

# Na feira da UFRB é mais barato: análise comparativa de preços entre canais de comercialização

Luana Silva Lopes<sup>1</sup>Leticia Andrea Chechi<sup>2</sup>Mariele Boscardin<sup>3</sup>

Recebido em: 22-08-2025

Aceito em: 26-11-2025

## Resumo

Este trabalho aborda as temáticas da agricultura familiar e a comercialização, uma área de grande relevância devido sua capacidade de promover o desenvolvimento econômico local, garantir a segurança alimentar, preservar práticas mais sustentáveis e tradições culturais das comunidades rurais. Com base nisso, este estudo tem como objetivo compreender o preço dos produtos praticados pelos agricultores familiares na feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e compará-los a outros canais de comercialização no município de Cruz das Almas, no estado da Bahia. A pesquisa foi conduzida utilizando uma abordagem mista, envolvendo a feira da UFRB, outras duas feiras e dois supermercados do município. Os dados foram coletados em três momentos, inicialmente foram levantados os preços dos produtos da feira da UFRB por meio de banco de dados disponível pelo projeto de extensão ao qual a Feira está vinculada. Posteriormente, foi realizada a coleta de dados nos dois supermercados e outras duas feiras. No terceiro momento foram realizadas entrevistas semiestruturadas com feirantes da UFRB. Os principais resultados indicam que a maioria dos feirantes utilizam custos de produção como principal estratégia de fixação de preços. Além disso, dentre os produtos analisados, os preços praticados na feira da UFRB são mais baratos quando comparados a outros canais de comercialização. Contudo, verificou-se que a preconcepção que se tem que os produtos na Feira da UFRB são mais caros que os nos outros canais é equivocada, pois tal fato não foi constatado nos produtos analisados.

**Palavras-chave:** Circuitos Curtos de Comercialização. Economia Local. Segurança Alimentar. Precificação.

## It's cheaper at the UFRB fair: a comparative price analysis of prices between sale channels

## Abstract

*This work addresses the themes of family farming and commercialization, an area of great relevance due to its ability to promote local economic development, guarantee food security, and preserve more sustainable practices and cultural traditions of rural communities. Based on this, this study aims to understand the price of products sold by family farmers at the Family Agriculture and Solidarity Economy fair at the Federal University of Recôncavo da Bahia (UFRB) and compare them to other marketing channels in the municipality of Cruz das Almas, in the state of Bahia. The research was conducted using a mixed approach, involving the UFRB fair, two other fairs and two supermarkets in the municipality. The data was collected in three moments, initially the prices of products at the UFRB fair were collected through a database available through the extension project to which the Fair is linked. Subsequently, data collection was carried out in the two supermarkets and two other markets. In the third moment, semi-structured interviews were carried out with UFRB stallholders. The main results indicate that the majority of stallholders use production costs as their main pricing strategy. Furthermore, among the products analyzed, the prices charged at the UFRB fair are cheaper when compared to other sales channels. However, it was found that the preconception that products at the UFRB Fair are more expensive than those on other channels is mistaken, as this fact was not found in the products analyzed.*

**Keywords:** Short Marketing Circuits. Local Economy. Food Security. Pricing.

<sup>1</sup>Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). [luanalopes@aluno.ufrb.edu.br](mailto:luanalopes@aluno.ufrb.edu.br)

<sup>2</sup> Doutorado em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Professora da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). [leticiachechi@furg.edu.br](mailto:leticiachechi@furg.edu.br)

<sup>3</sup> Doutorado em Extensão Rural (UFSM). Professora do Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). [marieleboscardin@hotmail.com](mailto:marieleboscardin@hotmail.com)

## **1 Introdução**

A agricultura familiar representa uma estrutura social, cultural, econômica e ambiental na qual as atividades agropecuárias são conduzidas em áreas rurais, pela família e com o uso principal da mão de obra familiar (Brasil, 2023). De acordo com informações do Censo Agropecuário (2017), há no Brasil um total de 3.897.408 estabelecimentos que atendem aos critérios estabelecidos por lei e que se enquadram como agricultura familiar (Lei 11.326, de 24 de julho de 2006).

Nesse sentido, a Agricultura Familiar (AF) é compreendida como uma categoria social que trabalha em um sistema de produção agrícola que envolve a gestão de propriedades rurais por famílias, com base no trabalho familiar e em uma abordagem mais integrada entre produção, consumo e conservação dos recursos naturais. Essa forma de agricultura é encontrada em todo o mundo e desempenha um papel crucial na produção de alimentos, na segurança alimentar, no desenvolvimento rural e na preservação da biodiversidade (Pimentel, 2021).

Com intuito de comercializar a produção e gerar renda, os agricultores buscam alternativas de inserção nos mercados. Os circuitos curtos de comercialização referem-se a uma estratégia dos agricultores escoarem seus produtos, dispensando assim os atravessadores e se aproximando dos consumidores. A esse respeito, Toledo Junior (2016) afirma que as cadeias curtas possuem relevância quando se preza pelo entendimento de um dos gargalos que a agricultura familiar e a produção orgânica enfrentam no que tange à comercialização dos produtos.

A feira da agricultura familiar é um canal direto de inserção do agricultor no comércio local, trazendo vantagens aos mesmos. As feiras se caracterizam como um importante mecanismo de comercialização, que tem um caráter recíproco e integrador, podendo ser um importante mecanismo para o desenvolvimento econômico e social de uma determinada região (Toledo Junior, 2016). A Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB é um exemplo de circuito curto de comercialização, que permite o escoamento da produção, valorização do trabalho, a socialização entre produtores e consumidores, garantindo a possibilidade de agregação de valor à produção e renda aos agricultores familiares. A referida feira se destaca pela variedade de produtos livres de agrotóxicos. A feira da agricultura familiar, a exemplo da feira da UFRB, tem uma gama de produtos livres de químicos podendo ainda, de forma coletiva, buscar selos de certificação

orgânica e agroecológica, de forma participativa.

Ao comparar os dois últimos Censos Agropecuários, de 2006 e 2017, é possível constatar que houve um aumento no número de estabelecimentos agropecuários brasileiros que contam com certificação de produção orgânica, passando de 5.106 para 68.716. Em consonância, a feira da agricultura familiar da UFRB tem buscado desenvolver atividades com o intuito de se tornar uma feira agroecológica certificada. Nesse contexto, criou-se um estereótipo que os preços dos produtos da feira da UFRB são mais elevados, por serem produtos advindos direto da agricultura familiar e livres de agrotóxicos. Cabe destacar ainda que essa pre concepção leva os consumidores a não frequentarem a feira, pois acreditam que os preços dos produtos são mais elevados na feira da UFRB do que em supermercados ou em outras feiras na cidade.

Como forma de verificar se existe uma discrepância de preços, foi realizada uma análise comparativa de preços de produtos da Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB, em relação a outras duas feiras livres e dois supermercados no município de Cruz das Almas - BA. Para tanto, o objetivo deste estudo foi compreender o preço dos produtos praticados pelos agricultores familiares na feira da UFRB e compará-los a outros canais de comercialização do município. Com base no objetivo geral, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: identificar a estratégia de fixação de preços utilizada pelos feirantes da UFRB; analisar uma série temporal de preços praticados pelos feirantes; e por fim, comparar os preços praticados na feira da UFRB, com outras duas feiras e dois supermercados no município.

Além desta introdução, este trabalho está estruturado em outras quatro seções. Na segunda seção, é abordado o referencial teórico com questões relacionadas à comercialização de produtos da agricultura familiar. A terceira seção traz os caminhos metodológicos deste estudo, seguido dos resultados e discussões na quarta seção, onde são apresentadas as estratégias de precificação praticadas na feira UFRB, e a análise comparativa dos preços praticados nos canais de comercialização. Na última seção, apresenta-se as considerações finais acerca deste trabalho.

## **2 Comercialização de produtos da agricultura familiar**

A agricultura familiar é um sistema de produção agrícola que se baseia na propriedade e gestão da terra por uma família ou grupo de famílias, com a produção destinada principalmente ao consumo próprio e, em parte, à comercialização. É uma forma de agricultura que desempenha um papel crucial na produção de alimentos em muitas partes do mundo, contribuindo para a

segurança alimentar e a sustentabilidade ambiental. Essa forma de agricultura muitas vezes envolve métodos tradicionais, práticas de cultivo e criação de animais (Silva *et al.*, 2013).

Além disso, Bertolini *et al.* (2020) ressalta a importância da agricultura familiar na sociedade, visto que esta desempenha um papel crucial na produção de alimentos, contribuindo significativamente para a segurança alimentar local e global. Também contribui para a manutenção de populações rurais engajadas em suas comunidades e regiões, desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social dessas áreas (Aquino; Nascimento, 2020). Muitas práticas agrícolas familiares enfatizam a diversificação de culturas e raças de animais, contribuindo para a preservação da diversidade genética e da biodiversidade. Além disso, a agricultura familiar é uma importante fonte de trabalho e renda para muitas famílias, especialmente em áreas onde as opções de emprego são limitadas.

A produção de alimentos advindos da agricultura familiar mostra-se essencial no contexto de desenvolvimento socioeconômico e segurança alimentar no Brasil, em especial na região Nordeste e no estado da Bahia. A importância deste segmento pode ser visualizada por meio dos dados do Censo Agropecuário de 2017, que mostram que 77% dos estabelecimentos são classificados como de agricultura familiar e ocupam 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros. No caso do Nordeste, a agricultura familiar constitui a principal forma de produção e trabalho no meio rural com 79,2% do total de unidades familiares, e 36,6% da área ocupada por estabelecimentos rurais. De acordo com dados do Censo Agropecuário, a produção desses estabelecimentos gerou 15,8 bilhões em 2017. De acordo com Aquino *et al.* (2020), a agricultura familiar do Nordeste garante a produção de alimentos vegetais e animais para consumo das famílias e de comercialização nas feiras livres semanais ou nos mercados das cidades, sendo importante porque gera ocupação e mantém as pessoas no campo. No estado da Bahia, os estabelecimentos com exploração familiar representam 77,8%, com área ocupada de 32,2%. Além disso, a agricultura familiar responde por 24,60% do valor total da produção estadual (Aquino *et al.*, 2020; Silva *et al.*, 2020).

A agricultura familiar no Recôncavo da Bahia, contexto geográfico deste estudo, também se destaca. De acordo com estudo realizado por Lopes *et al.* (2023), o território abrange 80,8% dos estabelecimentos familiares rurais ocupando uma área de 40% desses estabelecimentos. A forte presença da agricultura familiar nesta região abrange desde pequenas propriedades para subsistência até unidades produtivas voltadas para a comercialização.

Embora a gama de alimentos produzidos pelas famílias rurais seja grande, elas enfrentam múltiplas carências de ativos, sendo uma delas o clima presente na região. As variações climáticas

acabam interferindo na produção e práticas agrícolas, ou seja, nas condições de vida dessas famílias inseridas nesse ambiente. Nesse cenário, a sazonalidade da produção de alimentos da agricultura familiar, seja pelo fato de algumas culturas produzirem somente em certa época do ano, ou devido às variações do clima, está presente nesta região. Contudo, quanto aos aspectos produtivos, os agricultores familiares desempenham um papel fundamental na produção de alimentos básicos (Aquino *et al.*, 2020). Sendo assim, a produção desses agricultores é fundamental na garantia de uma ampla variedade de produtos com qualidade e distribuição, tanto localmente quanto regionalmente.

Além disso, essa agricultura familiar é responsável pela produção de uma ampla variedade de alimentos, como frutas, verduras, legumes, cereais, tubérculos, entre outros. A quantidade produzida por esses agricultores varia conforme o tamanho da terra e os recursos disponíveis, sendo suficiente para atender ao consumo próprio e o excedente ser destinado ao mercado local. Fabio *et al.* (2018) demonstra que a agricultura camponesa se move pela produção para o consumo e comercialização dos excedentes e sua principal motivação é a resistência enquanto classe social. Ressalta-se ainda que a sazonalidade produtiva é uma característica marcante, na produção dos alimentos dependendo fortemente das estações do ano, como já foi mencionado anteriormente. Miranda *et al.* (2024) demonstra em seu trabalho que a renda dos produtores é variável ao longo do ano, e que é fortemente influenciada pela sazonalidade, desta forma, esta variação sazonal exige dos agricultores familiares um planejamento e uma diversificação das culturas para manter a produção contínua e garantir a sustentabilidade ao longo de todo o ano.

Outro aspecto a ser destacado com relação à agricultura familiar é o perfil produtivo presente nesse meio. Aquino *et al.* (2020) sinaliza que o preparo das áreas de produção é realizado antes do período chuvoso. O autor destaca ainda que as pequenas propriedades familiares juntas respondem por uma expressiva parcela da produção de alimentos básicos, os quais produziram arroz, feijão, mandioca que se destaca com maior percentual de cultivo, e o milho em suas roças. Ressalta que ainda houve participação da categoria nas culturas de cana-de-açúcar e soja, embora seja reduzida, mas ainda assim os agricultores responderam de 12% a 25% na produção de mamão e manga, que são culturas irrigadas.

Os agricultores familiares enfrentam inúmeros desafios, dentre eles, acesso a terras, água, insumos e crédito, limitando suas capacidades de produção, outro fator a ser destacado é que essas dificuldades são vivenciadas de contextos mais amplos, como a falta de assistência técnica, a globalização dos sistemas alimentares e das cadeias longas de comercialização onde

esses agricultores estão inseridos (Bortolini *et al.*, 2020). Além destes aspectos, os agricultores familiares enfrentam dificuldades para acessar mercados e obter preços justos para seus produtos. Além disso, o acesso limitado às tecnologias e capacidades adequadas pode depender da produtividade e da qualidade da produção. Neste sentido, políticas agrícolas e econômicas ou apoio governamental podem impactar a agricultura familiar.

De acordo com Aquino *et al.* (2020), o potencial produtivo dos agricultores familiares é bloqueado por “múltiplas carências de ativos”. Dentre elas, a precarização do acesso à terra, a formação básica, a assistência técnica, as tecnologias produtivas, entre outros. Estas carências podem ser compensadas através de políticas públicas que contribuem para a diversificação das fontes de renda dessas famílias. Além disso, o escoamento dos produtos é um fator que se destaca, dentre os desafios associados a isso, a dificuldade por não conseguir acessar canais de comercialização distintos, como feiras, mercados, entre outros. Outro agravante são os atravessadores, visto que por encontrar dificuldade de acesso a esses mercados de comercialização, os agricultores acabam sendo obrigados a vender seus produtos a preços baixos para não perder sua produção e obter uma renda. Além disso, a logística para acessar esses locais é outro ponto a ser observado, pois muitos desses agricultores residem longe do local de distribuição, ou não possuem transporte para chegar até o local. Esse fato também contribui para a venda aos atravessadores, pois os mesmos vão até a propriedade dos agricultores à procura dos produtos (Souza, 2014).

Contudo, os agricultores buscam meios de venda direta aos seus consumidores, o que promove a comercialização dos seus produtos a preços mais justos, tanto para os produtores quanto para os consumidores. Como forma de facilitar essa venda de forma direta, os agricultores familiares adotam estratégias de comercialização, como a inserção em feiras, grupos de consumo, comercialização direta para o consumidor facilitada por ferramentas digitais, dentre outras. Gazolla *et al.* (2021), em estudo sobre novas formas digitais de comercialização na agricultura familiar, destaca os sites e plataformas como estratégias de escoamento dos produtos desses produtores. Além disso, destaca-se no estudo que grupos de consumo, cooperativas e associações são formas de organização social desses atores para criarem estratégias de comercialização digital, intermediando este processo. Contudo, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017, cerca de 70% dos agricultores não possuem acesso à internet. Outro fator é o uso dos equipamentos e ferramentas digitais que dificulta o acesso a esses meios. Dessa forma, eles enfrentam as dificuldades na produção, na comercialização e outras múltiplas carências de ativos vivenciadas nesses meios pelos agricultores familiares (Aquino *et al.*, 2020).

Mediante um cenário de insegurança alimentar, vivenciado nos últimos anos, a sociedade percebeu a necessidade de modificar sua visão a respeito da qualidade do que consome. Por conta disso, tem ido em busca de produtos livres de agrotóxicos, valorizando, assim, a agricultura familiar. Isso, por sua vez, tem aumentado a procura por produtos da agricultura familiar, pois as características físicas de um produto alimentício não são os itens mais valorizados pelos consumidores atuais, de modo que a decisão tem sido tomada acerca dos condicionantes que lhes têm conferido mais qualidade nutricional (Darolt *et al.*, 2016).

Observa-se, nesse sentido, que os chamados “circuitos curtos de comercialização” vêm se tornando mais comuns e com uma procura maior, pois têm se apresentado estrategicamente promissoras na intenção de efetivar o escoamento da produção de muitos agricultores familiares. Os Circuitos Curtos incluem a venda direta, a valorização regional, fortalece o vínculo entre produtores e consumidores e promove o desenvolvimento rural sustentável (Verano, Figueiredo e Medina, 2021).

Isto posto, infere-se que a agricultura familiar é a principal responsável pela comercialização de produtos a nível local, “o papel mais destacado da agricultura familiar continua a ser a agregação de valor à produção agrícola e à transformação desta em produtos e serviços que circulam em nível local” (Scarabelot; Schneider, 2012, p. 102).

Entende-se, assim, que esse tipo de comércio, comumente ocorrido entre agricultores familiares, é diferente dos mercados tradicionais, ainda que estejam inseridos em um mesmo cenário. Sobre isso, Kiyota e Gomes (1999) afirmam que, na comercialização dos produtos agrícolas, os agricultores familiares mantêm uma relação com um ambiente em que o vínculo é diferente do seu e, introduzida nele, sustenta suas táticas que, muitas vezes, são estranhas aos agentes externos. Conforme sustentado pelos autores, “as estratégias dos agricultores familiares no processo de comercialização são a combinatória entre as suas vontades subjetivas e as regras sociais” (Kiyota; Gomes, 1999, p. 49).

Mediante o exposto, pode-se dizer que os circuitos curtos de comercialização são maneiras de comercializar a produção de alimentos local. Os agricultores familiares estão criando novas redes agroalimentares que vêm sendo chamadas de cadeias curtas ou circuitos curtos que, por sua vez, interligam produtores e consumidores com novas preocupações ou ainda aqueles que foram excluídos do processo de comercialização tradicional (Ferrari, 2011).

As feiras da agricultura familiar podem ser caracterizadas como circuitos curtos de comercialização. Elas acontecem em espaços públicos e em certos períodos de tempo previamente estabelecidos, sendo locais onde ocorrem trocas de mercadorias entre produtores,

além de oportunizar o escoamento da produção agrícola local. Nas feiras se observa também uma maior proximidade nas relações comerciais, havendo um contato direto entre produtor e consumidor, vivência, tradição e cultura (Pierri; Valente, 2015).

De acordo com Borba e Amâncio (2022), a relação de proximidade produtor-consumidor possibilita a troca de informações e aumenta o senso de responsabilidade de ambos na promoção de sistemas produtivos sustentáveis. Nesse sentido, as feiras são canais de comercialização onde, normalmente, os produtos comercializados são cultivados em sistemas produtivos sustentáveis colhidos pela própria família e/ou adquiridos na própria comunidade.

As feiras comerciais podem também contribuir para fortalecer as cadeias curtas de comercialização e redes agroalimentares alternativas, com preços mais justos para os produtores e consumidores. Na agricultura familiar, a fixação de preços dos produtos desempenha um papel crucial na sustentabilidade e viabilidade econômica dos pequenos produtores. A precificação auxilia na hora de estabelecer os valores dos produtos a serem comercializados. Frequentemente, os agricultores enfrentam desafios para realizar a fixação, exclusivamente sobre os custos, gastos e investimentos de produção que devem ser considerados para tal. Portanto, a fixação de preços precisa levar em consideração não apenas os custos de produção, mas também que haja equidade e justiça para garantir que os agricultores familiares comercializem seus produtos a preços justos. A respeito disso, Amorim (2018) destaca a necessidade de os agricultores estabelecerem preços de forma justa para que todos possam comercializar os seus produtos.

Em pesquisa realizada em feiras itinerantes no município de Cruz das Almas, Amorim (2018) observou que os agricultores familiares definem os preços dos produtos principalmente a partir da oferta e da demanda do mercado local e do valor de aquisição da mercadoria. Assim como em outros locais, não diferente na agricultura familiar, estratégias são empregadas para a fixação dos preços. Para Moraes (2020), a definição do preço de venda pode existir nos mais variados métodos. A autora exemplifica que os métodos podem ser baseados no custo de produção; nos concorrentes; nas características do mercado; e no valor percebido pelo cliente, sendo que cada uma dessas estratégias de fixação possui algumas especificidades. Para Corrêa (2016), a precificação baseada nos custos de produção pode ser definida como os custos relevantes e que possuem algum impacto nos lucros. Já a precificação pelos concorrentes a autora destaca que a estratégia de precificação se baseia nas empresas concorrentes. Enquanto a precificação baseada no cliente se destaca pelo valor que o cliente está disposto a pagar por determinado produto, sendo assim o melhor valor percebido pelo cliente.

### **3 Metodologia**

O método utilizado para esta pesquisa foi a abordagem mista. Para Santos *et al.* (2017), a pesquisa mista é um estudo que emprega métodos diferentes para responder uma questão de pesquisa específica, buscando que as informações obtidas se complementem entre si. Para Vergara (1998), há várias taxonomias de tipos de pesquisa, em que ele destaca dois critérios básicos, quanto aos fins e quanto aos meios.

A pesquisa quanto aos fins se classifica como de caráter exploratório, por sua natureza de sondagem não comportar hipóteses (Vergara, 1998). Apesar de já existirem pesquisas sobre a feira da UFRB, ainda não foi realizado nenhum estudo voltado a uma análise de preços praticados na feira, que é justamente o que se busca abordar nesta pesquisa. Já quanto aos meios, trata-se de um estudo de caso, circunscrito em uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoas, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país e tem caráter de profundidade e detalhamento (Vergara, 1998).

Para obtenção dos dados, a coleta foi realizada em três momentos: inicialmente, foram realizados levantamentos dos preços dos produtos no primeiro e segundo semestre do ano de 2023 na Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB, para que fosse possível realizar a sistematização e a série temporal dos preços praticados durante esse período. É importante destacar que esta é uma tarefa executada pelo projeto de extensão “Redes de comercialização inovadoras na UFRB: agricultura familiar, economia solidária e sustentabilidade” ao qual a Feira está vinculada, com um banco de dados disponível. Para isso, foram selecionados 31 produtos, os quais foram considerados por ter uma representatividade local e disponibilidade na feira, a saber: Aipim, Banana da prata, Banana da terra, Alface Crespa, Andu, Cana, Cebolinha, Chuchu, Coco, Coentro, Couve, Espinafre, Feijão verde, Feijão seco, Fruta pão, Inhame, Jaca, Laranja pera, Limão taiti, Mamão, Manga, Maracujá, Maxixe, Pimenta, Pimentão, Salsa, Salsão, Tangerina, Rúcula, Tomate e Batata Doce.

Posteriormente, em um segundo momento, foi realizada a coleta de dados em dois supermercados e outras duas feiras de comercialização, também pertencentes ao município de Cruz das Almas. Esta fase de coleta foi realizada no mês de março de 2024 e teve como objetivo comparar os preços praticados na feira da UFRB com os preços desses outros canais de comercialização.

Além do levantamento de preços, no terceiro momento, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com feirantes da UFRB, para que fosse possível identificar a estratégia de

precificação utilizada por eles. No total, foram entrevistados 15 feirantes no mês de março de 2024. O levantamento dos dados foi realizado presencialmente e, a partir disso, foi possível identificar as estratégias acerca da precificação e comercialização dos produtos.

Para análise dos dados da série temporal dos preços praticados na feira da UFRB, foram definidos cinco grupos: Grupo 1 (G1)- apresentou os produtos ofertados somente no primeiro ou segundo semestre de dois mil e vinte e três; G2- produtos que não foram ofertados regularmente nos semestres; G3- produtos que constam com variação percentual até 10% dos preços praticados durante os semestres; G4- produtos com variação percentual de 10% a 30% e; G5- produtos com variação acima de 30%.

Os preços dos produtos coletados na feira da UFRB, nas demais feiras e supermercados, foram sistematizados no Microsoft Excel para análise. Entretanto, dos 31 produtos selecionados, apenas nove permaneceram disponíveis para comparação em todo o período analisado, os quais foram: alface crespa, banana da prata, coco, coentro, laranja pera, limão taiti, mamão formosa, manga tomy e tangerina. Os demais produtos não estavam disponíveis devido a fatores como a sazonalidade da oferta, impossibilitando assim o comparativo dos mesmos.

Após a coleta de dados relacionada à estratégia de precificação utilizadas pelos feirantes, procedeu-se com a tabulação e categorização das informações obtidas. Em seguida, foi utilizado métodos de análise qualitativa para identificar padrões relevantes relacionados às estratégias de precificação. As etapas de organização e análise dos dados foram realizadas com todo cuidado e rigor, assegurando assim a confiabilidade e respeitando integralmente os princípios éticos da pesquisa, preservando o anonimato dos participantes.

#### **4 Estratégias de precificação praticadas na Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da UFRB**

Os participantes da feira livre da UFRB são agricultores(as) familiares de associações comunitárias ou ainda pequenos produtores individuais do Território do Recôncavo da Bahia. A feira contribui para o fortalecimento da agricultura familiar e dos empreendimentos da economia solidária, além de promover a interação e a troca de experiências entre produtores, consumidores e comunidade acadêmica, estabelecendo relações de confiança e valorizando a economia local.

A feira da agricultura familiar da UFRB foi criada no ano de 2016, porém teve a

paralisação de suas atividades em decorrência da pandemia da Covid19<sup>1</sup>. Em 2021, a reestruturação da feira foi realizada a partir do Programa de Extensão intitulado “Redes de comercialização inovadoras na UFRB: agricultura familiar, economia solidária e sustentabilidade”, com o objetivo de promover uma aproximação entre universidade, produtores e sociedade, além de fortalecer a agricultura familiar e economia solidária.

Além dos aspectos já mencionados, a feira contribui para a promoção da curricularização da extensão<sup>2</sup>, organização da comercialização e integração sociocultural. Atualmente participam cerca de 27 feirantes, dentre eles, agricultores familiares, pequenos produtores e artesãos e mais de 20 membros da equipe organizadora, contemplando docentes, técnicos e discentes.

A feira oferece aos consumidores a oportunidade de adquirir alimentos frescos, orgânicos e de qualidade, provenientes de fontes locais e confiáveis. Ademais, podem também servir como um espaço de formação, interação entre a comunidade universitária e a comunidade externa, com a finalidade de conscientizar o público sobre a importância da agricultura sustentável, da diversificação de culturas e da preservação dos recursos naturais.

Como resultado, foi possível identificar que, dentre os quinze feirantes, a maioria (10 feirantes) determina o preço de seus produtos por meio dos custos de produção (Quadro 1). Em estudo conduzido por Marques (2020) em São Paulo, resultados semelhantes foram encontrados, onde 90% dos entrevistados utilizavam o custo de produção como principal forma de precificação, principalmente com relação à maior demanda de mão de obra nas etapas produtivas, uma parcela dos entrevistados acreditava que os custos de produção seja o fator mais relevante na hora de precificar seus produtos. Além disso, o autor destaca a diferença entre os mercados convencionais e orgânicos, uma vez que o primeiro a oferta e a demanda são elementos cruciais na precificação, enquanto para o segundo fornecer produtos de qualidade a um preço acessível também é uma preocupação. Ainda com relação aos resultados encontrados, quatro feirantes determinam pela concorrência, um determina pela demanda de mercado e outro não soube responder.

Estes resultados demonstram que há uma variedade de estratégias utilizadas pelos

---

<sup>1</sup> A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global, a qual foi caracterizada pela OMS como uma pandemia.

<sup>2</sup> A curricularização da extensão é a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e pesquisa.

feirantes na determinação dos preços de seus produtos. Essa diferenciação pode indicar oportunidades para aprimoramento e consequentemente aprendizagem, seja compartilhando sobre as principais estratégias ou adoção de novas estratégias de precificação. Sousa *et al.* (2022) aborda em seu estudo a dificuldade dos agricultores nesse processo de precificação dos seus produtos, porém o autor ressalta que nesse processo os produtores desenvolvem ao longo da experiência a habilidade de agregar valor ao produto comercializado, levando em consideração todo o processo de transformação até chegar ao produto final, mantendo assim um valor que seja justo sem o tornar algo excessivamente oneroso.

Quando questionados sobre ajustes nos preços praticados, oito feirantes não ajustam há algum tempo os preços de seus produtos, ou afirmaram que dificilmente revisam e ajustam os mesmos (Quadro 1). Como se pode perceber, os feirantes não estão atentos aos ajustes de preços. Portanto, capacitações a fim de ajudá-los a entender a importância dos ajustes de preços e de como fazê-los de forma eficaz, são importantes para fornecer conhecimentos sobre as diferentes estratégias de precificação, tendências de consumo, técnicas para determinar preços que sejam justos para si e para os consumidores.

Em relação aos fatores que influenciam nas decisões na definição dos preços dos seus produtos, nove feirantes consideram a sazonalidade e a variação climática para a determinação dos preços. Ou seja, para um número expressivo de feirantes, a redução dos produtos decorre por conta das variações climáticas que interferem significativamente na determinação dos preços. Nesse contexto, destaca-se a relação entre oferta e demanda, visto que há períodos em que a disponibilidade de produtos no mercado é menor e a demanda pelos produtos permanece, havendo assim uma tendência de elevação nos preços.

Foi possível identificar ainda que a totalidade dos feirantes utilizam alguma estratégia promocional para maximizar suas vendas na feira. Dentre eles, nove feirantes utilizam desconto por quantidade, cinco utilizam a precificação competitiva com a concorrência, quatro responderam descontos temporários e apenas dois responderam descontos em eventos. Kinjo *et al.* (2005) ressaltam que consumidores que compram produtos em maior quantidade acabam muitas vezes ganhando algum tipo de desconto, isso pode ser constatado com nossos achados. Os autores destacam ainda que pode haver uma concorrência perfeita na feira, onde os feirantes vendem os mesmos produtos competindo entre si. Vale destacar que os feirantes poderiam selecionar mais de uma alternativa, sendo assim alguns utilizam mais de uma estratégia para maximizar suas vendas na feira. Os feirantes que utilizam descontos no final da feira são os que ofertam produtos mais suscetíveis a perda, ou perecíveis.

Quadro 1- Caracterização dos feirantes em relação à precificação.

<b>Feirantes</b>	<b>Forma de determinação dos preços</b>	<b>Frequência que revisa e ajusta os preços</b>	<b>Considera a sazonalidade e variações climáticas</b>	<b>Como lida com variação nos custos de produção</b>	<b>Desafios ao precisar os produtos</b>
1	Custos de Produção	Anual	Sim	Precificação Flexível	Demandas Variáveis
2	Custos de Produção	Anual	Não	Precificação Flexível	Concorrência
3	Concorrência	Faz dois anos	Sim	Atualiza os preços periodicamente	Concorrência
4	Concorrência	Dificilmente	Não	Nenhuma	Demandas Variáveis
5	Custos de Produção	Mensal	Não	Precificação Flexível	Custo de Produção
6	Custos de Produção	Mensal	Não	Precificação Flexível	Demandas Variáveis
7	Custos de Produção	Mensal	Sim	Reserva Financeira	Custo de Produção
8	Custos de Produção	Anual	Sim	Precificação Flexível	Concorrência
9	Custos de Produção	Semestral	Sim	Reserva Financeira	Custo de Produção
10	Custos de Produção	Semestral	Não	Precificação Flexível	Demandas Variáveis
11	Concorrência	Dificilmente	Sim	Atualiza os preços periodicamente	Demandas Variáveis
12	Demandas do Mercado	Dificilmente	Sim	Atualiza os preços periodicamente	Custo de Produção
13	Custos de Produção	Semanal	Sim	Nenhuma	Concorrência
14	Não soube responder	Mensal	Sim	Precificação Flexível	Nenhuma
15	Concorrência	Anual	Não	Reserva Financeira	Concorrência

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo. Elaborado pela autora (2024).

Com relação às variações nos custos de produção, ao definir os seus preços, sete feirantes aderem à forma mais flexível de precificação que permite ajustes nos preços de acordo com diferentes variáveis; três fazem o uso da estratégia de reserva financeira; e três atualizam os preços periodicamente. Estes resultados indicam que os feirantes podem estar tendo perdas ou não tendo lucro, devido a essa falta de ajustes nos preços. Outros dois feirantes responderam ainda que não utilizam nenhuma estratégia relacionada às variações nos custos de produção.

Em relação à transparência de como é comunicado aos clientes os fatores que influenciam os preços dos produtos na feira, onze dos 15 feirantes entrevistados destacam que aderem a comunicação face a face, o que é esperado devido a feira ser um canal curto de comercialização que tem como característica desse meio a confiança interpessoal. Dentre os demais, três utilizam as redes sociais para divulgar os fatores e somente um faz o uso de folheto impresso.

Dentre os feirantes que utilizam as redes sociais, pode-se verificar que estes são os mais jovens e isso pode justificar o fato de não utilizarem a comunicação face a face como principal meio de comunicação com os clientes sobre os fatores que influenciam os preços dos produtos. Outro adentro seria porque as redes sociais podem ser atualizadas periodicamente, o que facilita a comunicação a mais pessoas, até mesmo as que não estão presentes na feira e isso pode ser um atrativo para atrair novos clientes. Contudo, percebe-se que questões relacionadas ao acesso das redes sociais, estão inteiramente ligadas ao manuseio deste meio de comunicação. Gazolla e Aquino (2021) destacam que não basta ter acesso a internet, é necessário saber manuseá-la, o que muitas vezes não está presente na realidade desses agricultores, sobretudo os que possuem idade mais elevada.

Com relação aos principais desafios enfrentados ao precisar os produtos na feira, os feirantes destacaram a concorrência, podendo ser ela com os mercados e outras feiras existentes, o que pode representar como ponto positivo pois os feirantes estão atentos à concorrência. Dorneles *et al.* (2019) demonstra em seu estudo que para os feirantes o preço é um fator crítico para a venda dos produtos, apontando que se na banca ao lado o concorrente vende o mesmo produto a preços mais baixos pode estar saindo na frente. Verifica-se que nos nossos achados os feirantes também enxergam a precificação com relação aos concorrentes como um desafio. Na sequência, a demanda variável é destacada, a qual os feirantes justificam uma baixa demanda em certos períodos e não tem clientes para fazer a venda dos seus produtos. Além destes, destaca-se os custos de produção devido a matéria prima ou insumos estarem com preços mais elevados dificultando o processo produtivo. Marques (2020) ressalta

que os agricultores apontam que os custos podem sofrer variações principalmente em relação à utilização de insumos comprados em épocas e preços diferentes e que eram ambos utilizados na produção do produto. Para os nossos feirantes essas variações aparecem com uma das dificuldades na hora de produzir seus produtos.

Os feirantes foram ainda questionados sobre os produtos comercializados que apresentaram maior variação de preços, dentre eles, foram elencados os seguintes: cana, acerola, laranja, maracujá, mel, biscoitos, doce, farinha, goma de tapioca, pizza de aipim, plantas, bolos, biquíni e short de crochê e pano de prato foram os mais lembrados. Como justificativa, os feirantes destacam que essa maior variação ocorre devido às variações climáticas, no caso dos alimentos, que podem reduzir a produção e a sazonalidade de alguns produtos em certo período.

Outro aspecto seria a mão de obra no caso da farinha e goma, pois precisa-se de auxílio de terceiros no processo de fabricação, o que gera maiores custos de produção relativos à mão de obra temporária. Com relação aos demais produtos, o aumento dos custos das matérias primas utilizadas para produção dos produtos a serem comercializados ocasionam uma maior variação nos preços, porém isso acontece quando há alta nos preços dessas matérias primas. As variações e comparativos de preços nos canais de comercialização pesquisados serão abordados na próxima seção.

#### 4.1 Análise comparativa dos preços praticados em diferentes canais de comercialização em Cruz das Almas – Ba

##### 4.1.1 Série temporal dos preços da feira da UFRB

Nesta subseção apresenta-se uma série temporal dos preços de 31 produtos praticados na feira da UFRB durante o primeiro e segundo semestre de 2023, os quais foram separados em grupos: G1, G2, G3, G4, G5. No grupo 1, constam os produtos que foram ofertados somente em um dos semestres analisados; no grupo 2, são aqueles que são ofertados irregularmente; no grupo 3, são os produtos que contam com variação percentual de até 10% no período; o grupo 4 é composto pelos produtos que apresentam variação entre 10 e 30%; e o grupo 5 demonstra os produtos que sofreram variação superior a 30%. No Quadro 2, é possível verificar os produtos ofertados somente em um semestre e os produtos ofertados irregularmente.

Como se pode observar, no primeiro semestre a jaca foi o único produto ofertado que não é disponibilizado no segundo semestre, o que pode justificar tal fato é a sazonalidade, onde é ofertada em um determinado período do ano. Esse produto se destaca pela sua grande

importância na região, onde no mês de fevereiro a prefeitura de Cruz das Almas promove o evento ECOJACA, com a finalidade de celebrar os produtos locais e os produtos derivados da jaca. Outros produtos como o chuchu, feijão seco, inhame e maxixe aparecem somente no segundo semestre. A não oferta desses produtos no primeiro semestre pode ter várias motivações, uma delas é o período de plantio e as variações climáticas que podem afetar a disponibilidade desses produtos.

Quadro 2 - Produtos ofertados no Grupo 1 e Grupo 2.

Grupo	1º Semestre	2º Semestre
G1	<b>Produto Ofertado Somente no Semestre</b>	<b>Produto Ofertado Somente no Semestre</b>
	Jaca	Chuchu; Feijão seco; Inhame; Maxixe
G2	<b>Produto Ofertado Irregularmente</b>	<b>Produto Ofertado Irregularmente</b>
	Pimentão; Salsão; Tangerina	Banana da terra; Manga Tommy; Maracujá

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo. Elaborado pelas autoras (2024).

No G2 os produtos como banana da terra, manga e maracujá são produtos ofertados irregularmente no segundo semestre de 2023, já os produtos como a tangerina, o salsão e o pimentão são irregulares no primeiro semestre. A oferta irregular é uma característica da agricultura familiar, que respeita os períodos produtivos das culturas, considerando ainda, que os(as) feirantes comercializam o excedente de suas produções para autoconsumo (Plein, 2003).

Em relação ao G3, dos produtos que tiveram uma variação percentual de preço de até 10%, como pode se observar no Quadro 3, o produto que teve maior variação foi a cana, coentro e a cebolinha no primeiro semestre. Já no segundo semestre, o produto com maior variação foi o andu. Essa variação pode ser atribuída a uma série de fatores, como condições climáticas adversas, mudanças na oferta devido a problemas de produção ou mesmo questões relacionadas à sazonalidade. Já produtos como pimentão, salsa, salsão, tangerina, tomate, manga, maracujá, fruta pão e banana da terra, não apresentaram variação de preço, conforme o quadro 3.

A sazonalidade da produção demonstra um fator determinante na oferta de alimentos, especialmente na realidade da agricultura familiar. Lourenzani *et al.* (2004) destaca em estudo conduzido com diferentes espécies de plantas medicinais provenientes da agricultura familiar que apresentam sazonalidade de produção e consumo.

Este tipo de produção está intimamente ligada aos ciclos naturais e às variações climáticas, o que pode impactar diretamente a disponibilidade e o preço dos produtos ao longo dos meses. Como exemplo, culturas como a cana, o coentro, cebolinha e o andu podem ter tido

variações significativas em períodos em que houve seca ou excesso de chuvas, afetando assim a produção e a colheita e, consequentemente, os preços dos produtos. Fabio *et al.* (2018) demonstra em um dos seus estudos que a sazonalidade da produção precisa ser reconhecida, demonstrando que dos produtos ao qual foi feita sua pesquisa todos tiveram uma considerável variação de oferta durante o ano.

Quadro 3-Variação de preços dos produtos do G3

Grupo	1º Semestre					2º Semestre				
	Produto	Média R\$	Mín. R\$	Máx. R\$	Variação percentual	Produto	Média R\$	Mín. R\$	Máx. R\$	Variação percentual
G3 até 10%	Cana	2,83	2,75	3,00	9,09%	Andu	11,63	11,00	12,00	9,09%
	Cebolinha	1,94	1,83	2,00	9,09%	Cebolinha	1,98	1,88	2,00	6,67%
	Coentro	1,94	1,83	2,00	9,09%	Alface Crespa	3,00	3,00	3,00	0,00%
	Aipim	4,92	4,67	5,00	7,14%	Fruta pão	3,00	3,00	3,00	0,00%
	Alface Crespa	3,06	3,00	3,17	5,56%	Manga Tommy	1,00	1,00	1,00	0,00%
	Andu	13,25	13,00	13,50	3,85%	Maracujá	3,00	3,00	3,00	0,00%
	Pimentão	3,00	3,00	3,00	0,00%	Pimentão	3,00	3,00	3,00	0,00%
	Salsa	2,00	2,00	2,00	0,00%	Salsa	2,00	2,00	2,00	0,00%
	Salsão	2,50	2,50	2,50	0,00%	Salsão	2,50	2,50	2,50	0,00%
	Tangerina	3,00	3,00	3,00	0,00%	Tangerina	3,00	3,00	3,00	0,00%
	Tomate	4,00	4,00	4,00	0,00%	Banana da Terra	12,50	12,5	12,50	0,00%

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo. Elaborado pela autora (2024).

A compreensão desses padrões é fundamental para a formulação de políticas que possam apoiar os agricultores familiares na mitigação dos impactos em relação à sazonalidade e as variações nas épocas do ano. Produtos que não apresentaram variação de preço, provavelmente se beneficiaram de condições mais estáveis de produção e de uma menor influência sazonal nesse período.

O quadro 4 apresenta os produtos que mais sofreram variações de preços durante o período analisado. Quando observadas as variações de 10 a 30% (G4) é possível verificar que a banana da terra, laranja pera, limão taiti e maracujá foram os produtos que sofreram maior variação no primeiro semestre. Já no segundo semestre no G3, dois desses produtos (banana da

terra e maracujá) não sofreram nenhum tipo de variação. O coentro é um dos produtos que apresentou maior variação no segundo semestre do G4, porém, também se verificou que no semestre anterior sua variação chega a quase 10% sendo um dos produtos com maior variação no G3.

Quadro 4 - Variação dos preços dos produtos do G4 e G5.

Grupo	1º Semestre					2º Semestre				
	Produto	Média R\$	Mín. R\$	Máx. R\$	Variação percentual	Produto	Média R\$	Mín. R\$	Máx. R\$	Variação percentual
G4 10% a 30%	Banana da Terra	13,5	12	15	25,00%	Coentro	2	1,75	2,25	28,57%
	Limão Taiti	2,52	2,25	2,72	20,99%	Batata Doce	3,9	3,5	4,5	28,57%
	Maracujá	3,31	3	3,63	20,83%	Inhame	7,44	6,54	8,33	27,39%
	Laranja Pera	4,11	3,75	4,5	20,00%	Rúcula	2,75	2,5	3	20,00%
	Espinafre	3,75	3,5	4	14,29%	Pimenta	2,54	2,38	2,75	15,79%
	Coco	3,04	2,88	3,25	13,04%	Chuchu	2,08	2	2,25	12,50%
	Banana da Prata	4,13	4	4,5	12,50%	Couve	2,05	2	2,25	12,50%
	Batata Doce	4,67	4,5	5	11,11%					
G5 +30%	Feijão verde	6,5	3	10	233,33%	Mamão Formosa	4,33	2	10	400,00%
	Jaca	5,5	2,5	8	220,00%	Tomate	4,1	2,5	5	100,00%
	Mamão Formosa	3,63	2,75	4,5	63,64%	Feijão	7,5	6	11	83,33%
	Couve	2,42	2	3	50,00%	Feijão verde	9	7	11	57,14%
	Rúcula	2,33	2	3	50,00%	Maxixe	2,5	2	3	50,00%
	Pimenta	2,56	2,13	3	41,18%	Laranja Pera	2,48	2	3	50,00%
	Fruta pão	6,08	5,17	7	35,48%	Limão Taiti	2,4	2	3	50,00%
	Manga Tommy	3,5	3	4	33,33%	Aipim	5,05	3,5	5	42,86%
						Banana da prata	3,9	3,5	5	42,86%
						Cana	3	2,5	3,5	40,00%
						Espinafre	3,5	3	4	33,33%
						Coco	3,03	2,67	3,5	31,09%

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo. Elaborado pela autora (2024).

No Grupo 5 verificou-se que os produtos sofreram uma maior variação durante os semestres (superior a 30%). O feijão verde e a jaca se destacam sendo os produtos com variação superior a 100% no primeiro semestre, os demais produtos estão abaixo de 65%. Já no segundo semestre somente o mamão teve variação superior a 100%, observa-se que no primeiro semestre o mamão também se encontra no G5, onde consta com variação superior a 60%.

Com relação à variação presente no grupo 5, pode-se explicar devido ao tempo de plantio, que de certo modo é um fator crucial na produção. Em determinadas épocas do ano há uma produção maior o que influencia na queda do preço. No entanto, em outros períodos do ano, a produção pode ser significativamente menor levando a alta dos preços. Outro fator é o clima, pois este desempenha um papel fundamental, devido que, os produtos dependem do sol e não se desenvolvem bem em períodos de chuvas excessivas ou de situações de estiagem. Para tanto, é necessário um clima favorável. Por exemplo, o maxixe é mais suscetível ao clima tropical, assim como o feijão e o mamão (Cardoso, 1997; Queiroga *et al.*, 2012; Kist *et al.*, 1995). Em períodos de chuva intensa, a produção de tomate e outras culturas diminui, afetando a oferta e o preço. Além disso, a demanda por produtos varia conforme o clima, como o consumo da laranja, que é maior no verão.

Outro ponto importante em relação às condições climáticas adversas é que estas podem aumentar a incidência de pragas nas culturas (Bieras *et al.*, 2003). Em anos desfavoráveis, a produção pode ser extremamente baixa, os produtos sofrem com pragas e condições climáticas ruins, resultando em escassez e aumento de preços. Dessa forma, quando a oferta é baixa e a demanda é alta, os preços sobem significativamente. A temperatura alta e as chuvas podem aumentar a incidência de pragas, afetando culturas como a exemplo o mamão e a rúcula. No caso da cana, a demanda externa pode ser um fator, já que é uma cultura resistente. Ressalta-se ainda que, dentre os produtos que sofreram variação, a cana, a laranja e o maracujá foram os produtos mais lembrados pelos feirantes no quesito variação de preço. Vale destacar que a variação de preços também pode ocorrer devido a comercialização do excedente dos produtos dos agricultores, visto que esses agricultores podem não ter o produto em certo período com no caso da sazonalidade e quando se tem os preços acaba sendo elevados. É preciso ponderar que os preços são uma média de todos os feirantes que ofertaram determinado produto, significando que, se houver um produtor que está com o valor superestimado, por exemplo, poderá influenciar significativamente na média nos preços na feira.

Contudo, verificamos que a oferta da feira está de acordo com as características da agricultura familiar: oferta do excedente da produção, influência das questões climáticas e

sazonalidade produtiva (Plein, 2003; Fabio *et al.*, 2018). Considerando que os preços dos produtos são calculados pelos produtores a partir dos custos de produção, e que consideram a sazonalidade e a variação climática nas suas decisões na hora de determinar os preços dos seus produtos, se pode inferir que essa variação do preço de alguns produtos, pode estar relacionada a essas questões.

#### 4.1.2 Comparativo entre os preços da feira da UFRB e outros canais de comercialização

Conforme apresentado anteriormente, foram selecionados para análise 31 produtos ofertados na feira da UFRB, com representatividade local. Deste total, apenas nove foram ofertados em todos os canais de comercialização analisados, os quais foram: alface crespa, banana da prata, coco, coentro, laranja pera, limão taiti, mamão, manga e tangerina. Para tanto, foram comparados os preços de nove produtos comercializados na feira da UFRB, nas duas feiras livres (F1 e F2) e nos dois supermercados (S1 e S2) do município, conforme quadro 5.

Quadro 5- Variação de preços dos produtos comercializados em todos os canais de comercialização analisados.

Produtos	Feira UFRB 2024	Feira UFRB 2023	S1	S2	F1	F2
Alface Crespa*	R\$ 3,00	R\$ 4,00	R\$ 2,80	R\$ 4,99	R\$ 5,00	R\$ 4,50
Banana da Prata**	R\$ 3,51	R\$ 3,17	R\$ 9,85	R\$ 5,99	R\$ 3,50	R\$ 4,00
Coco**	R\$ 3,00	R\$ 1,83	R\$ 3,99	R\$ 3,99	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Coentro**	R\$ 3,00	R\$ 2,00	R\$ 3,49	R\$ 3,99	R\$ 4,50	R\$ 4,00
Laranja Pera**	R\$ 2,76	R\$ 2,72	R\$ 4,49	R\$ 2,89	R\$ 4,67	R\$ 5,00
Limão Taiti*	R\$ 2,51	R\$ 2,75	R\$ 5,70	R\$ 2,00	R\$ 2,50	R\$ 3,00
Mamão Formosa**	R\$ 2,63	R\$ 4,00	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 4,25	R\$ 5,00
Manga Tommy**	R\$ 4,00	R\$ 3,00	R\$ 6,90	R\$ 4,99	R\$ 4,75	R\$ 5,00
Tangerina**	R\$ 3,18	R\$ 2,00	R\$ 11,75	R\$ 5,99	R\$ 4,33	R\$ 7,00

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo. Elaborado pela autora (2024).

Legenda: Os produtos com (\*\*) representam os produtos mais baratos na feira da UFRB, os que aparecem (\*) são mais baratos nas feiras ou supermercados.

Como se pode perceber, os achados do estudo demonstram que os preços na feira da UFRB são mais baratos quando comparados aos outros canais, tanto no ano de 2024 com 5 produtos (coentro, laranja, mamão, manga e tangerina) quanto no ano de 2023 com 7 produtos (banana, coco, coentro, laranja, mamão, manga e tangerina).

Apenas dois produtos (alface e limão) dos nove analisados, têm menores preços no supermercado, sendo um mais barato no S1 e outro no S2. Quanto aos preços praticados nas duas feiras livres, verificamos que somente dois produtos comercializados são mais baratos que na feira da UFRB, porém percebe-se que não são significativamente mais baratos, sendo eles comercializados na F1. Como pode ser observado há uma certa variação de preços entre uma feira e outra, mas sendo maior em relação aos preços dos supermercados e da feira da quando comparados entre si. Há produtos que chegam a ser o dobro do valor no supermercado, quando comparado a feira da UFRB, como a banana da prata, o mamão e a tangerina.

Os dois produtos mais baratos nos supermercados (alface e limão) podem estar relacionados ao poder de barganha que os canais longos possuem, podendo colocar os produtos mais baratos para chamar atenção dos consumidores para compra desse determinado produto, e consequentemente influenciar que eles comprem outros produtos comercializados neste canal. Outra questão que pode ser destacada é que normalmente são produtos produzidos em larga escala, alcançando assim um menor custo de produção e, consequentemente, menor preço de venda, que se difere da agricultura familiar, que produz em baixa escala.

Estudos anteriores presentes na literatura corroboram com nossos achados, como o de Watanabe *et al.* (2018) em São Paulo, no qual os autores ao realizar um comparativo de preços dos produtos orgânicos e convencionais entre supermercados e feiras, constataram que os produtos orgânicos e convencionais em supermercado apresentam preços mais elevados. Já em estudo conduzido por Freitas *et al.* (2022), no Rio Grande do Sul, os autores evidenciaram que uma cesta contendo 16 produtos na feira é, em média, 48,7% mais barato do que a mesma cesta adquirida em supermercados.

Em estudo realizado por Toledo Junior (2016), em Santa Catarina, foi possível identificar que a maioria dos preços analisados tendem a ser mais elevados em supermercados e de que produtos comercializados nas feiras eram mais baratos que os mesmos produtos comercializados na rede varejista. É importante ressaltar que, em ambos os estudos citados, foi possível constatar que os preços dos produtos são mais baratos em feiras.

As características da agricultura familiar influenciam no preço, tais como custos de produção, a utilização de práticas sustentáveis, a venda direta aos consumidores sem intermediários. Contudo, adicionalmente a esse fato, é preciso destacar a qualidade dos alimentos que se vinculam às questões sociais, ambientais e a economia local, promovida por essa agricultura familiar.

Dessa forma, a qualidade dos alimentos provenientes da agricultura familiar é

frequentemente superior devido ao uso de práticas agrícolas mais sustentáveis e menos dependentes de agrotóxicos. Esses métodos não apenas garantem produtos mais saudáveis e nutritivos para os consumidores, mas também contribuem para a preservação da biodiversidade e a saúde do solo. A esse respeito, Pimentel *et al.* (2021) destacam que os agricultores familiares priorizam a produção agroecológica que apresenta uma função ambiental e ecológica importante e que estão ligadas ao gerenciamento dos recursos naturais de forma sustentável, de conservação do solo e preservação da biodiversidade.

Além disso, Bertolini *et al.* (2020) destacam a importância da agricultura familiar para a sociedade, onde ela vem desempenhando um papel crucial na produção dos alimentos, e contribuindo significativamente para a segurança alimentar local e global. A produção local e em pequena escala permite um maior controle de qualidade, resultando em alimentos frescos e saborosos, isso pode ser constatado em estudo conduzido por Azevedo (2015) onde demonstra que o "locavorismo" é apoiado pela crença de que as comidas locais são mais frescas e saborosas e que a sua produção preserva a dignidade dos agricultores familiares, promove sistemas agroalimentares sustentáveis e estimula a economia local através da venda direta aos consumidores. Assim sendo, a proximidade entre produtores e consumidores nas feiras facilita a transparência e a confiança, permitindo que os consumidores conheçam a origem dos alimentos e as práticas utilizadas em seu cultivo.

Além disso, a agricultura familiar também desempenha um papel crucial na promoção da economia local. Ao vender diretamente aos consumidores em feiras, os agricultores familiares conseguem vender seus produtos a preços mais justos, e com isso acabam eliminando os intermediários de fato. Isso não só proporciona uma fonte de renda mais justa e estável para as famílias agricultoras, mas também fortalece a economia da comunidade local. Scarabelot e Schneider (2012) abordam tal fato, destacando que a agricultura familiar é a principal responsável pela comercialização de produtos a nível local. Para os autores, "o papel mais destacado da agricultura familiar continua a ser a agregação de valor à produção agrícola e à transformação desta em produtos e serviços que circulam em nível local" (Scarabelot; Schneider, 2012, p. 102).

Neste sentido, é possível inferir que o dinheiro gasto nas feiras tende a permanecer na região, o que gera um efeito multiplicador positivo. Bertolini (2020) afirma que a agricultura familiar não é apenas uma atividade econômica, mas também está intrinsecamente ligada à vida familiar e a cultura local, muitas vezes enraizada em tradições, crenças e sistemas sociais presentes na comunidade. Com isso, a agricultura familiar dinamiza a economia local e mantém

as tradições e saberes rurais, contribuindo para a coesão social e a resiliência econômica das comunidades às quais pertencem, além de comercializarem produtos de qualidade por meio de um circuito curto, oferecendo não somente à transação comercial, mas também uma experiência, além, é claro, da feira apresentar menores preços que os demais canais analisados. A partir destas constatações, pode-se verificar que a pré-concepção que se tem que os produtos na Feira da UFRB são mais caros que os nos outros canais é equivocada, pois este fato não foi constatado nos produtos analisados. Dito isso, para que possamos mudar essa realidade, seria necessário um trabalho de divulgação junto à população e a comunidade acadêmica, levando conhecimento sobre a qualidade dos produtos e preços justos praticados na feira em questão.

## **5 Considerações finais**

O presente estudo teve como objetivo compreender o preço dos produtos praticados pelos agricultores familiares da feira da UFRB e compará-los a outros canais de comercialização do município foi alcançado. Constatou-se que a maioria dos feirantes determinam o preço dos seus produtos por meio dos custos de produção, sendo essa a principal estratégia utilizada por eles. Destaca-se ainda que a maioria dos feirantes considera a sazonalidade e a variação climática nas suas decisões na hora de determinar os preços dos seus produtos.

Em relação à série temporal dos preços praticados pelos feirantes da UFRB, os resultados indicam que a oferta de produtos da feira está de acordo com as próprias características da agricultura familiar (produção para o autoconsumo e comercialização do excedente), sendo influenciada pelas questões climáticas e sazonalidade produtiva.

Finalmente no que tange ao último objetivo específico, verificou-se que dos produtos analisados os preços praticados na feira da UFRB são mais baratos quando comparados aos outros canais de comercialização, nos dois anos pesquisados (2023 e 2024). Além disso, observa-se que há uma certa variação de preços entre uma feira e outra, mas sendo maior em relação aos preços dos supermercados e da feira quando comparados entre si. Dessa forma, a partir destas constatações, pode verificar que a pré-concepção que se tem que os produtos na Feira da UFRB são mais caros que os nos outros canais é equivocada, pois este fato não foi constatado nos produtos analisados.

## **Referências**

PIMENTEL, A. B.; ABREU, L. S. de; CONTRIGIANI, A. C. Agricultura Familiar. [s.l.] Araras, 2021.

AMORIM, J. de J. S. Feira itinerante da agricultura familiar: a experiência em Cruz das Almas/BA. 2018.

AQUINO, J. R. de; ALVES, M. O.; VIDAL, M. de F. AGRICULTURA FAMILIAR NO NORDESTE DO BRASIL: UM RETRATO ATUALIZADO A PARTIR DOS DADOS DO CENSO AGROPECUÁRIO 2017.

**Revista Econômica do Nordeste**, [S. l.], v. 51, n. Suplemento Especial, p. 31–54, 2020. DOI: 10.61673/ren.2020.1271. Disponível em:  
<https://www.bnb.gov.br/revista/ren/article/view/1271>. Acesso em: 17 fev. 2024.

AQUINO, J. R. de; NASCIMENTO, C. A. do. Heterogeneidade e dinâmicas das fontes de ocupação e renda das famílias rurais nos estados do Nordeste brasileiro. **Grifos**, v. 29, n. 50, p. 126-148, 2020.

AZEVEDO, E. D.. (2015). O ATIVISMO ALIMENTAR NA PERSPECTIVA DO LOCAVORISMO. **Ambiente & Sociedade**, 18(3), 81–98. <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC740V183201>

BIERAS, A. R.; SANTOS, M. J. Z. Condições climáticas e incidência de pragas e doenças na cultura de citros nas principais regiões produtoras do estado de São Paulo. GERARDI, Lucia Helena de Oliveira. **Ambientes estudos de Geografia**. Rio Claro, 2003.

BORBA, M. F. S., AMANCIO , C. O. da G. Cadeias de comercialização mais curtas e dinâmicas. In: Plataforma Visão de futuro do Agro. Disponível em:  
<https://www.embrapa.br/visaodefuturo/intensificacao-tecnologica-econcentracao-da-producao/sinal-etendencia/cadeias-decomercializacao-maiscurtas-e-dinamicas>. Acesso em: 05 mai. 2023.

BRASIL, Lei nº11.326, de 24 de Julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 25 de julho de 2006. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm). Acesso em: 28 jun. 2024.

CARDOSO, M. O. Maxixe-peruano (*Cylanthera pedata* (L.) Schrad.). 1997.

CORRÊA, G. V. M. Preços e disposição a pagar dos hortifrútis orgânicos e convencionais no varejo. 2016. 75 f. il. Monografia (Bacharelado em Administração)-Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M. D. C. F.; ABREU, L. S. Redes alimentares e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2016.

DIAS, V. V.; RÉVILLION, J. P.; TALAMINI, E. Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Orgs.), *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2017.

DORNELES, F. M. et al. “HOJE É DIA DE FEIRA!”: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO EM UMA FEIRA LIVRE BRASILEIRA. **Desafio Online**, v. 7, n. 3, 2019.

FABIO, E. di; NASCIMENTO, D. F.; OLIVEIRA, E. A. C.; COSTA, E. A. da; FEIDEN, A. Sazonalidades na comercialização de hortaliças da agricultura familiar na fronteira Brasil-Bolívia. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 2, p. 1-10, 2018.

FERRARI, D. L. Cadeias Agroalimentares Curtas: a Construção Social de Mercados de Qualidade pelos Agricultores Familiares em Santa Catarina. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,

2011.

FREITAS, I. F. de; PINHO, T. V.; MASCARENHAS, T. S.; LOPES, R. C.; CALDASSO, L. P.; Guatimosim, E. Para além do preço: desmistificando o consumo de alimentos agroecológicos: demystifying the agroecological food consumption. *Cadernos de Agroecologia*, v. 17, n. 3, 2022.

GAIA, J. A. et al. Alimentos em feiras agroecológicas e orgânicas são mais caros que convencionais em supermercados? *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 17, n. 3, p. 176-191, 2022.

GAZOLLA, M.; AQUINO, J. R. de. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 29, n. 2, p. 427-460, 2021.

GOODMAN, D. The quality “turn” and alternative food practices: reflections and agenda.

*Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 1-7, 2003. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016702000438>. Acesso em: 11 set. 2023.

IBGE. Censo Agropecuário 2017. População ocupada nos estabelecimentos agropecuários cai 8,8%. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-denoticias/releases/25789-censo-agro-2017-populacao-ocupada-nos-estabelecimentosagropecuarios-cai-8-8>. Acesso em: 20 ago. 2023.

KIST, H.; MANICA, I. Densidades de plantio e características dos frutos do mamoeiro formosa em clima subtropical. *Pesquisa Agropecuária Brasileira*, v. 30, n. 7, p. 931-937, 1995.

KIYOTA, N.; GOMES, M. A. O. Agricultura familiar e suas estratégias de comercialização: Um estudo de caso do município de Capanema, Região Sudoeste do Paraná. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v.1, n. 2, p. 43-54, 1999. Disponível em:

<http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/9214>. Acesso em: 11 set. 2023.

KINJO, T.; IKEDA, A. Comportamento do consumidor em feiras livres. *CEP*, v. 7195, p. 120, 2005.

LOPES, M. R. C. de A.; ALMASSY JUNIOR, A. A. O financiamento da produção sustentável na agricultura familiar: uma análise do PRONAF no estado da Bahia. DRd - Desenvolvimento Regional em debate, [S. l.], v. 13, p. 63–84, 2023. DOI: 10.24302/drd.v13.4405. Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/4405>. Acesso em: 18 fev. 2024.

LOPES, M. R. C. A. et al. Perspectivas para a (re)produção da agricultura familiar à luz do desenvolvimento rural: possibilidades para o espaço rural do estado da Bahia.

In: AGUILERA, J. G.; ZUFFO, A. M. (Orgs.). A dinâmica produtiva da agricultura sustentável. Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.

LOURENZANI, A. E. B. S.; LOURENZANI, W. L.; BATALHA, M. O. Barreiras e oportunidades na comercialização de plantas medicinais provenientes da agricultura familiar. *Informações Econômicas*, v. 34, n. 3, p. 15-25, 2004.

MADALENA BERTOLINI, M.; MENDONÇA, N. T. G. de S.; PAULA FILHO, L. de P. AGRICULTURA FAMILIAR E A SUSTENTABILIDADE. Ciência, Tecnologia e Inovação: do campo à mesa. Anais... Instituto internacional Despertando Vocações, 2020.

MARQUES, B. Y. Mecanismos de precificação utilizados por produtores orgânicos da Associação Natural de Campinas e Região (ANC). 2020. Tese de Doutorado. [sn].

MIRANDA, S. P.; WEGNER, R. C.; DIAS, A. Comercialização nas feiras da agricultura familiar: um estudo de caso sobre a estrutura desses canais. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 62, p. e270700, 2024.

MORAES, A. I. et al. APLICAÇÃO DA TEORIA DE CUSTOS NA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS. 2020.

PIERRI, M. C. Q. M.; VALENTE, A. L. E. F. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura. Anais... 53º Congresso de Economia e Sociologia Rural, Alagoas, 2015.

PLEIN, C. As metamorfoses da agricultura familiar: o caso do município de Iporã d'Oeste, Santa Catarina. 2003. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural)-UFRGS/PGDR, Porto Alegre.

QUEIROGA, P. V. D. de M. et al. Estudo da reidratação do feijão verde (*Vigna unguiculata* L. Walp) desidratado por micro-ondas com e sem pré-tratamento osmótico. 2012.

SANTOS, J. L. G. dos; ERDMANN, A. L.; MEIRELLES, B. H. S.; LANZONI, G. M. D. M.; CUNHA, V. P. D.; ROSS, R. Integração entre dados quantitativos e qualitativos em uma pesquisa de métodos mistos. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 26, n. 3, p. e1590016, 2017.

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local: Um estudo de caso do município de Nova Veneza, SC. **Revista Faz Ciência**, v.15, n. 20, p. 101-130, 2012.

SILVA, E. B.; CARDOSO, F. T.; SOUZA, G. G.; ALMEIDA, A. Perfil socioeconômico de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 8, n. 1, p. 83-89, 2013.

SILVA, M. N. da; CECCONELLO, S. T.; ALTEMBURG, S. G. N.; SILVA, F. N. da; BECKER, C. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p07.pdf>. Acesso em: 11 set. 2023.

SILVA, E. M.da; REIS, L L. de M.; COUTO, V. de A. AGRICULTURA FAMILIAR NA BAHIA: UMA ANÁLISE DOS DADOS DO CENSO AGROPECUÁRIO 2017. **Revista Econômica do Nordeste**, [S. I.], v. 51, n. Suplemento Especial, p. 211–226, 2020. DOI: 10.61673/ren.2020.1268. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/revista/ren/article/view/1268>. Acesso em: 16 mar. 2024.

SOUZA, J. V. S. de; VIANA, M. P. A.; FERNANDES, C. de S. OS DESAFIOS PRESENTES NA AGRICULTURA FAMILIAR E OS IMPACTOS NO PERFIL EMPREENDEDOR. 2022.

SOUZA, J. R. M. A agricultura familiar e a problemática com o atravessador no município de Lagos Seca-PB: Sítios Oití, Santo Antônio, Alvinho e Floriano [monografia]. Campina Grande: Universidade Estadual da Paraíba, 2014.

TOLEDO JUNIOR, N. M. Análise de preços de produtos de origem orgânica, convencional, da agricultura familiar e patronal comercializados em feiras e supermercados de Chapecó. 2016.

VERANO, T. de C.; FIGUEREDO, R. S.; MEDINA, G. da S. Agricultores familiares em canais curtos de comercialização: uma análise quantitativa das feiras municipais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 3, e228830, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/hMLL8mZFhGLTcHhnJfpQr/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 set. 2023.

MDA, 2023. Vitrine da agricultura familiar. Disponível : <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/sistemas/orgaos/mda/agricultura-familiar/vitrine-sistema-vitrine-da-agricultura-familiar>. Acesso em: 19 mar. 2024.

WATANABE, M. A.; LUIZ, A. J. B.; DE ABREU, L. S. Preços de hortifrutis convencionais e orgânicas em feiras livres e supermercado de Barão Geraldo, Campinas, SP, Brasil. 2018.