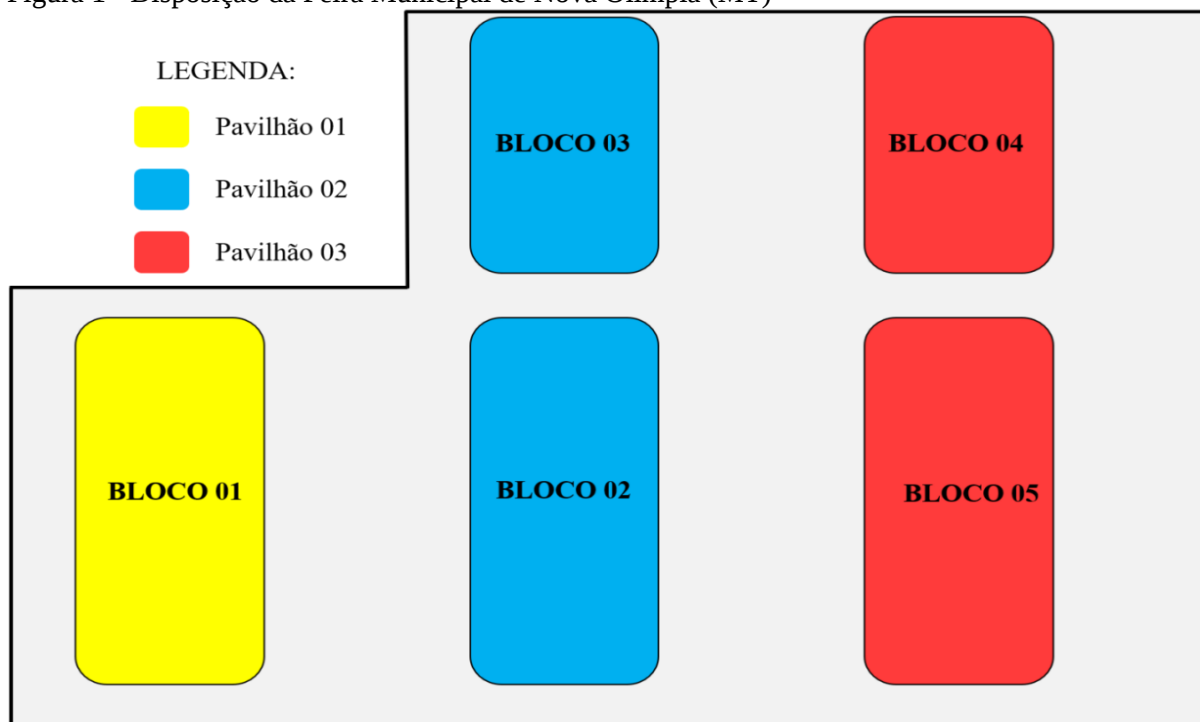
A coleta dos dados ocorreu por meio de questionário semiestruturado, com divisões em blocos e quadrantes para cada questão e entrevistas seguindo um roteiro, que segundo Gerhardt e Silveira (2009) é caracterizado por perguntas ordenadas, respondidas sem a presença do pesquisador, com uma linguagem simples e direta, objetivando levantar opiniões e sentimentos acerca das situações vivenciadas.

A entrevista foi aplicada ao presidente da associação dos feirantes do município, ao Secretário de Agricultura e ao representante da Empresa Matogrossense de Pesquisa Assistência Técnica e Extensão Rural (EMPAER) no município.

5.1 Amostragem da Pesquisa

A Feira Municipal de Nova Olímpia (MT) comporta até 70 feirantes (Figura 1), no entanto apenas 40 feirantes compareceram de forma contínua durante a aplicação desta pesquisa.

Figura 1 - Disposição da Feira Municipal de Nova Olímpia (MT)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

A amostra é uma porção selecionada da população total, um subconjunto e a escolha de uma pequena fração da população tem como principal objetivo representar a população (LAKATOS; MARCONI, 2010; FREITAS; PRODANOV, 2013). Conforme Lopes (2003), o procedimento usado para calcular a amostra da pesquisa é exposto na equação 1.

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{d^2(N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2} \quad (1)$$

Em que as variáveis correspondem a:

Z = abscissa da normal padrão (que corresponde a 90% de confiabilidade);

N = tamanho da população (corresponde a 40 agricultores feirantes);

d = erro amostral (com margem de erro de 10%);

σ = variância populacional (estimativa proporcional e/ou padrão de 50%);

n = amostra a ser encontrada.

Para a amostra da pesquisa, optou-se por um nível de confiança de 90%. Este número é substituído na equação pelo valor padronizado que o representa, neste caso 1,645. A margem de erro correspondeu à 10%. Ao substituímos os parâmetros na equação 1, é possível calcular o tamanho da amostra da seguinte maneira:

$$\frac{1,645^2 \cdot 0,5^2 \cdot 40}{0,1^2(40 - 1) + 1,645^2 \cdot 0,5^2}$$

$$n = \frac{27,06025}{1,06650625}$$

$$n = 25,3728002063 \text{ ou } n \cong 25$$

Após o cálculo, para o total da amostra o valor aproximado foi de 25, no entanto, para a pesquisa a quantidade de questionários aplicados foi superior ao estimado (36 questionários), com 11 questionários a mais respondidos pelos agricultores feirantes.

5.2 Análise dos Dados

As respostas dos questionários e das entrevistas foram transcritas e classificadas conforme as categorias - qualitativas ou quantitativas - e então analisadas e interpretadas com base na análise descritiva.

Os dados quantitativos (perguntas fechadas e de múltiplas escolhas) foram codificados para símbolos numéricos e sistematizados de acordo com a repetição das respostas num quadro de frequência. Para a tabulação fez-se uso de tabelas, quadros e gráficos elaborados no *software Excel*, com resultados agrupados numericamente.

Os dados qualitativos desta pesquisa apresentaram-se por meio das entrevistas e perguntas abertas. As respostas foram transcritas e agrupadas em sua categoria correspondente ao questionário (perfil do agricultor familiar, ambiente institucional e políticas públicas). Após identificadas e classificadas, foi observado que as respostas possuíam similaridades entre elas, apresentando pontos em comum.

Dessa forma, foi possível interpretar os dados com base na análise descritiva que, segundo Reis e Reis (2002), é utilizada para organizar, resumir e descrever as particularidades observadas ou comparar características entre dois ou mais conjunto de dados semelhantes.

6. PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS FEIRANTES DE NOVA OLÍMPIA (MT)

A maioria dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT) é do gênero feminino (64%), com idades entre 40 e 49 anos (52,78%) e casados (as) ou moram com um companheiro (a) (83%). Em relação a escolaridade, os resultados demonstraram que prevalece o ensino fundamental (59%) cursado de forma integral em instituição pública (86%) (Tabela 1).

Tabela 1 - Características dos Agricultores Feirantes de Nova Olímpia (MT)

Gênero	Idade	Estado Civil	Escolaridade	Histórico Escolar
Feminino 64%	30 – 39 anos 2,78%	Solteiro (a) 6%	Não estudou 8%	Todo em instituição pública 86%
Masculino 36%	40 – 49 anos 52,78%	Casado (a) / mora com companheiro (a) 83%	Ensino fundamental 59%	Não frequentou escola 14%
Total: 100%	50 – 59 anos 38,89%	Separado (a) / divorciado (a) 11%	Ensino médio / técnico 33%	Total: 100%
	60 – 69 anos 5,55%	Total: 100%	Total: 100%	
	Total: 100,00			

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

Lucena et al. (2019) em seu trabalho “Análise do perfil socioagrícola e econômico dos feirantes de Gravatá – PE”, encontrou um perfil semelhante na variante “idade” e “grau de instrução”. Foi constatado que 60% dos entrevistados possuíam idades acima dos 45 anos e 46,67% possuíam grau de instrução de apenas ensino fundamental.

Prestes (2018) destaca que é comum as agricultoras familiares se envolverem em múltiplas atividades produtivas, desde o cultivo e colheita, à desenvolvimento e comercialização dos produtos nas feiras livres, o que justifica os percentuais de participação feminina encontrados nesta pesquisa (64%); na pesquisa de Lucena et al. (2019) 47%. Já o estudo de Scalco et al. (2012), sobre a qualidade do serviço em feiras livres no município de Tupã (SP) realizado em duas feiras livres, verificou-se se percentuais de 63% e 59%, respectivamente.

Butto *et al.* (2014) considera a participação das mulheres importante para garantir o bem-estar da família e para maior valorização feminina. No entanto, as atividades agrícolas acabam se mesclando às tarefas domésticas e, conforme Bezerra *et al.* (2019), o trabalho doméstico é visto como irrelevante, uma vez que não gera renda para a família, mas gera sobrecarga para as agricultoras familiares.

Nesse sentido, Raiher (2016) observa que ainda que a mulher tenha mudado sua posição na sociedade, a intensificação da interdependência da sua vida profissional com a familiar, não rompendo com a divisão sexual do trabalho (no âmbito doméstico) e sem uma ruptura total na estrutura patriarcal das famílias, fortaleceu, as desigualdades por ela sofrida, especialmente no que concerne ao mercado de trabalho.

A renda dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT) se encontra na margem de até 1 salário mínimo (pessoal 83% e familiar 78%). Desse total, apenas 6% dos agricultores feirantes possuem uma renda extra, representando até 40% de toda a renda mensal. Entre as atividades remuneradas extras descritas estão diárias domésticas, serviços de vigilância e venda de leite (Tabela 2).

Tabela 2 - Renda dos Agricultores Feirantes de Nova Olímpia (MT)

Renda Pessoal	Renda Familiar
Até 1 salário mínimo 83%	Até 1 salário mínimo 78%
De 1 a 3 salários mínimos 17%	De 1 a 3 salários mínimos 22%
Total: 100%	Total: 100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

Em um estudo de caso sobre os agricultores feirantes no município de Juína (MT), Bresciani e Lemes (2010) apresentam resultados bastante similares em relação à renda, pois o trabalho realizado nas propriedades é estritamente familiar, não havendo a contratação de mão-de-obra para seu desenvolvimento, da mesma forma como ocorre com os agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT).

A Tabela 3 mostra que as propriedades se encontram dentro da posse para 94% dos agricultores feirantes, em um período de 10 a 20 anos (58%). Essas propriedades foram adquiridas por meio da compra de terceiros (83%), no entanto, não foi aferida a origem financeira que possibilitou a aquisição, se por meio de crédito ou financiamento de algum programa público/privado ou uma origem pessoal (como heranças e economias).

Tabela 3 - Propriedade dos Agricultores Feirantes de Nova Olímpia (MT)

Condição	Origem	Tempo De Posse
Própria 94%	Compra de parentes 8%	Menos de 5 anos 19%
Outra (sociedade, assentamento) 6%	Compra de terceiros 84%	Entre 5 e 10 anos 17%
Total: 100%	Outros (financiamentos) 8%	Entre 10 e 20 anos 58%
	Total: 100%	Entre 20 e 30 anos 6%
		Total: 100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

O serviço de transporte até a feira, antes oferecido pela prefeitura, foi suspenso e agora cabe aos próprios agricultores realizar o transporte de seus produtos. Não é uma situação inusitada, visto que Bresciani e Lemes (2010) também apresentaram resultados semelhantes em relação a condição de posse própria da propriedade e transporte dos agricultores feirantes.

Em relação a inovação tecnológica, principalmente a utilização de energia alternativa, os agricultores feirantes (75%) declararam que não utilizam e não tem interesse em seu uso, devido ao alto custo de instalação. Mesmo o acesso à *Internet* ou uso de computador nas propriedades é inacessível a 86% dos entrevistados.

A *Internet* tem uma grande influência no aumento produtivo para as regiões mais atrasadas, quebrando barreiras e promovendo uma mudança tecnológica nas áreas rurais, tanto para o acesso às informações sobre saúde e educação quanto para trabalho e economia em geral (Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura - IICA, 2020).

7. REGRAS FORMAIS E INFORMAIS

Observando o funcionamento da Feira Municipal de Nova Olímpia (MT), percebe-se a aplicação das regras tanto para conduta quanto para comercialização. Os agricultores entrevistados afirmam que possuem conhecimento sobre a cultura do local (89%) e sobre as normas informais (91%), e que todos (83%) ou a grande maioria (17%) respeitam e seguem as normas estabelecidas pela Associação de Feirantes de Nova Olímpia (AAFNO).

A primeira norma relatada refere-se ao horário de funcionamento, com início às 05 horas e término às 10 horas da manhã, operando apenas aos sábados. Apesar do horário estipulado, fica a critério dos feirantes a decisão de encerrar as atividades do dia, desde que não ultrapassem o limite estabelecido pela norma. Ou seja, no período das 05 às 10 horas da manhã, os feirantes têm total liberdade para comercializar seus produtos. Os agricultores feirantes não se opõem a essa regra, visto que uma vez que os produtos acabam, não há motivos para permanecerem no local.

A segunda norma identificada diz respeito às bancas e a inclusão do agricultor familiar dentro da Feira Municipal. A participação na Feira Municipal é aberta a todos os agricultores interessados, tanto que possui integrantes advindos de seis assentamentos: Riozinho, Rio Branco, Paloma, Jatobá, Conquista e Oziel. Além destes, há também a participação de agricultores de municípios vizinhos, vindos de fazendas de Denise e Tangará da Serra (e seus distritos Joaquim do Boche e Progresso).

Cabe à AAFNO realizar o processo de admissão dos agricultores, bem como a fiscalização, coordenação e organização. O presidente da associação explica que primeiramente o agricultor entra em contato com a associação, recebe as informações do funcionamento da feira, paga a taxa e reserva uma banca. Anteriormente era preciso contatar a prefeitura para a efetuação do cadastro, porém, hoje o processo é mais rápido e costuma ser realizado no mesmo dia.

Após efetuar o pagamento da taxa, o agricultor recebe um comprovante de pagamento acompanhado de um número, indicando qual sua banca durante o período pago. Para os agricultores que não conseguem manter uma produção contínua, suficiente para todos os sábados, há a opção de diária, pela qual a Associação os direciona para uma banca que esteja vazia, recebe a diária e o agricultor está apto a utilizá-la. A taxa paga para uso da banca, a partir do mês de maio/2022 passou para R\$ 20,00 mensal e R\$ 5,00 a diária. Os agricultores permanecem o tempo que desejarem nessa mesma banca e, para o caso de desistência, basta assinar a desistência perante a Associação que o espaço (banca) fica disponível para um novo agricultor, explica o presidente.

A terceira norma implica sobre a localização dos produtos vendidos na feira. A Feira Municipal é dividida em três pavilhões contendo cinco blocos, cada qual agrupando um conjunto de bancas separadas por tipos de produtos. A regra estabelecida pela Associação é de que cada produto deve ser único e exclusivamente vendido no bloco predeterminado.

Durante o dia da feira, os próprios membros da Associação são os responsáveis por fiscalizar se os agricultores feirantes estão ofertando seus produtos dentro do bloco correto. A vigilância é feita de maneira não rígida, informal, priorizando o diálogo para orientação. O presidente da associação relata que está presente em todos os dias de realização da feira e, na ocorrência de problemas e/ou conflito por desobediência, normalmente cabe à ele dirigir-se ao agricultor feirante e explicar o porquê não se deve vender tal produto fora de seu ambiente, com o encaminhamento para o bloco correto.

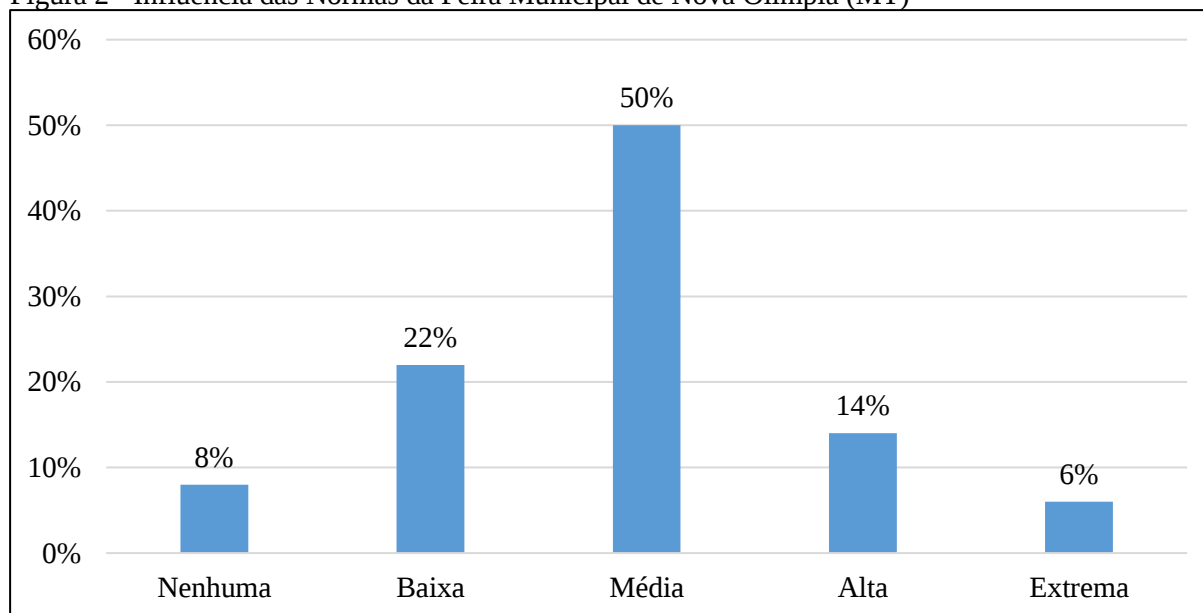
Quando um feirante precisa se ausentar por alguns minutos, por qualquer que seja o motivo, seu vizinho de banca fiscaliza durante sua ausência. Não é uma regra estabelecida

formalmente, mas, sim, uma medida criada pelo próprio convívio entre os feirantes, demonstrando uma cultura baseada na relação de confiança e parceria entre os agricultores feirantes.

A AAFNO costuma realizar reuniões com frequência para debater ou sanar dúvidas dos feirantes. A relação entre associação e associados “é muito boa, existe confiança entre ambas as partes” cita o presidente. Essa relação é observada principalmente pelo convívio agradável na feira; existe discussões ocasionais, mas nada que afete a funcionalidade e harmonia entre eles. A Associação realiza uma pesquisa de satisfação informal, por meio de diálogos e conversas espontâneas, sem mensuração concreta dos resultados, mas consideram essa ação positiva.

O nível de influência dessas regras presentes na atividade dos agricultores feirantes pode ser observado na Figura 2.

Figura 2 - Influência das Normas da Feira Municipal de Nova Olímpia (MT)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

As reclamações são ouvidas e procura-se resolver antes que desencadeie um conflito maior. Caso não seja resolvido de imediato, o assunto é levado como pauta para as reuniões periódicas realizadas pela Associação. E nessas reuniões são estabelecidas as regras para a atuação dentro da feira, estabelecidas pela mesa diretora (presidente, tesoureiro etc.) e demais membros.

Mesmo com a indicação dos produtores do nível de influência superior à média (50%), as regras definidas pela Associação não exercem uma carga negativa no desempenho da comercialização dos feirantes ou até mesmo para o ambiente local. Ao contrário, é um instrumento que visa melhorar a administração do ambiente e o convívio social, corroborando com o destacado por North (1990) em seus conceitos sobre instituições formais e informais, ao enfatizar que o fator institucional atua como meio de sobrevivência das organizações.

8. COMERCIALIZAÇÃO

A Feira Municipal é o principal canal de comercialização (94%) dos produtos dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT) e sua existência chegou ao conhecimento dos

agricultores principalmente por meio de divulgação da prefeitura e indicação de conhecidos que a frequentam ou já a frequentaram.

O preço dos produtos vendidos na feira é tabelado de maneira informal. Isso significa que todos os feirantes vendem seus produtos pelo mesmo valor, independente do custo de produção. Caso o valor de uma banca seja superior as demais, esta banca perde sua clientela e consequentemente sua renda. Por outro lado, acaba gerando uma falta de competitividade que, como levantado pela EMBRAPA (2014), pode levar o pequeno produtor à margem da comercialização.

Para os agricultores feirantes, a existência da feira alterou muito a dinâmica de comercialização de seus produtos. Com a disponibilidade e fácil adesão, a feira se tornou um ponto fixo, seguro e com um espaço mais oportuno para garantir o que vem a ser a principal (às vezes, única) fonte de renda desses agricultores. No entanto, o impacto das feiras livres para a agricultura vai além de apenas o modo de comercialização, como apontado por Ribeiro *et al.* (2003): é o reflexo da sociedade criada em conjunto pela população, economia, cultura e instituições locais. Santos e Santos (2020) acrescentam que as feiras livres representam um ambiente de interatividade e, com isso, propiciando relações econômicas, sociais e culturais, além da valorização do pequeno produtor.

Por outro lado, a maior queixa dos agricultores feirantes gira em torno da localização da feira, que segundo eles, está numa área longe do centro da cidade e “fica quase escondida do freguês”, o que dificulta o acesso do público.

O presidente da Associação contemporiza que “antigamente os mercados eram fechados sábado e domingo, agora é tudo aberto” e isso faz com que os consumidores prefiram realizar suas compras nos mercados de bairro ou aqueles mais próximos de suas casas, corroborando a pesquisa de Cazane *et al.* (2014) que apontou que 35,67% das pessoas realizam a compra em outros locais devido à comodidade/conveniência, ou seja, a praticidade e/ou facilidade de aquisição dos produtos.

A correspondente da EMPAER no município argumenta que “a feira ainda é uma incógnita, há dias em que se vende tudo e dias em que há sobra”, um fato que pesa “principalmente se colocar na conta o preço do combustível e a situação ruim das estradas vicinais”. Ainda assim, ela acrescenta que apesar das dificuldades é indiscutível o quanto a presença da feira no município impacta na vida desses pequenos produtores de forma positiva.

No Quadro 1, foram agrupadas as maiores dificuldades enfrentadas pelos agricultores feirantes em relação a comercialização.

Quadro 1 - Fatores que influenciam na comercialização

Fatores
Variações climáticas;
Preço tabelado ser baixo;
Falta de competitividade;
Falta de investimento;
Dificuldade em encontrar matéria prima;
Qualidade das estradas durante variações climáticas;
Falta de divulgação da feira;
Falta de refrigeração e melhor armazenamento dos produtos a ser vendidos na feira;
Dificuldade no acesso ao crédito.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

Devido a esses fatores, apenas 40 dos 70 boxes disponíveis estão sendo ocupados de forma fixa, seja por aluguel mensal ou diárias. Quando questionados, os agricultores feirantes

afirmam que não existe apoio e/ou suporte por parte do governo ou entidade privada (94%) para a comercialização dos produtos.

9. O PODER PÚBLICO E AS AÇÕES PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

Em relação ao conhecimento da legislação, apenas 39% dos entrevistados apresentaram, mesmo que de forma básica, saber sobre as leis que norteiam a atividade agrícola local. Levando em conta essa deficiência dos entrevistados, é compreensível as avaliações abaixo da média por eles declaradas, observadas na Tabela 4.

Tabela 4 - Classificação das Políticas Públicas voltadas aos Agricultores Feirantes

POLÍTICAS	RUIM	FRACA	REGULAR	BOM	ÓTIMO	TOTAL
Apoio e fomento a produção	50%	30%	14%	6%	-	100%
Atratividade	42%	44%	8%	6%	-	100%
Disponibilidade de serviços	42%	36%	19%	3%	-	100%
Regularização e fiscalização	56%	28%	6%	10%	-	100%
Pesquisa e desenvolvimento	78%	11%	-	11%	-	100%
Comercialização	28%	22%	39%	11%	-	100%
Infraestrutura	11%	11%	28%	47%	3%	100%
Tecnologia (máquinas, equipamentos)	23%	36%	19%	22%	-	100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025.

Dadas as ações mencionadas acima, os agricultores feirantes alegam que o apoio e fomento são fracos quando voltados exclusivamente para eles. Essa percepção pode estar ocorrendo por uma dificuldade em fazer a informação alcançar o público destinado ou pela capacidade restrita da equipe que não consegue alcançar todos os agricultores familiares dos seis assentamentos em torno do município.

O presidente da Associação declarou que, no momento da pesquisa, não realizava quaisquer ações ou eventos em conjunto com outras entidades a favor dos agricultores feirantes, mas afirmou que “[...] está em aberto, pode entrar em contato”, sinalizando a disposição para a realização de parcerias.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desta pesquisa em analisar os principais elementos que compõem o ambiente institucional dos agricultores feirantes de Nova Olímpia (MT) foi alcançado de forma satisfatória por meio dos resultados sobre:

a) Normas definidas pela Associação: acesso e localização da feira, horário e dia de funcionamento e inclusão do agricultor na feira (cadastro, pagamento de taxa e disponibilização da banca);

b) Normas definidas entre os Agricultores Feirantes: preço dos produtos tabelados e responsabilidade compartilhada sobre as bancas;

c) Conhecimento sobre a legislação pertinente e percepção sobre sua influência nas atividades de produção e comercialização.

A caracterização do perfil do agricultor feirante corroborou dados de pesquisas realizadas em diferentes cidades, como a faixa etária, escolaridade e renda familiar, além de apresentar problemas estruturais que precisam ser observados pelo poder público, como falta de acesso à internet rural e o alto custo de investimento em inovação tecnológica nas propriedades.

O conhecimento do Ambiente Institucional dos entrevistados pôde ser mapeado com sucesso, apresentando informações sobre os principais elementos que o formam. As instituições formais são delimitadas e regidas tanto pela legislação quanto pela Associação dos Agricultores Feirantes. As informais, são estabelecidas pelo próprio convívio entre os agricultores feirantes, favorecendo um ambiente comercial sociável e acolhedor.

Em relação às possíveis contribuições dos agentes institucionais (poder público) como fomento para os agricultores feirantes, pode-se concluir que não basta a existência do programa ou ação se ela não chega ao conhecimento do agricultor. As ações públicas voltadas exclusivamente para os agricultores feirantes podem ser realizadas por meio de estímulo ao consumo de produtos locais, mediante divulgação da Feira em rádios, por exemplo; pelo apoio no transporte dos feirantes e de seus produtos; e por meio da busca de apoio junto a outras entidades ou pessoas especializadas para capacitação e aprimoramento do conhecimento e técnicas dos agricultores feirantes.

O apoio e valorização das mulheres também pode ser trabalhado, principalmente quando elas encontram menores oportunidades de gerar renda, como na gravidez e na velhice. Estes fatores podem servir como base e direcionamento para a criação de Políticas Públicas voltadas para o desenvolvimento da Feira Municipal e seus produtores.

REFERÊNCIAS

BESSA, Gislene R.; et al. Controle de Custos e Receitas: um estudo com os agricultores familiares feirantes de Nova Olímpia-MT. **Custos e Agronegócio online**, vol. 14, n. 1. 2018.

BEZERRA, Antônia G. C.; et al. Mulheres, Gênero e Agroecologia na Feira de Agricultura Familiar de São José de Mipibu. **Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE**. Ano VIII, v. II, nº 15. 2019.

BRESCIANI, Dério G.; LEMES, Denise P. A agricultura familiar no município de Juína: uma análise de caso dos produtores da APROFEJU. Faculdades de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena. **Revista científica do AJES (RCA)**, v. 1, n. 1, pag. 01-15. MT: Juína, 2010.

BRUGGER, Aline P. **Comércio, Feiras e um Lugar de Obsolência em Juiz de Fora - MG: a feira informal da Avenida Brasil**. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2014.

BUTTO, Andrea L.; et al. **Mulheres rurais e autonomia: formação e articulação para efetivar políticas públicas nos territórios da cidadania**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2014.

CARDOSO, Elisa dos S.; PEDRI, Eliane C. M. de; YAMASHITA, Oscar M. Políticas públicas, agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional no Brasil e em Mato Grosso. **Nativa**, v. 6, n. 2, pag. 124-133. Sinop: 2018.

CAZANE, A. L.; FERRAZ MACHADO, J. G. de C.; SAMPAIO, F. F. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). **Informe GEPEC**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 119–137, 2014.

COSTA, C. V.; Perfil socioeconômico dos trabalhadores rurais do setor sucroalcooleiro do município de Nova Olímpia – MT: impactos da colheita mecanizada. **South American Development Society Journal**, v. 5, n. 15, p. 257, fev. 2020.

COLLA, Crislaine. *et al.* A Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da Agricultura Familiar de Cascavel - PR. *XLV Congresso de Economia e Sociologia Rural*, 2007. **Anais...**Londrina: SOBER, 2007.

CRESOL. **De olho no campo: tudo sobre a agricultura familiar no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cresol.com.br/tudo-sobre-a-agricultura-familiar-no-brasil/>>.

DENARDI, Reni A. Agricultura familiar e políticas públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 2, n. 3. Porto Alegre: 2001.

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Contextualização da agricultura familiar em Mato Grosso. 2ª oficina de concertação estadual de Mato Grosso, **EMBRAPA Agrossilvipastoril**, 2014.

FREITAS, Ernani C. de; PRODANOV, Cleber C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Universidade FEEVALE. 2ª ed. Rio Grande do Sul: Novo Hamburgo, 2013.

GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 1ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. Editora Atlas: São Paulo, 2008.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. **Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6753#resultado>>.

_____. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro_2006_agricultura_familiar.pdf>.

Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura - IICA. 2020. **Pelo menos 77 milhões de pessoas sem acesso à internet de qualidade nas zonas rurais da América Latina e do Caribe**. Disponível em: <<https://iica.int/pt/prensa/noticias/pelo-menos-77-milhoes-de-pessoas-sem-acesso-internet-de-qualidade-nas-zonas-rurais>>.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LOPES, Luis F. D. **Apostila estatística**. Universidade Federal de Santa Maria. RS: 2003.

LUCENA, Thais C. Análise do perfil sócio agrícola e econômico dos feirantes de Gravata – PE. IV Congresso Internacional das Ciências Agrárias, 2009. **Anais...** Teresina: COINTER, 2019.

NORTH, Douglass C. **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**. Cambridge University Press, 1990.

OLIVEIRA, Ana L. A. de. **Políticas Públicas para Agricultura Familiar: uma análise a partir do projeto de assentamento São Pedro, município de Paranaíta - MT**. Universidade Estadual de Campinas. Campinas: 2014.

PAVAN, Daiane. **Ambiente Institucional para o Fortalecimento da Agricultura Familiar: um estudo de caso com agricultores participantes de feiras livres**. Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). Chapecó: 2014.

PAVAN, Daiane; SANTOS JUNIOR, Silvio. Ambiente Institucional das Feiras de Produtos Coloniais e Agroecológicos de Chapecó (SC) a Luz da Nova Economia Institucional (NEI). IX Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. **Anais...** Rio Grande do Sul: EGEPE, 2016.

PIFFER, M. A Formação da Base Econômica no Paraná: um texto crítico. **Informe GEPEC**, v. 28, n. 1, p. 312–324, 2024. DOI: 10.48075/igepec.v28i1.32663.

PIFFER, M. **A teoria da base econômica e o desenvolvimento regional do Estado do Paraná no final do século XX**. 2009. 167 f. Tese de Doutorado - Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul (RS), 2009.

PRESTES, Alline da S. Relações de Gênero e Trabalho de Mulheres Agricultoras/Feirantes no Mercado Municipal de Parintins – AM. **XVI ENPESS**. Espírito Santo: Vitória, 2018.

RAIHER, A. P. Condição de pobreza e a vulnerabilidade da mulher brasileira. **Informe GEPEC**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 116–128, 2016.

REIS, Edna A.; REIS, Ilka A. **Análise descritiva de dados**. 1ª ed. Universidade Federal de Minas Gerais, 2002.

RIBEIRO, E. M; et al. **A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais**. UNIMONTES Científica, v. 5, n. 1. MG: Montes Claros, 2003.

SANTOS, Joelma C. dos; SANTOS, Maria V. dos. A configuração da agricultura familiar na feira do sindicato em Ituiutaba-MG. **Brazilian Geographical Journal**, v. 11, n. 1, pg. 19-37. MG: Ituiutaba, 2020.

SANTOS, Selma R. S. **A nova economia institucional**. Universidade Federal de São Carlos e Faculdades Integradas Clarentianas de Rio Claro, 2007.

SCALCO, Andrea Rossi; OLIVEIRA, Sandra Cristina de; FONSECA, Amanda Corral da. Avaliação da qualidade de serviço na comercialização de frutas, legumes e verduras nos formatos de varejo. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 16, n. 1, 2014.

SEPLAG. **CENÁRIO SOCIOECONÔMICO DE MATO GROSSO (VERSÃO EXECUTIVA)**. 2023. Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão (SEPLAG/MT). Disponível em: <<https://seplag.mt.gov.br/index.php>>.

STEINBERGER, Marília. **Território, ambiente e políticas públicas espaciais**. 1ª. ed. Brasília: Paralelo 15 e LGE, 2006. v. 1. 406 p.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZANGARO, Luciana C. M. Agricultura Familiar no Brasil: uma revisão teórica. **Rev. Mediações**, Londrina, vol. 3, nº 2, pag. 15-29. 1998.