



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS

**ALESSANDRA OLIVEIRA ARAUJO**

**REDES E CENTRALIDADE EM FEIRA DE SANTANA (BA) – O  
CENTRO DE ABASTECIMENTO E O COMÉRCIO DE FEIJÃO**

Salvador – Bahia  
Janeiro - 2006

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Shiguemi Fujimori, Instituto de Geociências da  
Universidade Federal da Bahia

A663 Araujo, Alessandra Oliveira,  
Redes e centralidade em Feira de Santana (BA): o Centro  
de Abastecimento e o comércio de feijão / Alessandra Oliveira  
Araujo . \_ Salvador, 2005.  
123 f. : il. + Anexos

Orientadora: Profa. Dra. Barbara-Christine Nentwig Silva.  
Dissertação (Mestrado) – Pós-Graduação em Geografia  
Instituto de Geociências da Universidade Federal da Bahia,  
2005.

1. Geografia humana 2. Geografia urbana 3. Redes  
geográficas – Feira de Santana (BA) 4. Feijão - Comercialização  
Feira de Santana (BA) I. Título.

CDU 911.9:711 (813.8) (043)

**ALESSANDRA OLIVEIRA ARAUJO**

**REDES E CENTRALIDADE EM FEIRA DE SANTANA (BA) – O  
CENTRO DE ABASTECIMENTO E O COMÉRCIO DE FEIJÃO**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**

**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ANÁLISE DO ESPAÇO GEOGRÁFICO**

**ORIENTADORA: PROFA. DRA. BARBARA-CHRISTINE NENTWIG SILVA**

Salvador – Bahia  
Dezembro - 2006

**ALESSANDRA OLIVEIRA ARAUJO**

**REDES E CENTRALIDADE EM FEIRA DE SANTANA (BA) – O  
CENTRO DE ABASTECIMENTO E O COMÉRCIO DE FEIJÃO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO TÍTULO DE  
MESTRE PELA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA ÁREA DE  
CONCENTRAÇÃO ANÁLISE DO ESPAÇO GEOGRÁFICO

BANCA EXAMINADORA:

---

Profa. Dra. Barbara-Christine Nentwig Silva (UFBA) – Orientadora

---

Profa. Dra. Rosali Braga Fernandes (UNEB)

---

Prof. Dr. Antônio Ângelo Martins da Fonseca (UEFS)

Dedico esta dissertação aos meus pais,  
Maria do Carmo e Alfrêdo, por todo  
amor, empenho e apoio nas mais difíceis  
circunstâncias que passamos para chegar  
ao final desta pesquisa.

*“As geografias, disse o geógrafo, são os livros de mais valor. **Nunca ficam fora de moda [...].***

Antoine de Saint-Exupéry. (O Pequeno Príncipe).

## Agradecimentos

Mesmo correndo o risco de esquecer o nome de pessoas e instituições que contribuíram para a realização desta pesquisa gostaria de citar aqui aquelas com grande participação na construção desta obra.

A Profa. Dra. Barbara-Christine Nentwig Silva, orientadora da dissertação e grande incentivadora para a continuação nos difíceis caminhos da vida acadêmica.

A UFBA, instituição mantenedora do curso de pós-graduação em Geografia.

A Coordenação do curso de pós-graduação, através do Prof. Dr. Ângelo Szanieck Perret Serpa, além de coordenador, professor do curso, preocupado em contribuir para uma melhor construção e qualidade acadêmica.

A Dirce e Itanajara, secretários do Mestrado em Geografia, pela disposição e paciência em esclarecer todas as dúvidas acadêmicas sempre de modo cortês.

Ao Prof. Dr Sylvio Carlos Bandeira de Melo e Silva pelos valiosos subsídios ao longo deste curso que me ajudaram a pensar na melhores alternativas e buscar o conhecimento científico.

A Profa. Dra. Rosali Braga Fernandes tanto pela contribuição acadêmica no período de graduação na UEFS quanto pela participação na banca examinadora.

Ao Prof. Dr. Antonio Ângelo Martins Fonseca tanto pela contribuição acadêmica no período de especialização na UEFS quanto pela participação na banca examinadora.

A Profa. Ms. Maria Elvira Passos, pela confiança em ceder sua turma de Geografia do Brasil, turma de 2003.2 para a realização do tirocínio docente, pela paciência em atender minhas dúvidas na primeira experiência com turmas de graduação e por todo o apoio para a realização da atividade com tranquilidade.

A Profa. Dra. Creuza Santos Lage, pelos incentivos dentro e principalmente fora da sala de aula.

A Profa. Ms. Nacelice Barbosa Freitas, grande auxiliadora nos momentos de incertezas na busca do conhecimento científico e grande incentivadora e colaboradora para a realização deste mestrado.

As bibliotecárias Aldacy e Joceane, da Biblioteca Shiguemi Fujimori do Instituto de Geociências da Universidade Federal da Bahia, por todas as valiosas contribuições ao longo desta pesquisa.

Ao colega Araori Coelho, pela brilhante contribuição, transformando dados de pesquisa em mapas temáticos, sem os quais não seria possível expressar as informações adquiridas.

Aos colegas, especialmente, os da turma 2003, onde prefiro não citar nomes no temor de falhar com qualquer deles, pois **todos** contribuíram muito no amadurecimento das questões discutidas neste trabalho.

Meu irmão, Kleber, pela contribuição científica e fraternal, extensiva a minha cunhada Fátima e meus queridos sobrinhos Drielly e Wodis.

A todos que fazem o comércio do feijão no Centro de Abastecimento de Feira de Santana, local de grandes contrastes e enorme potencialidade comercial.



## **RESUMO**

Esta dissertação investiga a formação da rede comercial de feijão a partir do Centro de Abastecimento. Aponta para a importância da cidade enquanto centralizadora das atividades econômicas, analisando as particularidades de sua organização espacial, desde o período colonial até o contemporâneo. Volta-se para as questões relativas as redes geográficas e procura destacar a relevância do comércio neste espaço, utilizando para esse fim os fundamentos constituintes de uma rede comercial nesta cidade, a importância regional que tem este local. Analisa o processo de comercialização do feijão e sua contribuição na organização do espaço urbano, manutenção da centralidade urbana e a consolidação da rede comercial de feijão a partir do Centro de Abastecimento. Os estudos bibliográficos e documentais foram fundamentais para a delimitação da pesquisa, através da análise de contribuições relevantes. Também foi realizada uma pesquisa direta no Centro de Abastecimento levantando informações pertinentes. A análise efetivada permite concluir que o Centro de Abastecimento exerce um papel extremamente importante para a consolidação da centralidade de Feira de Santana no contexto do sistema urbano regional do Estado da Bahia.

**Palavras-chave:** Redes, Feira de Santana, Centro de Abastecimento.

## **ABSTRACT**

This dissertation investigates the formation of the trade net of bean at Centro de Abastecimento. It shows the city importance as the centre of the economic activities, analyzing the special organization, since the colonial period until the contemporary period. It turns to the questions about the Geography nets and the tries to call attention to the relevance of the trade in Feira de Santana and the regions importance of this place. It analyses the process of the bean trade and the bean contribution to the organization of the urban space, the preservation of the urban centralization and the consolidation of the bean's trade net at Centro de Abastecimento. The resources and the documentations were essencial to give limits to the research, through analysis of the relevant contributions. Then it was done a fieldwork at Centro de Abastecimento getting apt information. The analysis concluded that the Centro de Abastecimento has great importance to the consolidation of Feira de Santana centralization in the context of the urban regional system of the State of Bahia.

**Keys-word:** nets, Feira de Santana, Centro de Abastecimento.

## Sumário

Lista de Tabelas	I
Lista de Quadros	II
Lista de Figuras	II
Lista de Gráficos	III
Lista de Fotos	III
<b>1. Introdução</b>	1
<b>2. Metodologia e referencial teórico-conceitual</b>	8
2.1 Procedimentos metodológicos	8
2.2 Redes e Centralidade	13
<b>3. Bases para a formação de uma rede comercial em Feira de Santana</b>	30
3.1 Formação do município e da cidade	30
3.2 Feira de Santana como centro comercial	38
3.3 O Papel da rede viária	42
<b>4. O Centro de Abastecimento: implantação e organização espacial</b>	49
4.1 A implantação do Centro de Abastecimento	49
4.2 Caracterização atual do Centro de Abastecimento	56
<b>5. O Centro de Abastecimento visto através do comércio de feijão</b>	64
5.1 A produção de feijão no Estado da Bahia e a posição de Feira de Santana e sua região	64
5.2 A rede atacadista de comercialização de feijão	70
5.2.1 Comerciantes atacadistas de feijão	71
5.2.2 Consumidores atacadistas de feijão	81
5.3 A rede varejista na comercialização do feijão	86
5.3.1 Comerciantes varejistas de feijão	86
5.3.2 Consumidores varejistas de feijão	95
5.4 Fornecedores de feijão	101
<b>6 Considerações finais</b>	115
<b>7 Referências bibliográficas</b>	119
<b>8 Anexos</b>	124

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1 – Evolução da população do município de Feira de Santana – 1940/2000	34
Tabela 2 – Taxa de crescimento da população do município de Feira de Santana – 1940/2000	34
Tabela 3 – Distribuição da população segundo os distritos de Feira de Santana - 2000	36
Tabela 4 – Pessoal ocupado por atividade no município de Feira de Santana – 1996-2002	41
Tabela 5 – Produtos e serviços no Centro de Abastecimento de Feira de Santana - 2001	59
Tabela 6 – Quantidade de feijão produzida (t) no Estado e mesorregiões – 1991/2004	65
Tabela 7 – Quantidade de feijão produzida (t) nas microrregiões da Bahia – 1991/2004	67
Tabela 8 – Safra do município (t) de Feira de Santana – 2000-2005	68
Tabela 9 – Idade dos comerciantes atacadistas - 2004	74
Tabela 10 – Tempo de trabalho dos comerciantes atacadistas - 2004	76
Tabela 11 – Outros estabelecimentos de Feira de Santana utilizados pelos consumidores atacadistas - 2004	84
Tabela 12 – Profissões anteriores dos comerciantes varejistas - 2005	89
Tabela 13 – Atividades extras ao comércio varejista no Centro de Abastecimento de Feira de Santana - 2004	91
Tabela 14 – Outros estabelecimentos utilizados pelos consumidores varejistas - 2005	96
Tabela 15 – Residência dos fornecedores - 2004	102
Tabela 16 – Presença dos fornecedores no Centro de Abastecimento - 2004	103
Tabela 17 – Aquisição da produção pelos fornecedores do Centro de Abastecimento de Feira de Santana - 2004	110

## **Lista de Quadros**

Quadro 1 – Principais questões, hipóteses e objetivos	7
Quadro 2 – Dimensões de análise das redes geográficas	21
Quadro 3 – Síntese das transformações no município de Feira de Santana – 1860/1974	47
Quadro 4 – Meio de transporte da mercadoria negociada pelos fornecedores com os comerciantes no Centro de Abastecimento - 2004	107
Quadro 5 – Dimensões de análise das redes geográficas de Feira de Santana	112

## **Lista de Figuras**

Figura 1 – Localização de Feira de Santana no Brasil e na Bahia	3
Figura 2 – Município de Feira de Santana Distritos e Setores Censitários - 2000	37
Figura 3 – Espaços ocupados pela feira livre no centro urbano de Feira de Santana até 1997	40
Figura 4 – Feira de Santana – Articulação Rodoviária	45
Figura 5 – Localização do Centro de Abastecimento no centro urbano de Feira de Santana	54
Figura 6 – Centro de Abastecimento de Feira de Santana – Área de estudo	57
Figura 7 – Estado da Bahia – Mesorregiões com maior produção de feijão - 2004	66
Figura 8 – Estado da Bahia – Produção Microrregional de Feijão - 2004	69
Figura 9 – Locais de nascimento dos comerciantes atacadistas - 2004	73
Figura 10 – Locais fornecedores de feijão para os comerciantes varejistas do Centro de Abastecimento de Feira de Santana - 2005	77
Figura 11 – Município de residência e fluxo dos consumidores atacadistas de feijão - 2004	83
Figura 12 – Locais de nascimento dos comerciantes varejistas de feijão- 2005	88
Figura 13 – Representação esquemática dos fluxos de comercialização do feijão	93
Figura 14 – Municípios de residência e fluxos de consumidores varejistas de feijão - 2005	99

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1 – Profissões anteriores dos comerciantes atacadistas	75
Gráfico 2 – Idade dos comerciantes varejistas	90
Gráfico 3 – Tempo de trabalho dos comerciantes varejistas	91

## **Lista de Fotos**

Foto 1 – Área externa do galpão de cereais	60
Foto 2 – Boxes na área interna da galpão de cereais	61
Foto 3 – Comercialização na área externa dos galpões	62
Foto 4 – Comercialização na área externa dos galpões	62
Foto 5 – Espaço dos comerciantes atacadistas de feijão	72
Foto 6 – Setores atacadistas e varejistas de cereais	80

# 1 Introdução

Os estudos sobre redes e centralidade têm se tornado importante dentro da Geografia, devido às grandes mudanças ocorridas na sociedade. As redes passaram a ser o meio através do qual produção, circulação e consumo se realizam efetivamente no espaço; enquanto a centralidade confirma a relevância de um lugar perante a sua região. Diferentes etapas de estudo devem ser realizadas para a execução de uma pesquisa. Assim, para uma discussão mais detalhada, esse estudo se dividiu em fundamentação teórica, trabalho de campo, interpretação de dados e apresentação dos resultados.

Dividida em seis capítulos, essa dissertação apresenta no primeiro a introdução, onde consta a importância da pesquisa, objetivos, principais questionamentos e hipóteses. No segundo, os procedimentos metodológicos e o referencial teórico-conceitual. O terceiro expõe aquelas que serão as bases para a formação de uma rede comercial em Feira de Santana. O quarto capítulo trata da importância regional do Centro de Abastecimento. O quinto analisa o processo de comercialização do feijão. As considerações finais agrupam os principais caminhos percorridos nos capítulos anteriores, aponta para possíveis perspectivas abrangendo o Centro de Abastecimento e a organização do espaço urbano, a manutenção da centralidade urbana e a consolidação da rede comercial de feijão a partir do Centro de Abastecimento.

O Centro de Abastecimento destaca-se como um local singular dentro da cidade de Feira de Santana, no qual é realizado o comércio de produtos agropecuários, entre outros. Nele encontra-se grande variedade de gêneros alimentícios, porém nesta pesquisa será estudado, especificamente, o comércio atacadista e o varejista de feijão, no setor de cereais deste estabelecimento. Essa cidade é um importante centro econômico contando com o Centro

de Abastecimento para o crescimento e organização do espaço urbano, pois se encontra encravado numa estratégica área central da cidade.

Como critérios para delimitar o Centro de Abastecimento, e especificamente, o feijão destacam-se: a relevância do produto na alimentação da população que consome gêneros do local, a tradição comercial do referido espaço, sua organização e a importância nos níveis regional e nacional. O estudo específico do feijão, dentre os vários cereais presentes neste entreposto comercial, deve-se à percepção de sua grande importância para o comércio no Centro de Abastecimento de Feira de Santana. Este local mantém uma relevante relação comercial com outras regiões do país – no setor atacadista – e um forte comércio varejista, abrangendo toda a região centralizada pela cidade de Feira de Santana, confirmado pelo elevado consumo desse cereal perante os demais, que são comercializados no referido entreposto.

Feira de Santana é um dos municípios do estado da Bahia que compõe a mesorregião denominada Centro Norte Baiano. A microrregião geográfica, na qual está inserido, recebe o seu nome por ser o de maior influência, é composta por ele e mais 23 municípios. A cidade é considerada de porte médio, dentro do estado; Feira de Santana só é menor que a capital, Salvador, a área da unidade territorial do município distribui-se por 1.396 km<sup>2</sup>. (Figura 1).

Distancia-se 109 quilômetros - considerando o trajeto rodoviário - da capital Salvador. O acesso é feito através da rede rodoviária. Por este município passam três rodovias federais e três estaduais, todas elas são fundamentais para a ligação do sul-sudeste com o norte-nordeste. Esse eixo rodoviário foi decisivo no crescimento urbano e econômico de Feira de Santana.



Figura 1 – Localização de Feira de Santana no Brasil e na Bahia



Feira de Santana apresenta elementos e equipamentos relevantes na sua organização espacial, tendo como exemplos: o fato de ser a sede administrativa do município, a presença de serviços essenciais como hospitais, escolas, feiras, entre outros, e também, atividades especializadas como universidades, faculdades e centros tecnológicos. A diferenciação desta em relação às demais cidades, refere-se a sua localização estratégica, num espaço que faz a ligação, principalmente, entre o sudeste e o sul do país com as regiões do nordeste e norte do Brasil. Outra contribuição para alcançar o posto de comando regional foram as atividades industriais, comerciais e de serviços, proporcionando, essencialmente, a ascensão e manutenção dessas funções.

A década de 1970 foi decisiva na organização do espaço urbano de Feira de Santana. A partir desse período, importantes transformações ocorreram no seu interior, resultando numa mudança dinâmica no seu papel. Isso ocorreu de acordo com os interesses local e regional, e pela sua posição dentro do estado da Bahia e do Nordeste do Brasil. Deve-se esclarecer que Feira de Santana encontrava-se inserida numa conjuntura em que a feira livre, no centro urbano, atendia às necessidades dos consumidores locais, bem como das cidades vizinhas.

O estudo do Centro de Abastecimento faz-se necessário para que seja possível apontar as transformações sofridas, tanto pelo espaço físico, quanto pela forma de comercialização. As atividades comerciais, especificamente de gêneros alimentícios, se davam na feira livre no centro da cidade. Entenda-se por feira livre um espaço aberto, geralmente público, onde as mais variadas mercadorias são expostas para qualquer um que tenha interesse em adquiri-las. No caso de Feira de Santana essa feira livre ocorria nas principais vias públicas do centro urbano e hoje, encontra-se dividida entre os espaços abertos do Centro de Abastecimento – como será detalhado nos capítulos a seguir - e de forma pontual em alguns bairros de cidade como, por exemplo, Cidade Nova, Estação Nova, Tomba,

Sobradinho e Conjunto Feira VI. Por outro lado, com o avançar das décadas e a modernização pela qual todos os setores passaram, esta cidade também se inseriu no processo de modernização, circulação e transportes, bem como o comércio variado e a atração de mão-de-obra para atuar nos diversos ramos presentes. Isso fez de Feira de Santana uma cidade com mais equipamentos e condições de atendimento que as demais do seu entorno, fazendo dela uma referência regional dando início a uma política que culmina na retirada da feira livre e criação do Centro de Abastecimento.

É preciso lembrar que a cidade tem como base econômica a atividade comercial. Desse modo, devem ser analisadas, de forma mais detalhada, as relações efetivadas pelo maior nível hierárquico da cidade sobre sua microrregião geográfica e mesmo com outras cidades, a nível regional e nacional. Ao observar o seu desempenho no crescimento econômico, nota-se a organização de uma rede comercial através do comércio atacadista e varejista de feijão, realizado no Centro de Abastecimento.

O objetivo geral dessa pesquisa é explicar como está configurada a rede comercial atacadista e varejista de feijão a partir do Centro de Abastecimento de Feira de Santana. Quanto aos objetivos específicos estão divididos em: identificar as características existentes neste mercado, convenientes ao entendimento da centralidade funcional perante as mudanças ocorridas ao longo da década de 1970 até o presente; identificar a organização dos mercados atacadista e varejista na participação da rede comercial; caracterizar os fluxos do comércio de feijão entre diferentes regiões, a partir da ação dos fornecedores, fortalecendo e mantendo a centralidade urbana de Feira de Santana, através do Centro de Abastecimento; identificar quais são as cidades que mantêm contato comercial com Feira de Santana, tendo o feijão como produto de mercado.

Esse contexto leva a questionamentos sobre a organização urbano-regional de Feira de Santana, que tentarão ser aqui respondidos: Quais os elementos presentes neste

mercado que favoreceram a manutenção de uma centralidade funcional perante as mudanças ocorridas ao longo das décadas de 1970 até o presente? Em que medida a cidade de Feira de Santana configura-se como um centro comercial atacadista e varejista de feijão, estruturando uma rede nos níveis local, regional e nacional, integrando elementos temporais e espaciais? Como um produto alimentício como o feijão consegue fazer da cidade de Feira de Santana, a partir do Centro de Abastecimento, um nó, agregando esta cidade a uma rede comercial de diversos níveis? De que modo está organizado o mercado atacadista e varejista na participação da rede comercial?

A partir do levantamento dos objetivos e da construção dos questionamentos, algumas hipóteses foram levantadas, que levam o Centro de Abastecimento a fazer parte dessa rede comercial de feijão com outras cidades do estado da Bahia e do Brasil. A importância do Centro de Abastecimento de Feira de Santana decorre, ao mesmo tempo, de suas fortes vinculações com o mercado intra-urbano e com o mercado regional e o nacional, através de uma complexa rede de relações interdependentes. Torna-se relevante a sua configuração quando outras cidades, de diferentes estados ou regiões, mantêm contatos comerciais. Feira de Santana torna-se um nó integrante da rede de comercialização de feijão, independente da quantidade comercializada ou da origem do produto. Assim o quadro um, a seguir, foi elaborado com a intenção de evidenciar como cada item se relaciona com os demais, havendo sintonia entre os principais questionamentos, as hipóteses e os objetivos.

Quadro 1 – Principais questões, hipóteses e objetivos

QUESTÕES	HIPÓTESES	OBJETIVOS
Quais os elementos presentes no Centro de Abastecimento que favoreceram a manutenção de uma centralidade funcional perante as mudanças ocorridas ao longo das décadas de 1990 até o presente?	Ao funcionar como um regulador de preços, este mercado favorece a centralidade funcional perante as mudanças ocorridas ao longo da década de 1990 até o presente.	Identificar as características existentes neste mercado, convenientes ao entendimento da centralidade funcional perante as mudanças ocorridas ao longo da década de 1990 até o presente.
Em que medida a cidade de Feira de Santana configura-se como um centro comercial atacadista e varejista de feijão, estruturando uma rede nos níveis local, regional e nacional, integrando elementos temporais e espaciais?	Torna-se relevante a sua configuração quando outras cidades, de diferentes estados ou regiões mantêm contatos comerciais. Feira de Santana torna-se um nó a partir do momento em que integra a rede de comercialização de feijão, independente da quantidade comercializada ou da origem do produto.	Explicar como está configurada a rede comercial atacadista e varejista de feijão, a partir do Centro de Abastecimento de Feira de Santana.
Como um produto alimentício como o feijão consegue fazer da cidade de Feira de Santana, a partir do Centro de Abastecimento, um nó, agregando esta cidade a uma rede comercial de diversos níveis?	Feira de Santana torna-se um nó a partir do momento em que integra a rede de comercialização de feijão, independente da quantidade comercializada ou da origem do produto.	Identificar quais são as cidades que mantêm contato comercial com Feira de Santana, tendo o feijão como produto de mercado.
De que modo está organizado o mercado atacadista e varejista na participação da rede comercial?	A importância do Centro de Abastecimento de Feira de Santana decorre, ao mesmo tempo, de suas fortes vinculações com o mercado intra-urbano e com o mercado regional e nacional através de uma complexa rede de relações interdependentes.	Identificar a organização dos mercados varejista e atacadista na participação da rede comercial.

Elaboração: ARAUJO, A. O. 2005.

## **2 Metodologia e referencial teórico-conceitual**

### **2.1 Procedimentos metodológicos**

Esta pesquisa apresenta um estudo de caso, que tem como objeto Feira de Santana, através do Centro de Abastecimento, para compreender a manutenção da centralidade e a formação de uma rede comercial atacadista e varejista de feijão entre esta cidade e sua microrregião geográfica, bem como, sua relação com outras cidades do sudeste e do sul do país. Para tanto, foi necessária uma análise da influência desse comércio no processo de organização do espaço urbano do centro da cidade. Outro importante indicador considerado foi a implantação e consolidação do Centro de Abastecimento para o crescimento urbano e regional de Feira de Santana. As informações necessárias para o incremento dessa pesquisa foram coletadas em diversas fontes.

Foram utilizadas as informações do Arquivo Público Municipal e da Biblioteca Municipal Central Arnold Silva, onde estão arquivados documentos governamentais históricos de grande valor para a periodização dos fatos relevantes. Esses marcaram a construção do Centro de Abastecimento e as transformações pelas quais passaram a cidade de Feira de Santana no decorrer dos anos, até os dias atuais. A pesquisa bibliográfica teve como fontes diversos teóricos, que já escreveram sobre realidades próximas, cujos conceitos apresentados foram aproveitados embasar cientificamente este trabalho.

Os recursos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), órgão oficial do governo federal, também foram utilizados, de onde foram retirados dados estatísticos da população e do comércio, além de censos demográficos. Esses dados foram

utilizados para a construção de gráficos e tabelas explicativas sobre a evolução da população e do comércio, predominante no local de estudo, disponíveis em meio eletrônico (Internet).

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico elaborou um cadastro com os comerciantes estabelecidos no Centro de Abastecimento. Após a sua análise foi possível identificar os comerciantes componentes de cada setor. Esse mesmo cadastro permitiu a verificação daqueles que estão registrados no setor de cereais e comercializam feijão, produto relevante para o desenvolvimento deste trabalho. Essas informações foram adquiridas a partir de contatos com a administração direta do Centro de Abastecimento.

Uma extensa e detalhada pesquisa de campo foi utilizada, para identificar o perfil dos comerciantes varejistas e atacadistas, fornecedores e consumidores. A importância da aplicação dos questionários, num total de 427 entre os diversos segmentos, deve-se à necessidade de mensurar informações - o mais detalhada possível – sobre as instalações, os comerciantes presentes, fornecedores, volume de mercadorias, locais de origem e destino, força do Centro de Abastecimento de Feira de Santana, perante outros estabelecimentos comerciais concorrentes. A falta de registros nos órgãos responsáveis pelo local demanda a necessidade de aplicar questionários detalhados e a partir destes, construir um perfil o mais próximo possível da realidade.

Os modelos de questionários aplicados entre os diversos segmentos encontram-se presentes nesta dissertação, compondo os anexos da pesquisa. Esses estão organizados em três modelos identificados pelas letras A, B e C, uma vez que os mesmos foram elaborados no intuito de demonstrar as características específicas de cada um dos segmentos, assim, temos no anexo A o questionário direcionado para os comerciantes atacadistas e varejistas, que foram identificados caracterizando o seu local e equipamento de trabalho, sua visão em relação ao trabalho no Centro de Abastecimento, o detalhamento dos produtos vendidos, o perfil traçado por eles em relação aos compradores e suas perspectivas para o comércio no

Centro de Abastecimento. No anexo B estão contidas perguntas voltadas para os consumidores atacadistas e varejistas que foram identificados caracterizando os seus contatos com o Centro de Abastecimento e suas relações com os comerciantes, o perfil que traçam desses e do estabelecimento estudado. O anexo C é direcionado aos fornecedores, com identificação, caracterização dos contatos entre esses e os comerciantes, as relações comerciais estabelecidas por eles no espaço estudado, a caracterização da produção comercializada e os perfis, tanto dos comerciantes, como do local.

Através da pesquisa de campo surgiram importantes contribuições para analisar a centralidade e a rede comercial formada por estes agentes, em níveis diferenciados, a partir das relações comerciais estabelecidas no Centro de Abastecimento de Feira de Santana. O primeiro passo para que esta atividade se tornasse concreta foi descobrir quais eram os agentes sociais - direta ou indiretamente envolvidos com o estabelecimento - formando o universo da pesquisa. Assim tomou-se por base a Pesquisa do Perfil Sócio-Econômica dos Vendedores do Centro de Abastecimento, realizada pela Câmara dos Dirigentes Lojistas de Feira de Santana (CDL). Esta ação permitiu uma caracterização geral das atividades desenvolvidas no Centro de Abastecimento através da organização dos setores por ramos de atividades.

Dentre os comerciantes cadastrados para a compra e venda de cereais, foram considerados aqueles que tinham feijão à disposição para a venda. No total, 106 comerciantes varejistas foram cadastrados, dos quais, cinco após três tentativas frustradas, não aceitaram responder o questionário. Oito trabalham apenas com farinha de mandioca; e sete, com outros produtos, como, por exemplo, milho, arroz, amidos ou féculas. Assim, o universo desta pesquisa foi de 86 comerciantes varejistas que negociam feijão, entre outros produtos, no Centro de Abastecimento de Feira de Santana. Entre os comerciantes atacadistas, seguiu-se o mesmo critério. A aplicação dos questionários ocorreu entre os que trabalham com feijão,



num total de 38. No universo formado por 43 comerciantes atacadistas, dois trabalham apenas com farinha de mandioca e três com outros produtos.

Cada questionário encontra-se dividido em etapas específicas. Procurou-se caracterizar, minuciosamente, cada item. Assim, o primeiro a ser formulado foi voltado para os comerciantes atacadistas e varejistas. Nele, fez-se uma identificação geral com nome, idade, sexo, local de nascimento e local de residência atual. A partir desses dados, procurou-se entender o perfil dos comerciantes que trabalham no Centro de Abastecimento. O próximo item refere-se à caracterização do local e do equipamento utilizado e que de modo detalhado contribuiu com informações precisas sobre as características de seus fornecedores e consumidores. A tentativa aqui foi compreender como o comerciante varejista vê o local que negocia. O trabalho no Centro de Abastecimento foi outro item investigado visando entender como o comerciante desempenha a sua função neste estabelecimento. Caracterizar os produtos vendidos, especificamente o feijão, colaborou com o desempenho desta pesquisa de modo fundamental.

Os fornecedores compõem uma realidade à parte. Não existe nenhum tipo de registro sobre sua relação com o Centro de Abastecimento de Feira de Santana, ou com os comerciantes desse estabelecimento. A entrevista só foi possível depois que foram criados laços de confiança com alguns comerciantes do local que intermediaram o contato com seus fornecedores de Irecê, Barreiras (onde foram aplicados, respectivamente dois e três questionários), São Paulo e Paraná, os quais responderam um total de quatro. A partir da observação no local de estudo, os fornecedores locais foram sendo identificados a partir de sua chegada com a mercadoria a ser negociada, já que não há um cadastramento dos mesmos, entre esses 46 responderam os questionários.

Os questionários voltados para os fornecedores, apesar de conterem as mesmas perguntas, vão traçar realidades completamente diferentes, a depender do tipo de fornecedor.

Identificação, caracterização dos contatos, relações comerciais, caracterização da produção comercializada, perfil dos fornecedores, são os principais temas abordados.

A determinação do número de consumidores entrevistados foi estabelecida à medida que os mesmos iam se aproximando espontaneamente de cada box, pedra ou toldo dos comerciantes atacadistas e varejistas, durante o horário de funcionamento dos mesmos. Em cada um desses espaços, dois consumidores, respondiam a entrevista já que estavam ali para adquirir o produto pesquisado: o feijão. Num total, foram aplicados 76 questionários entre os consumidores atacadistas e 172 entre os consumidores varejistas. Os questionários para os consumidores atacadistas e varejistas seguem uma linha próxima a utilizada para obter os dados dos outros agentes. A análise da relação entre o Centro de Abastecimento e o local de residência destes consumidores, demonstra-se relevante na tentativa de confirmar uma das redes comerciais que se estabelece, a partir deste local. A pesquisa de campo forneceu dados tanto para a elaboração dos resultados demonstrados através do texto, gráficos, figuras e tabelas, como ofereceu recursos para a produção de mapas temáticos.

No caso desta pesquisa, além dos questionários aplicados entre os comerciantes presentes no Centro de Abastecimento, foram entrevistados aqueles mais antigos, tanto do setor atacadista quanto do varejista, sendo esses os que tinham maior condição de exprimir as mudanças pelas quais passaram o Centro de Abastecimento de Feira de Santana e o comércio, neste local, no decorrer dos anos. Eles formaram um pequeno universo de dois comerciantes, um no setor atacadista e um no setor varejista. A aplicação de entrevistas entre os funcionários dos órgãos governamentais diretamente ligados à administração do local, também se fez necessário. Conhecer o ponto de vista do diretor do Centro de Abastecimento foi importante pelo fato do mesmo vivenciar cotidianamente as potencialidades e dificuldades do local estudado, além de poder apontar as perspectivas para uma melhor operacionalização do referido estabelecimento. O atual Secretário Municipal de

Desenvolvimento Econômico, por ser o responsável em planejar e executar a organização do espaço destinado a este tipo de comércio, também foi procurado para explanar a sua opinião. A pesquisa de campo forneceu dados, tanto para a elaboração dos resultados, demonstrados através de texto, figuras, tabelas e gráficos, como ofereceu recursos para a produção de mapas temáticos.

## **2. 2 Redes e Centralidade**

Neste momento, discutem-se os conceitos para a construção do referencial teórico desta pesquisa. A sua exposição deve-se à necessidade de esclarecer as proposições que foram articuladas para este trabalho. O propósito foi o de desenvolvê-lo sob o viés geográfico em relação a Feira de Santana. A importância dos estudos sobre cidades deriva, principalmente, do dinâmico processo de urbanização e das conseqüentes mudanças do espaço e da sociedade. Buscou-se, neste estudo observar quem são os autores que já trabalharam com os conceitos utilizados para embasar teoricamente esta pesquisa, a partir deles justificar e reiterar a relevância do tema.

Neste estudo destacam-se os conceitos de centralidade e redes, uma vez que esses contribuem para explicar a organização espacial urbana, através de diferentes modelos e estruturas de desenvolvimento sócio-econômico das cidades, em diferentes níveis, contribuindo para um melhor planejamento como é ressaltado por Silva: Silva (1991, p. 120): “Nos estudos sobre localidades centrais destaca-se a abordagem da centralidade urbana”.

Os estudos sobre a formação de redes geográficas aparecem na Geografia quando muitos autores procuram explicar a organização do espaço e a interligação de cidades pelo mundo. Antes do aprofundamento desta discussão, é de extrema importância à tentativa

de definir o termo, utilizando, para isso, o debate levantado por vários autores, como o faz Santos (1996, p. 208). Este nos fala, genericamente, sobre todas as formas de redes:

[...] Toda infra-estrutura, permitindo o transporte de matéria, de energia ou de informação, e que se inscreve sobre um território onde se caracteriza pela topologia dos seus pontos de acesso ou pontos terminais, seus arcos de transmissão, seus nós de bifurcação ou de comunicação. (SANTOS apud CURIEN, 1996, p.208).

Para Dollfus (1973) o termo rede pode ser definido como “sistemas geralmente lineares e contínuos” (p. 65). Assim tornam possível que matéria e energia, população e diversos bens circulem em diferentes pontos do espaço social. Lembrando que um dos pontos positivos refere-se ao modo como esses sistemas funcionam, segundo o autor “É uma circulação ordenada e canalizada” (p. 66).

É a partir dessa introdução do conceito de rede que se pôde ampliá-la e ao mesmo tempo particularizá-la em relação ao tema aqui investigado. Se as redes podem ser identificadas e materializadas no espaço, percebe-se sua presença entre a sociedade. O que colabora para a integração da sociedade com os espaços diferenciados sendo atingidos e ao mesmo tempo integrados pelas diversas redes que se formam.

Numa outra linha, Haesbaert (2002, p. 121) escreve sobre o uso constante do termo rede, no momento atual. Segundo o autor, as redes podem ser caracterizadas por constituírem apenas linhas que ligam pontos, não havendo preenchimentos entre um ponto e outro, permitindo uma outra visão para a organização do espaço, a partir desses espaços não-preenchidos. Santana (2004, p. 61) escreve que “no dia-a-dia não é costume pensar nas redes, na sua constituição, sua forma, sua fisionomia, sua estrutura. As pessoas apenas usam e usando as constroem e as constroem usando”.

Segundo Oliveira (2005, p. 10910) o estudo da rede urbana é questionável desde a década de 1960, tendo sido retomado nos anos de 1990. De acordo com esta autora

Corrêa e Santos foram os autores que mais discutiram acerca das transformações pelas quais passou a rede urbana brasileira. Oliveira (2005, p. 10911) escreve:

O significado de rede urbana é amplo e sua compreensão na academia tem sido feita, às vezes, por meio de polêmicas discussões frente a correntes que ignoram a existência dessas redes nos países subdesenvolvidos ou consideram que elas estariam em fase embrionária, ou mesmo seriam desorganizadas.

Muitos autores, como Corrêa (2001, 2000, 1999, 1997 e 1989), já discutem, há algum tempo, a teoria das redes, procurando aplicar e explicar a realidade. De modo geral, Corrêa (1997, p. 131) define rede geográfica como “um conjunto de localizações geográficas interconectadas por um certo número de ligações”. Como exemplo, para um maior entendimento desse conceito, podemos citar: a produção, circulação e consumo de produtos variados entre diferentes locais, como é o caso da variedade de alimentos que são produzidos, transportados e consumidos em diferentes lugares, só sendo possível por causa das ligações existentes entre estes espaços.

Posteriormente, estabelece uma relação entre o tamanho da cidade inserida numa determinada rede e certos aspectos da vida econômica e social. O pressuposto desta relação reside no fato de que é através das cidades que as ligações econômicas se realizam, delas derivando o desenvolvimento. Em seguida, define as redes geográficas como: “[...] um caso particular de rede, sendo definida como o conjunto de localizações sobre a superfície terrestre articulado por vias e fluxos.” (CORRÊA, 1999, P. 65).

Assim, como a centralidade demonstra-se como uma via de abordagem da Teoria de Localidades Centrais, a rede urbana é uma das vias de estudo das redes geográficas e que neste momento terá maior destaque, pois verificou-se uma possível relação com a posição de Feira de Santana, por isso, a essa proposta se volta a entender

como esta abordagem pode ser adequada à realidade da cidade. Tomando por base Corrêa (1989), esse escreve sobre a rede urbana, na qual conceitua como:

[...] a rede urbana – um conjunto de centros funcionalmente articulados -, tanto nos países desenvolvidos como nos subdesenvolvidos, reflete e reforça as características sociais e econômicas do território, sendo uma dimensão sócio-espacial da sociedade. (CORRÊA, 1989, p. 8).

Na visão de Carlos (1992), a rede urbana pode ser caracterizada como uma forma sócio-espacial de um ciclo de exploração. Esse, por sua vez, pode ser definido num primeiro nível, como a cidade grande, que de certo modo, se usufrui das cidades menores e das áreas rurais, através de todas as possibilidades (mão-de-obra, alimentos, renda financeira, etc.). Num segundo nível, que está diretamente atrelado ao primeiro, realiza o mesmo processo, porém num sentido inverso, é a cidade grande que entrega, para usufruto destes espaços citados, recursos financeiros, de infra-estrutura e tudo o que necessitam.

Na perspectiva de Porto (2003), na análise das funções desempenhadas por cada cidade, deve-se lembrar que estas não atingem determinado nível de crescimento ou importância perante as demais, por seu desempenho isolado. Ao contrário, isso vai ocorrer devido à sua maior ou menor ligação com outras cidades de porte diferenciados, que se apresentam distribuídas espacialmente no território. A organização em rede contribui para seu envolvimento social e econômico nos vários níveis de escala. Ressaltando sua função principal e particular, pois notou-se que de acordo com os fluxos presentes em cada uma, o seu papel será distinto, considerando o viés a ser analisado dentro da rede de cidades que se forme. Todos os autores que escrevem sobre redes são unânimes ao defini-la como um elemento que permite a circulação (fluxos), necessitando um espaço concreto para a sua ocorrência (fixos). Na concepção de Dollfus (1973, p. 66) as redes compõem:

[...] sistemas lineares e contínuos, que permitem a circulação. Para este autor, são as redes que dão o suporte para as relações de troca entre as

sociedades, pois instituem um dos pontos-chave na relação entre os espaços utilizados pelas sociedades. Este ainda afirma que as mudanças ocorridas na organização das redes vão configurar profundas alterações nos espaços que se usufruem desse sistema.

Através dessas definições, pode-se fazer uma análise sobre o estudo da organização das redes e verificar que esse tema repercute ao longo de várias décadas, sem perder sua atualidade. Monbeig (1998), ainda na primeira metade do século passado, foi um dos precursores no estudo da formação de redes no Brasil, analisando a organização espacial no oeste paulista, a rede ferroviária formada no interior do estado de São Paulo e seu impacto sobre o efetivo arranjo do espaço nesta região. Geiger (1963) aborda este conceito quando faz um amplo estudo sobre a *Evolução da rede urbana brasileira* – título do seu livro – no qual, detalha toda a evolução, sobretudo, a partir da década de 1950, a organização dos centros urbanos brasileiros e o modo como se estrutura uma rede urbana entre as cidades.

Santos (1979), assim como Corrêa, contribui inúmeras vezes com subsídios na tentativa de explicar a formação e consolidação de redes. A preocupação de Santos, nesse período, se volta para a rede urbana e os circuitos econômicos dos países subdesenvolvidos. Esse autor aponta a diferença de significado da rede urbana entre as diferentes classes econômicas. A cidade local pode ter funções diferenciadas para cada uma delas. Ao mesmo tempo em que fornece bens e serviços gerais, ela também atua como totalitária para quem tem baixa condição de mobilidade, (p. 265).

Já Rocherfort (1998) defende a teoria de que as redes urbanas organizam-se quando a modernidade através dos transportes permite grandes deslocamentos. Para o desenvolvimento desta teoria, este autor tomou como base o setor terciário da economia de países desenvolvidos, o que não invalida a presente discussão. Segundo ele, a caracterização de uma rede depende de dois elementos fundamentais, que podem ser explicados como: primeiro, evidenciar quais são os tipos de cidades presentes na região de interesse de estudo; e

segundo, definir os espaços de influência das cidades que se determinam como os primeiros níveis da hierarquia.

Cardoso; Azevedo (1982) fazem um estudo sobre as redes de localidades centrais, onde abordam este conceito para explicar a disposição destas no país. Segundo as autoras:

Este estudo, calcado na teoria das localidades centrais e suas extensões recentes, considera a importância dos centros urbanos brasileiros enquanto locais de distribuição varejista e de prestação de serviços para uma população residindo fora dos seus limites (p. 639).

A formação e consolidação das redes vão contribuir para o processo de organização do espaço urbano, em áreas anteriormente difíceis de se interligar, ou mesmo, manter contatos, transformando, a partir desse fenômeno, seus espaços e suas economias. É o que afirma Corrêa (1989, p. 5): “No bojo do processo de urbanização a rede urbana passou a ser o meio através do qual produção, circulação e consumo se realizam efetivamente”. Percebe-se, então, que nem todo o espaço de uma cidade, ou mesmo de uma região, pode estar urbanizado e dotado dos mais diversos equipamentos. Mesmo assim, a produção e o consumo se realizam, independente do local, e pode ser formada uma rede - capaz de realizar tais atividades.

As redes urbanas nordestinas são um exemplo dessa organização, pois, diferente daquelas estruturadas na região sudeste do Brasil, têm uma articulação frágil, porém, em funcionamento, como destaca Coelho (1990, p. 60), ao fazer uma análise das redes urbanas nordestinas:

A análise das redes urbanas nordestinas põe em destaque a fragmentação e a desarticulação do espaço urbano-regional e tem como objetivo detectar, com base nos tipos de centros urbanos e nos diferentes padrões de distribuição



espacial dos mesmos, as características e a estruturação das três redes regionais de cidades.

Chegou-se a esta apreciação ao se analisar a realidade vivenciada, e de acordo com Santos (1997, p. 213): “[...] Não existe homogeneidade do espaço, como, também, não existe homogeneidade das redes”. E ainda, “Onde as redes existem, elas não são uniformes. Num mesmo subespaço, há uma superposição de redes. [...]”. Percebe-se que enquanto determinadas cidades detêm mais de uma articulação – como é o caso de Feira de Santana – com diversidade comercial, industrial, bancária, educacional, entre várias que podem ser citadas, outras se ligam a esta rede através da produção, necessidade de consumo e da circulação em busca de produtos, mercadorias e serviços que não existem no seu espaço intra-urbano.

Pode-se considerar a cidade como um dos elementos permissivos a concentração de variadas atividades, com o poder de centralizar serviços, técnicas e decisões diretamente influentes na vida dos cidadãos. Percebe-se a atenção dos estudiosos, onde a organização do espaço e a estruturação das redes assumem posição singular na relação entre as diferentes áreas e, principalmente, como instrumento de análise dos espaços urbanos. É importante ressaltar, como faz Corrêa (2000), os vários caminhos a se seguirem para uma análise profunda das redes articuladas num dado centro urbano. O autor destaca como essa diversidade é promotora de combinações, de tal modo particulares, assumindo especificidades locais:

A literatura sobre redes urbanas aponta, já há algum tempo, para a diversidade dos inúmeros conjuntos articulados de centros urbanos. [...] A diversidade diz respeito às possíveis combinações dos mesmos elementos que, entretanto, ao se concretizarem o fazem de modo específico, pois cada um desses elementos assume uma própria especificidade. (p. 121).

Segundo o autor, é inegável, não destacar a importância das diversas redes geográficas na vida econômica, social, política e cultural. De um modo ou de outro, todos

estão inseridos em mais de uma rede geográfica e simultaneamente excluídos de um número ainda maior de redes. (p. 132).

Esse autor, também remete a três dimensões de análise: organizacional, temporal e espacial, consideradas aqui como a maior contribuição para o entendimento do texto, além de uma acentuada reflexão do tema, pois Corrêa propôs um quadro, o qual, segundo o próprio autor:

[...] deve ser compreendido como um marco de referência para a análise de redes geográficas concretas. Assim, ao se definir uma rede geográfica específica para estudo, devemos considerar todas as especificações indicadas no quadro em pauta, ainda que possamos iniciar nosso estudo a partir de qualquer uma das especificações ou, como é corrente, a partir de uma rede urbana dada.[...] (p. 133-134).

Assim tem-se: dimensão organizacional – trata da organização geral da rede, envolvendo desde os agentes sociais, especificamente são representados pelo Estado (governo estadual e municipal) e os diversos grupos sociais, diretamente envolvidos com a comercialização. A origem que se deu de modo espontâneo. A natureza dos fluxos divide-se entre mercadorias e pessoas.

Dimensão temporal – diz respeito a duração, velocidade e freqüência. Revelando uma duração longa, e a velocidade dos fluxos lenta, pois todo o transporte é de base rodoviária e uma freqüência periódica, pois a atividade comercial no local é diária.

Dimensão espacial – corresponde a escala, que no caso é de alcance local, regional e nacional. A forma espacial desenha-se no modelo dendrítico, onde Feira de Santana é o destaque. E por último, a conexão interna (muito integrada) e externa (consta de algumas ligações).

Quadro 2 – Dimensões de análise das redes geográficas

(continua)

Redes analisadas segundo:		Especificação	Exemplo
Dimensão Organizacional	Agentes sociais	Estado	Ministério da Saúde, Delegacia Regional, Posto de Saúde
		Empresas	Sede, Fábrica, Filiais de vendas, Depósitos
		Instituições	Sé, Dioceses, Paróquias Católicas
		Grupos Sociais	Sede, Núcleo Regional, Equipe local de ONG
	Origem	Planejada	Diversas Redes do Estado e das Corporações
		Espontânea	Mercados Periódicos
	Natureza dos fluxos	Mercadorias	Matérias-primas, Produtos industrializados
		Pessoas	Migrantes
		Informações	Decisões, Ordens
	Função	Realização	Rede bancária
		Suporte	Rede de transmissão de energia
	Finalidade	Dominação	Rede de unidades de segurança dos Estados totalitários
		Acumulação	Rede das grandes corporações
		Solidariedade	Rede de ONG ligada ao movimento popular
	Existência	Real	Cidades articuladas de fato via telefonia
		Virtual	Cidades potencialmente articuláveis via telefonia
	Construção	Material	Rede ferroviária
		Imaterial	Ligações entre cidades via TRANSDATA
	Formalização	Formal	Rede das grandes corporações
		Informal	Rede de contrabando e vendedores de rua
Organizacidez	Hierárquica	Rede de lugares centrais	
	Complementaridade	Rede de centros especializados	
Dimensão Temporal	Duração	Longa	Rede urbana européia
		Curta	Liga hanseática
	Velocidade dos fluxos	Lenta	Navegação marítima e fluvial
		Instantânea	Rede TRANSDATA
	Frequência	Permanente	Rede bancária
		Periódica	Mercados periódicos
Ocasional		Rede associada a um festival	

(conclusão)

Dimensão Espacial	Escala	Local	Sindicato municipal de varejistas e lojas
		Regional	Sede, fábrica, postos de coletas e fazendas associadas em cooperativa
		Nacional	Rede Globo de Televisão
		Global	McDonald's, General Motors, Nestlé
	Forma espacial	Solar	Cidade-Estado e Aldeias Tributárias
		Dendrítica	Rede urbana da Amazônia em 1990
		Circuito	Rede de tráfego aéreo
		Barreira	Rede de unidades político-administrativas
	Conexão	Interna	Rede muito integrada internamente
		Externa	Rede pouco integrada externamente

Elaboração: Corrêa, R. L. 1997.

Segundo o autor, esse quadro deve ser entendido como um referencial para a verificação das redes geográficas, tomando por base as três dimensões é possível considerar sua existência a partir de qualquer uma das especificações; não sendo obrigatória a presença de todas para a o funcionamento de uma dada rede.

Neste contexto, destacamos a discussão de Santos (2003, p. 15), onde o autor considera a diversidade das interações ocorridas a partir da articulação e vinculação das redes urbanas com os elementos que a compõem: “[...] sempre se está em confronto com uma rede que é imprescindível na configuração do quadro espaço-temporal. A análise das redes geográficas pode e deve ocorrer a partir de elementos concretos que interagem, complementando-se e ao mesmo tempo se diferenciando a partir das relações estabelecidas segundo as dimensões, especificações e exemplos propostos para uma rede urbana em estudo.

Christaller é o exemplo maior desses pesquisadores, pois, na década de 1930, formulou a Teoria de Localidades Centrais, onde conceitua a abordagem sobre centralidade da seguinte forma: “A centralidade de um lugar é igual ao seu excedente de importância, isto é, a relativa importância deste lugar em relação a uma região a ele pertencente” (CHRISTALLER apud SILVA; SILVA, 1991, p. 120), que serviu de base para a construção e discussão de um número considerável de estudos sobre a formação de redes urbanas.

A teoria desse autor se sobressai entre os clássicos estudos sobre a formação das redes urbanas. Ele estabelece a hierarquia de cidades num ponto de vista espacial, considerando a existência de uma hierarquia entre cidades através do volume de impostos e pela circulação de mercadorias no espaço, como escreve Corrêa (1988, p. 61):

A partir de Christaller, numerosos estudos sobre localidades centrais nos países subdesenvolvidos foram realizados. Alguns deles preocuparam-se claramente com as relações entre o subdesenvolvimento e a rede de centros, incluindo questões de natureza metodológica. Estes estudos produziram contribuições à teoria de localidades centrais e à compreensão do subdesenvolvimento, em sua dimensão espacial.

Clark (1991) faz uma releitura da Teoria de Localidades Centrais, cujos pontos considerados de maior relevância foram destacados nesse trabalho. Esse nos lembra que Christaller foi o pioneiro nos estudos sobre hierarquia urbana e redes urbanas. Sua contribuição foi significativa, tanto no conteúdo empírico, quanto nas inovações metodológicas que Christaller proporcionou. Clark destaca também que esta teoria encontra-se organizada num conjunto de proposições inter-relacionadas. A sua base é composta por hipóteses e restrições bastante simplificadas, que vão gerar a teoria da localização dos centros de serviços, base sistemática para o estudo das distribuições urbanas. Ressalta como característica importante da teoria, que os padrões previstos ao serem comparados com a distribuição real das cidades, resultaram em mais teorias sobre localização.

O autor enfatiza que a teoria do lugar central não foi a única desenvolvida nesse período, porém, foi a mais importante para explicar princípios e relações fundamentais, determinantes para a distribuição de cidades (p. 29). Assim como Clark, muitos autores brasileiros fazem uma releitura sobre a teoria formulada por Christaller, onde buscam argumentos para reiterar as pesquisas desenvolvidas por cada um, pois autores como Cardoso; Azevedo (1982), Corrêa (1988, 1989), Coelho (1990), Silva; Leão; Silva (1985, 1989) entre

outros, afirmam embasar teoricamente suas pesquisas na associação da teoria de Christaller com a organização espacial e desenvolvimento regional, como pode ser observado a seguir:

[...] o papel integrador e dirigente das cidades é o mais importante de todos porque estas organizam as atividades setoriais da economia e da sociedade a nível espacial. São fundamentais, na compreensão destes aspectos, as proposições da Teoria das Localidades Centrais e as contribuições decorrentes sobre o processo de distribuição de bens e serviços a nível espacial. (SILVA; LEÃO; SILVA, 1989, p. 195).

Pedro Vasconcelos (1999) cita Brian Berry (p. 275) e seu livro *Geografia dos mercados e do comércio a varejo*, de caráter regional. A contribuição desse autor, segundo Vasconcelos, é a tese fundamental formulada por ele que pode ser dividida em dois pontos: a distribuição do comércio a varejo e os serviços apresentam regularidades no espaço e no tempo; e a teoria do lugar central que se constitui numa base dedutiva permitindo compreender essas regularidades. Berry adverte que a formação de uma nova especialização pode ocorrer através de dois modos: elevação da renda e meios de transporte. Assim, o autor acredita que a hierarquia proposta por Christaller estará desmanchada, porém é importante destacar que não é uma negação da teoria de localidades centrais, mas uma revitalização dessa. Em relação ao objeto de estudo desse trabalho, pode-se fazer uma ponte, no momento em que se percebe uma modernização nas relações comerciais que ocorrem no Centro de Abastecimento, atrelada à modernização dos meios de transportes, contribuindo para essa nova especialização no estabelecimento estudado.

A evolução dos meios de circulação, de pessoas, mercadorias e das comunicações vêm suprimindo o tempo e os espaços percorridos. As cidades, e mesmo as áreas rurais transformam-se em espaços “ideais” para negócios variados, mas reafirmam sua importância, principalmente, por ser este um espaço concreto. Através dessa análise, percebe-

se que a implantação dos transportes e comunicações vão contribuir para os fluxos se dispersarem colaborando para a sua intensidade.

Recentemente, autores diversos discutiram o tema, de modo mais ou menos enfático, o que contribuiu para o detalhamento da pesquisa. Assim, na concepção de Porto (2003, p. 9), a tradicional centralidade urbana vem sofrendo alterações, especialmente por causa dos grandes avanços, pelos quais têm passado os meios de comunicação e as amplas reestruturações produtivas. Ambos os fatores contribuem para elevar os fluxos, em todos os seus possíveis segmentos, que, por sua vez, terminam por alterar a forma que se conhece de centralidade urbana.

Corrêa é um dos autores que mais contribui nas discussões acerca da formação das redes urbanas. Na obra *A rede urbana* (1989), ao tratar a categoria rede urbana, o autor destaca que esta temática está longe de ser esgotada quando se considera a dimensão espacial de um país como o Brasil e a desigual organização social e temporal. Refere-se a Christaller, quando lembra a existência de princípios gerais e reguladores em relação ao povoamento e todos são consideradas localidades centrais. Os países subdesenvolvidos apresentam posição de localidades centrais, principalmente, enquanto locais de distribuição, pois segundo o autor: “O limitado nível de demanda e a pequena mobilidade espacial da maior parte da população são responsáveis pelas características concretas que assumem as redes de localidades centrais nesses países. (CORRÊA, 1989, p. 32)”.

Segundo Corrêa, existem razões para a estruturação de redes de localidades centrais em países subdesenvolvidos. Mesmo com os elementos citados anteriormente, onde destaca: a demanda de bens e serviços de consumo freqüentes, necessários à reprodução da população encontrados em centros locais e de zona (p. 34). Além da emergência de mercados periódicos, considerados pelo autor como núcleos de povoamento, regularmente transforma-

se em localidades centrais de acordo a periodicidades particulares, voltando a serem núcleos de povoamento na maior parte das vezes agrária (p. 35).

A distribuição de bens e serviços ocorre, principalmente, por conta do que o autor chama de “difusão do ideário urbano” (p. 67). As cidades terão um papel de destaque acentuado pelo capitalismo, integram-se originando redes regionais e nacionais de centros. Essa integração gera uma hierarquia das cidades, conseqüência da diferenciação de demanda e oferta de bens e serviços. Assim, formam localidades centrais. O autor destaca as redes de localidades centrais que se estabeleceram no Brasil como: “[...] um rico e variado conjunto de padrões espaciais e modelos funcionais de distribuição de bens e serviços, [...] onde coexistem as formas mais modernas de distribuição ao lado das mais tradicionais [...]”. (p. 69)”.

Como conclusão dessa obra o autor enfatiza ser a realidade mais rica que as teorias. Propõe uma definição de rede urbana, advertindo para o papel da cidade no final do século XX, onde escreve: “Entendemos ser a rede urbana o conjunto funcionalmente articulado de centros, que se constitui na estrutura territorial onde se verifica a criação, apropriação e circulação do valor excedente[...]” (CORRÊA, 1989, p. 87). Sugere estudos a partir das proposições expostas por ele ao longo da obra para uma maior “compreensão da natureza e significado da rede urbana brasileira” (p. 89).

Corrêa (1989 e 2001) faz uma releitura da Teoria de Localidades Centrais, assumindo a tentativa de recuperá-la num nível mais elevado (2001, p. 16). Por isso, levanta cinco proposições para pensar esta realidade (p. 17). Estas serão aqui discutidas mais detalhadamente. A primeira proposição indica a constituição da rede de localidades centrais “que se constitui em uma forma de organização do espaço vinculada ao capitalismo, sendo, portanto de natureza histórica” (p. 20). É o que acontece com o objeto de estudo dessa pesquisa, pois Feira de Santana faz parte dessa rede hierarquizada, sendo o elo entre Salvador



(metrópole) e as cidades de menor porte, mais distantes da capital e próximas de Feira de Santana (centro regional).

A segunda proposição lembra a cristalização material no espaço, tanto das relações produtivas, quanto das relações sociais, que neste caso ocorrem sob o domínio capitalista (p. 21), o que pode ser explicado com base na produção dos bens necessários à população, desde alimentos, vestuário, até suas relações de trabalho que vão gerar a renda necessária para o consumo. Na terceira proposição Corrêa aponta para as redes de localidades centrais com arranjos estruturais diversos. Como exemplo, cita: “[...] existência de cidade comercial primaz, ausência de centros intermediários, existência de dois circuitos, variação temporal da função de distribuição ou forte aproximação ao modelo de Christaller” (p. 24-25). O que chama a atenção nesta proposição é a analogia que pode ser feita com Feira de Santana, mesmo não sendo a cidade primaz, como é definida pelo autor. Esta atua sem a presença de centros intermediários e com todos os arranjos estruturais citados nessa proposição.

A quarta proposição não se aplica a realidade estudada, pois o objeto de estudo aqui investigado encontra-se inserido numa área que também possui uma via industrial com dinamismo próprio, como o autor escreve: “[...] a rede de localidades centrais constitui-se em uma estrutura territorial cuja análise possibilita a compreensão do sistema urbano de países não industrializados ou onde a industrialização se verifica espacialmente concentrada” (p. 32). A quinta proposição trata do que Corrêa denomina de “conexão entre rede de localidades centrais e capitalismo monopolístico” (p. 32), de acordo com o autor as modificações vinculadas ao capital refletem numa reorganização do capital voltado para as atividades comerciais, o fortalecimento de um determinado ramo comercial, como por exemplo, as lojas de departamento, que captam para si os fluxos financeiros, fazem com que ocorra uma progressiva diminuição das localidades centrais de menor nível hierárquico (p. 32-34). A crescente centralização do capital, atrelado ao comércio, verifica-se pelo crescimento de

empresas de interesse do grande capital comercial, como por exemplo, lojas de departamentos e shoppings centers.

No capítulo seguinte, Corrêa trata das redes de localidades centrais, formuladas por Christaller em 1933, porém ele não discute a teoria, mas como Corrêa mesmo diz, o seu objetivo é “resgatar as principais contribuições teóricas produzidas nesses estudos” (p. 42). O que chama a atenção é o propósito do autor em trazer a teoria de Christaller para a realidade dos países subdesenvolvidos, onde ele destaca três modos de organização, são eles: A Rede Dendrítica – caracterizada pela origem colonial, presença de uma cidade primaz concentradora das principais funções econômicas e políticas de uma futura hinterlândia. Outra característica marcante aparece no momento em que essa cidade primaz é o núcleo de maior tamanho com um excessivo número de pequenos centros formando a rede (p. 44). Os Mercados Periódicos – núcleos de povoamento que periodicamente se transformam em localidades centrais (p. 50). O autor encerra, lembrando que a sua proposta é a de fazer uma releitura da teoria de Christaller, contribuindo para se repensar a teoria perante as transformações da sociedade capitalista.

Silva; Silva; Leão (1985) ao analisarem um sistema urbano, escrevem que se torna de profunda relevância, compreender a hierarquia funcional dessa cidade e daquelas com as quais mantêm relações. Para isso, estes autores se basearam na teoria formulada por Christaller, aqui amplamente referenciada.

Silva (1976, p.1) apresenta de modo resumido as variadas teorias criadas pelos clássicos autores que trazem importantes contribuições para os estudos de geografia urbano-regional e as possíveis analogias “[...] com a formulação de teorias do desenvolvimento regional”. Parte-se da hipótese principal: “[...] o processo de desenvolvimento regional depende da dinâmica do funcionamento do sistema econômico-social a nível espacial e de que este [...] é explicado pela localização e interação das atividades econômicas e sociais sobre o

espaço geográfico [...]”. Deste modo, fica evidente a presença dos principais representantes dos diversos segmentos econômicos, dispersos por locais diferentes do espaço e com formatos múltiplos: “[...] será fundamental na determinação do caráter das relações que mantêm entre si, dando configuração dinâmica a um lugar. [...]”. A contribuição de Christaller remete a compreensão de que existe um centro urbano distribuidor e uma hinterlândia, na organização da rede urbana. Atualmente, verifica-se a presença de uma hierarquia urbana flexível, onde centros com pouca expressão ou recursos obtêm meios de se relacionarem e contactar vários outros espaços urbanos, mediante as inovações tecnológicas que encurtam distâncias e gastos de tempo.

Através das investigações feitas percebe-se que por mais fragilizada ou modificada/modernizada, a hierarquia urbana continua presente. Muitas aglomerações urbanas precisam de produtos e serviços não disponíveis em seus respectivos espaços. Porém, encontram-se ao alcance, a partir do momento em que conseguem suprir sua necessidade nas aglomerações mais organizadas e especializadas, independente da distância.

A apropriação destes conceitos vai subsidiar a compreensão da gênese do município e da cidade, a organização espacial, as modificações no espaço urbano da cidade, a partir da implantação do Centro de Abastecimento de Feira de Santana e a sua inserção numa rede que se estrutura a partir das relações comerciais.

### **3 Bases para a formação de uma rede comercial em Feira de Santana**

#### **3.1 Formação do município e da cidade**

A relevância de Feira de Santana no cenário nacional, como cidade componente da hierarquia urbana do estado da Bahia, ocupando a posição de centro regional, impulsiona a retomada de fatos que contribuíram para a consolidação de sua posição. A economia do Recôncavo foi o fator primordial para a criação do município de Feira de Santana. Toda a área deveria voltar-se para a produção de açúcar, nenhuma outra atividade poderia ser desenvolvida nas terras destinadas a esta cultura. Nessa condição, foram criadas leis específicas para resguardar tal atividade, como descreve Carvalho em relação à disputa de áreas entre a cana-de-açúcar e a criação de gado.

Capoame (hoje Dias d'Ávila) tornava-se cada vez mais importante no comércio do gado. Bem perto, porém, estava o grande concorrente na economia regional – a cana-de-açúcar. No fim do século XVIII, já os bons pastos antigos de Capoame achavam-se transformados em canaviais. Desde o princípio do século, novas feiras vieram a aparecer, mais para o interior: Nazaré, Conceição da Feira e Feira de Santana. (CARVALHO, 1958, p. 19).

Áreas próximas ao litoral e ao Recôncavo foram utilizadas durante longo período para o estabelecimento e a revigoração de gado bovino, proveniente de locais distantes como o leste e o sul do Piauí, nordeste de Goiás e norte de Minas Gerais. Esses longos percursos do gado e o maior distanciamento do pouso em relação a Salvador contribuíram para a abertura de pastagens para esta finalidade. A fazenda Santana dos Olhos

D'Água, resultado de uma sesmaria revertida à Coroa Portuguesa, em meados do século XVII, foi dividida entre os criadores que formaram pequenas aglomerações em suas terras.

Na fazenda citada, diversos feitos permitiram uma concentração populacional significativa para a época: as senzalas dos escravos, os casebres dos trabalhadores livres que arrendavam terras dos grandes fazendeiros para plantações e a pequena capela – importante local para uma comunidade católica. Tais fatores, atrelados à localização, permitiram o seu crescimento e transformação, o que mais uma vez Carvalho (1958, p. 21) chama a atenção: “Uma dessas fazendas privilegiadas, localizada na principal estrada de gado (a ‘Estrada das Boiadas’) era Santana dos Olhos D’Água”. Posteriormente daria origem a cidade de Feira de Santana.

Ao entender a importância comercial de Feira de Santana, no momento presente, faz-se necessário retornar ao passado para uma breve análise dos elementos responsáveis por sua organização econômica: Feira de Santana é uma cidade que tem sua formação e expansão a partir do comércio. Tal atividade econômica que lhe concedeu a posição de “Empório do Sertão Baiano” - título concedido na década de 1860 pelos comerciantes que mantinham atividades nesta cidade - proporcionou o seu reconhecimento oficial pelo governo imperial, em 1873, como “Cidade Comercial de Feira de Santana”.

Essas nomenclaturas, ainda do século XIX, são resultado do benefício conseguido pela cidade por sua localização geográfica, situada como ponto intermediário para o comércio de gado, proveniente das fazendas do sertão e que abasteciam as áreas do litoral; ao mesmo tempo em que lá se revendiam produtos como: tecidos, artigos de metal, sal, entre outros artigos importados. Essa situação impõe destaque à cidade no seu papel comercial, tanto que o governo ainda no período imperial, reconhece a sua posição. A prática do comércio confere, assim, grande relevância para o crescimento da cidade, pois em finais da década de 1870, Feira de Santana passa a condição de importante entreposto

comercial, o que se consolidará nas décadas subseqüentes com a convergência dos produtos agrícolas do interior, bem como os provenientes da Capital, apontando o comércio da cidade em questão como o mais importante do interior da Bahia.

No século XX, vários fatores contribuíram para a criação deste município. A instalação da feira de gado, com localização estrategicamente privilegiada em relação à de Nazaré e de Conceição da Feira, por exemplo, fez com que este povoado se desenvolvesse de forma progressiva. Toda a produção era voltada para o abastecimento do Recôncavo, e o gado comercializado na feira de Nazaré tinha um inconveniente: o transporte. Precisava atravessar de balsa (algo difícil e atribulado) ou dar toda uma volta por terra - o que não era uma tarefa fácil - considerando a quase inexistência de estradas, neste período, para chegar a Salvador.

Feira de Santana, ainda povoado, aparece numa posição estratégica, localizada “[...] no caminho direto entre o Recôncavo e as imensas pastagens de Mundo Novo, Jacobina e Médio São Francisco [...]”, além disso, “[...] o povoado estava rodeado de excelentes pastagens naturais [...]”. Um terceiro fator, a presença de água suficiente para os animais que por aqui passavam “[...] a região era atravessada por dois rios e numerosos riachos. Salvo nos períodos de seca prolongada, o suprimento de água dessa área bastava para milhares de cabeças de gado” (POPPINO, 1968, p. 56).

O intenso trânsito de gado bovino torna o local funcional pelas necessidades dos boiadeiros que os conduziam. Essa dinâmica local dá origem à feira e ao início da cidade. Sob tais circunstâncias, o povoado ganha destaque e ainda no período do Império, no ano de 1873, eleva-se a categoria de cidade, passando por acentuadas transformações. A intensidade com que ocorrem estas modificações vai refletir na expansão do número de estabelecimentos comerciais aqui presentes, ganhando força para modificar a organização espacial do centro da cidade.

O comércio é sem dúvida, uma atividade de grande destaque na cidade - paralelo a feira semanal - onde se realizam negócios com o gado bovino e outros produtos agrícolas, fundamentais para o crescimento econômico de Feira de Santana. A intensidade do comércio na cidade adquire uma grande dimensão entre as décadas de 1860 e 1950. Nos dias da semana voltados para outras atividades - que não fossem o comércio de produtos agropecuários – as ruas que os feirantes ocupavam, restringiam-se àquelas em torno do mercado municipal – espaço comercial de variados produtos necessários à população, estabelecimento comercial anterior aos atuais supermercados, esse localizado de frente a Igreja Senhor dos Passos. Assim, as bancas tomam as principais ruas e avenidas. Nos dias, tradicionalmente voltados a feira livre, com intensa presença de comerciantes e populares de outros municípios, as ruas adjacentes ao mercado também são ocupadas ampliando o espaço da feira como será representado mais adiante.

A menor unidade político-administrativa do país são os municípios. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) os organizou em meso e microrregiões, visando fins estatísticos. Deste modo, o município de Feira de Santana encontra-se inserido na mesorregião denominada Centro Norte Baiano. A microrregião geográfica recebe o mesmo nome do município, “[...] o destaque é dado a um município e, sobretudo, a uma cidade que, pela sua importância, articula as principais relações econômicas e sociais da área” (SILVA et al, 2004, p. 25), situação na qual Feira de Santana se enquadra.

Sua localização pode ser descrita considerando os limites territoriais do Estado da Bahia do seguinte modo: situa-se a oeste da capital, numa área de transição entre o clima tropical sub-úmido – característica identificada nos limites do distrito de Humildes – e o clima tropical semi-árido, zona que engloba a sede e os demais distritos. Sua situação geográfica define-se através dos limites próximos, onde se têm ao norte, os municípios de Tanquinho e Santa Bárbara; ao sul, localizam-se São Gonçalo dos Campos e Antonio

Cardoso; a leste, os municípios de Coração de Maria e Conceição do Jacuípe; a oeste estão Ipecaetá e Angüera; a sudeste, Santo Amaro; a noroeste, Candéal e Serra Preta e a nordeste, Santanópolis.

O município de Feira de Santana encontra-se organizado por um conjunto de distritos, composto da sede - que leva o mesmo nome do município - e onde se encontra o principal núcleo urbano que é a cidade. Os demais sete distritos compõem núcleos menores, onde a população urbana forma as respectivas vilas de cada local, porém com predominância dos espaços rurais. Estes distritos são: Bonfim da Feira, Governador Dr. João Durval Carneiro (ainda hoje chamado de Ipuauçu), Humildes, Jaguará, Jaíba, Maria Quitéria (cuja população continua a chamá-la de São José das Itapororocas) e Tiquaruçu (antigo São Vicente – denominação ainda utilizada por muitos), Figura 2.

A análise da população total do município revela o significativo crescimento, ao longo do período compreendido entre as décadas de 1940 e 2000 (Tabelas 1 e 2). A elevação da população urbana em relação a rural demonstra um acréscimo constante de pessoas.

Tabela 1 - Evolução da população do município de Feira de Santana – 1940/2000

População	1940	1950	1960	1970	1980	1991	1996	2000
Total	83.268	107.205	141.757	187.290	291.506	406.447	450.487	480.949
Urbana	19.600	34.277	69.884	131.720	233.631	349.557	393.943	431.730
Rural	63.608	72.928	71.873	55.570	57.875	56.890	56.544	49.219
Sede	14.131	26.559	61.612	129.472	225.003	340.621	383.873	419.816

Fonte: IBGE. Censos Demográficos, 1940/2000.

Tabela 2 – Taxa de crescimento da população do município de Feira de Santana – 1940/2000

População	Taxa de crescimento (em %)						
	1940 - 50	1950 - 60	1960 - 70	1970 - 80	1980 - 91	1991 - 96	1996 - 00
Total	28,7	32,2	32,1	55,6	39,4	10,8	6,8
Urbana	74,9	103,9	88,5	77,4	49,6	12,7	9,6
Rural	14,6	- 1,4	- 22,7	4,1	- 1,7	- 0,6	- 13,6
Sede	87,9	131,9	110,1	73,8	51,4	12,7	9,4

Fonte: Taxas calculadas com base nos dados do IBGE. Censos Demográficos, 1940/2000.



Entre 1940 e 1950 a população total elevou-se em 23.937 pessoas, equivalente a 28,7% do crescimento, entre a década de 1950 e 1960 esse número passou para 34.552 pessoas, demonstrando um acréscimo de 32,2%. O mesmo se percebendo nos períodos seguintes, onde houve elevações na ordem de 45.533, 104.216, 114.941, 44.040 e 30.462, respectivamente, o que representa elevadas porcentagens de 32,1%, 55,6%, 39,4%, 10,8%, 6,8%.

A população urbana apresenta um grande destaque no município - considerando um universo formado pela população da sede e das vilas - entre 1940 e 1950 apresentou 14.677 pessoas, representando 74,9% de aumento; entre 1950 e 1960 encontra-se a maior taxa de crescimento, esse número mais que dobrou com 35.607 pessoas, com significativos 103,9% de acréscimo; entre 1960 e 1970 foi acrescida em 61.836 pessoas ou uma expressiva taxa de crescimento de 88,5%; entre 1970 e 1980 elevou-se em 101.911 pessoas, o que equivale a 77,4%, 1980 e 1991 são mais 115.926 pessoas, com 49,6%; entre 1991 e 1996 foram registrados 44.386 pessoas, ou 12,7%; e entre 1996 e 2000, o acréscimo foi de 37.787 pessoas, representando 9,6%.

Entre a população rural, a diminuição do contingente é extremamente significativa. Ao analisar as tabelas anteriores pode-se notar o declínio populacional, dos sete períodos analisados, cinco tiveram um crescimento negativo. Entre 1940 e 1950 apresentou 9.320 pessoas, representando 14,6% de aumento; entre 1950 e 1960 encontra-se o primeiro declínio populacional: -1.055 pessoas, com -1,4% de decréscimo; entre 1960 e 1970 foi o período de maior baixa entre a população rural, decrescida em -16.303 pessoas ou uma expressiva taxa de decréscimo de -22,7%; entre 1970 e 1980 elevou-se em 2.305 pessoas, o que equivale a 4,1%; 1980 e 1991 mais um declínio -989 pessoas, com -1,7%; entre 1991 e 1996 foi registrado uma diminuição de 346 pessoas, ou -0,6%; e entre 1996 e 2000, a população decresceu em -7.325, o que equivale a -13,6%.

A população da sede, assim como a população urbana apresentaram um relevante crescimento ao longo dos períodos analisados. Entre 1940 e 1950 com 12.428 pessoas, representando 87,9% de aumento; entre 1950 e 1960 situa-se a maior taxa de crescimento, esse número mais que dobrou com 35.053 pessoas, com significativos 131,9% de ampliação; entre 1960 e 1970 foi acrescida em 67.860 pessoas ou uma expressiva taxa de crescimento de 110,1% (maior que a população urbana nesse período); entre 1970 e 1980 elevou-se em 95.531 pessoas, o que equivale a 73,8%; 1980 e 1991 são mais 115.618 pessoas, com 51,4%; entre 1991 e 1996 houve um registro de 43.252 pessoas, ou 12,7%; e entre 1996 e 2000, o acréscimo foi de 35.943 pessoas, representando 9,4%.

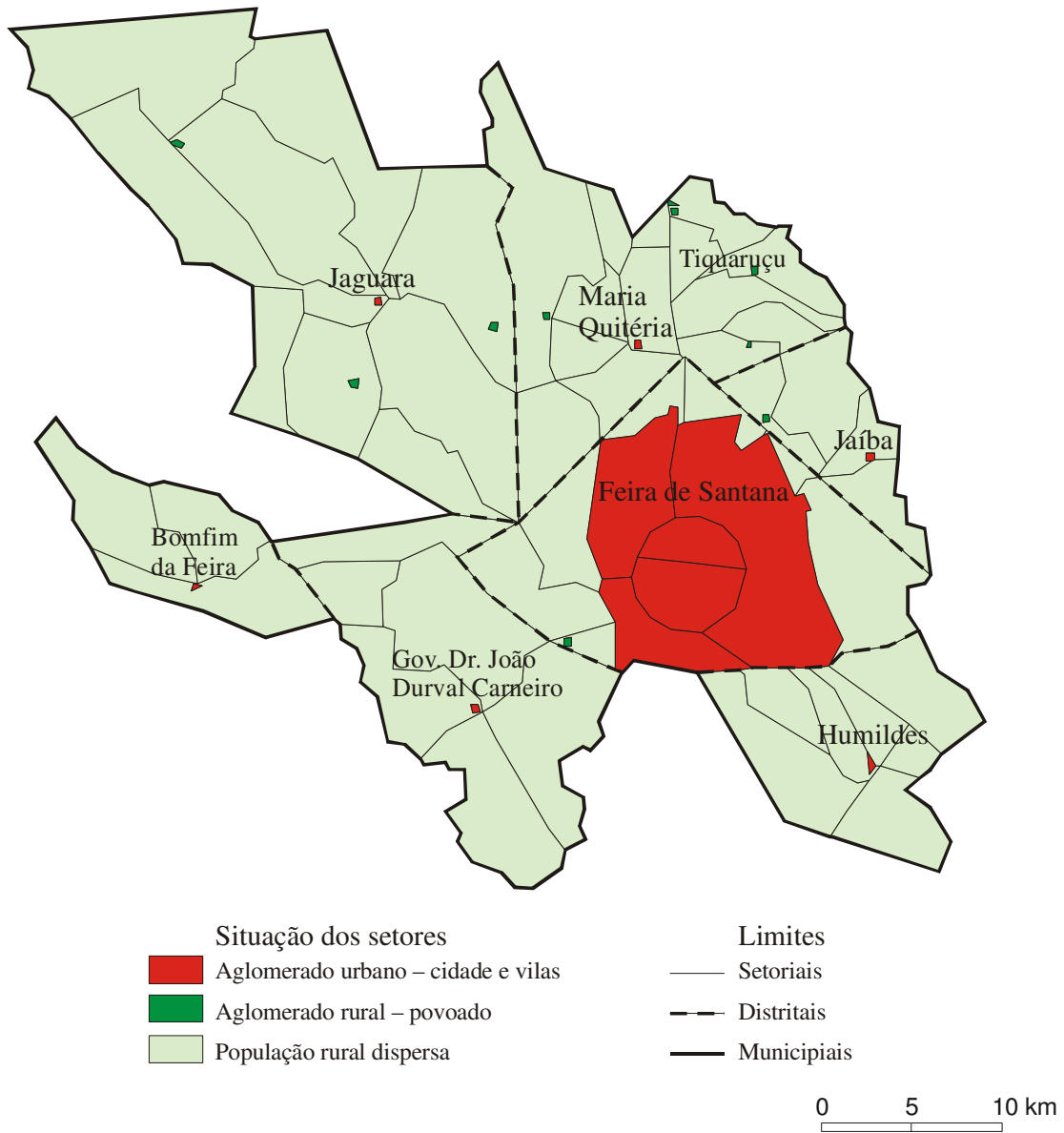
Comparando os dados referentes à distribuição da população de acordo com a divisão do município em distritos, observa-se que a população rural de seis distritos é superior a população das vilas (Tabela 3). A primeira mantém-se concentrada na área rural em decorrência das atividades estarem voltadas para o setor primário, em que a agricultura é o destaque, excetuando o distrito de Humildes, no qual encontram-se instalados expressivos números de indústrias, permitindo a população desenvolver outras ocupações. E o distrito de Maria Quitéria, que apresenta a maior população total e também o que tem a maior concentração rural.

Tabela 3 - Distribuição da população segundo os distritos de Feira de Santana - 2000

Distritos	População urbana	População rural	População total
Feira de Santana	419.816(cidade)	5.545	425.361
Bonfim da Feira	1.943(vila)	1.845	3.788
Humildes	5.660(vila)	7.157	12.817
Gov. Dr. João Durval Carneiro	899(vila)	3.227	4.126
Jaguara	697(vila)	6.054	6.751
Jaíba	750(vila)	3.192	3.942
Maria Quitéria	1.521(vila)	18.366	19.887
Tiquaruçu	444(vila)	3.833	4.277

Fonte: <http://www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em 02 set. 2005.

Figura 2 - Município de Feira de Santana  
Distritos e Setores Censitários - 2000



Fonte: Elaborado segundo IBGE. *Malha de Setores Censitários Rurais*. 2001.

### 3.2 Feira de Santana como centro comercial

O comércio é a engrenagem fundamental para movimentar produção e consumo. A velocidade, o volume e a qualidade das mercadorias - colocadas à venda - dependem especificamente do comércio que será estabelecido. Nas palavras de Senra (1977, p. 49): “[...] toda decisão de colocar um produto em um dado mercado consumidor se realizará sempre por intermédio de um sistema de comercialização, por mais irracional que seja”. Segundo Assis (2005, p.2) “[...] as atividades de comércio e de serviços são, por excelência, processos sociais que contribuem para a produção do espaço urbano”. A partir do estudo do comércio - em Feira de Santana, estabelecido e consolidado ao longo do tempo - tornar-se-á compreensível seu papel.

Nesse ciclo de relações, o comércio é o elo de ligação entre os locais de produção e aqueles destinados ao consumo. É também um dos segmentos responsáveis pela consolidação e transformação dos locais produtores e consumidores, colaborando positivamente para o incremento sócio-econômico dos espaços envolvidos. A posição do comércio agropecuário de Feira de Santana encontra-se firmemente consolidado em meados do século XX, ao tempo que a produção de manufaturas ainda apresenta uma pequena representatividade neste cenário. Segundo Freitas (1998, p.87):

A produção de manufaturados de caráter industrial se constitui em uma atividade de importância secundária, e até meados do século atual a cidade ainda não tem esse setor fortalecido. (A autora se refere ao século XX).

O setor terciário representado pelo segmento comercial desponta em relação às outras atividades econômicas de Feira de Santana. O surgimento da cidade, diretamente relacionado à comercialização de gado bovino, favorece a inserção de um número crescente de produtos que passam a ser negociados nos dias voltados para a compra e venda de animais.

Esses fatores inserem Feira de Santana nas redes de comércio regional e nacional. Contribuem para o seu destaque em relação aos municípios de sua microrregião geográfica e, de forma diferenciada, perante outros municípios do interior da Bahia.

Porto (2003, p. 18) destaca a liderança de Feira de Santana frente a uma ampla região, comparada a Vitória da Conquista que até a década de 1960 era a maior. Porém a primeira tinha mais densidade e produção, atendendo não só ao próprio município como a outros que se inseriram por toda a área do centro da Chapada Diamantina alcançando até mesmo o município de Juazeiro. Ainda segundo este autor, um importante fator que vai contribuir para que Feira de Santana se destaque, deve-se ao fluxo de transportes, como Porto explica: “[...] Essa alteração do modo de transporte [...] manteve a configuração dos fluxos na direção de Salvador, que continuava a manter seu papel hegemônico de entreposto comercial até a década de 1960” (p. 18).

Nessas circunstâncias, Feira de Santana torna-se um centro comercial estrategicamente necessário para a realização de tais atividades. Nota-se a grande importância da cidade para os produtores agrícolas, tanto do seu entorno quanto das cidades vizinhas, visto que a procuravam para a efetivação de seus negócios. É a evolução do comércio de produtos agropecuários e manufaturados que transformará a cidade entre os anos de 1860 a 1950. A feira livre vai acompanhar o crescimento urbano da cidade no decorrer desses anos sua transformação vai ser visível como consequência do comércio de gêneros agropecuários, por ser o mais bem-sucedido em meio a todos da região, localizada entre o litoral e o sertão.

Figura 3.

O número crescente de pessoas residentes em municípios relativamente próximos, ou que tenham certa facilidade de transporte para se locomoverem de outras cidades para Feira de Santana, procuram neste comércio, vender sua produção, em grande parte gêneros agropecuários e também adquirir mantimentos procedentes de outras regiões,

Figura 3 – Espaços ocupados pela feira livre  
no centro urbano de Feira de Santana até 1977



**Pontos de referência**

- 1 ● Centro de abastecimento (a partir de 1977)
- 2 ● Prefeitura
- 3 ● Igreja Senhor dos Passos
- 4 ● Mercado municipal (até 1977)
- 5 ● Igreja dos Capuchinhos

**Feira livre**

- Segunda-feira —
- Terça a sexta-feira —

Fonte: Elaborado segundo IBGE. Bahia. *Malha do setor censitário urbano*.  
Capturado de <[http://www2.ibge.gov.br/download/malhas/s\\_urbano?BA.zip](http://www2.ibge.gov.br/download/malhas/s_urbano?BA.zip)>.  
Acessado em 27 out. 2005.

principalmente artigos importados como: tecidos e peças de metal não existentes na região. Como a base econômica de Feira de Santana transforma-se a partir do comércio de produtos agropecuários, o seu desdobramento vai resultar na transformação de pequenas manufaturas espalhadas pela cidade.

Nota-se que a partir de 1950, Feira de Santana começa a tomar novo rumo nas relações comerciais. O crescimento econômico gerado pela comercialização dos produtos agrícolas impulsiona a produção e o consumo, como destaca Freitas (1998, p. 71):

A cidade de Feira de Santana, um centro de convergência regional, pela capacidade de concentração de uma maior quantidade de bens e serviços na região, com ascensão crescente do comércio e a presença de um centro industrial tem seu papel de comando na região, apoiados inicialmente na pecuária e hoje, nos setores secundários e terciários.

O processo industrial ocorrido em Feira de Santana entre as décadas de 1950 e 1970 foi consequência dos fatores locacionais e econômicos presentes no município, desse modo, apresentou um crescimento e dinâmica econômica favoráveis à implantação do Centro Industrial do Subaé (CIS). Embora o setor industrial seja o que mais contribui na composição do Produto Interno Bruto (PIB), em Feira de Santana o comércio é o setor mais representativo. A partir da análise dos dados do IBGE, segundo a seção da classificação de atividades, no município de Feira de Santana, analisando a variável total de pessoal ocupado de acordo as atividades abaixo discriminadas, percebe-se que o comércio é o de maior representatividade.

Tabela 4 - Pessoal ocupado por atividade no município de Feira de Santana -1996 -2002

Atividade	Ano						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agricultura	241	223	238	546	599	597	761
Indústria de transformação	6.012	6.261	6.180	6.284	11.468	12.358	13.216
Construção	843	1.218	1.262	1.617	2.311	2.182	2.130
<b>Comércio</b>	<b>10.589</b>	<b>12.775</b>	<b>14.181</b>	<b>15.979</b>	<b>25.849</b>	<b>26.992</b>	<b>29.386</b>

Fonte: IBGE. Cadastro Geral de Empresas. www.sidra.ibge.gov.br. Acesso em 06 set. 2005.

Assim, entendendo a força do setor comercial nesta cidade, nota-se um fortalecimento nesta atividade, mesmo com a presença do setor secundário e um crescente número de pessoas ocupadas na construção. Esse vem atender e confirmar o discurso de modernização necessário a Feira de Santana. Segundo Silva; Silva; Leão (1985, p. 311):

[...] o setor industrial foi comparativamente secundário ao papel de entreposto comercial da cidade. [...] O setor industrial, que se foi afirmando a partir da segunda metade do século XIX foi uma atividade bem relacionada com o setor agrícola, ou seja, a produção industrial consistia basicamente na transformação das matérias agrícolas regionais para consumo regional ou para exportação. A indústria surge, assim, como uma decorrência da expansão do setor primário regional, cujos produtos eram comercializados por Feira de Santana. Os capitais são essencialmente da região.

A expansão crescente do setor terciário configura Feira de Santana como um lugar central na rede urbana regional, para onde fluem os fluxos procedentes dos municípios de sua área de influência. Porto (2003, p. 19) escreve sobre a consolidação e redefinição da rede urbana no final da década de 1970, na qual Feira de Santana exerce importante papel: “[...] de centro nodal de transporte e de centro urbano hegemonicamente centralizador de uma vasta região do semi-árido baiano, também recebeu um forte investimento industrial e elevou o seu papel para integrar a Macrorregião de Salvador”.

### **3.3 O papel da rede viária**

A contribuição da modernização e melhoria dos meios de comunicação e transportes têm colaborado para expandir as relações comerciais de Feira de Santana com as demais. Tais características colaboram para o fortalecimento do comércio de produtos tradicionais – como é o caso dos agropecuários – paralelo à disseminação de importantes serviços ligados a novas tecnologias, como podemos citar, por exemplo, sofisticados serviços



médico-hospitalares, modernização do sistema bancário, melhoria nos transportes, etc. Esses fatores, particularmente aqueles ligados às atividades comerciais, colaboram para o crescimento local e relevantes vinculações regionais e nacionais.

Santos; Silveira (2004, p. 176) relatam sobre os fluxos rodoviários: “A integração do território pelas estradas e a expansão da frota nacional de veículos permitem, entre outras coisas, descrever a imposição do sistema de circulação rodoviária no Brasil”. Essa modernização vai beneficiar Feira de Santana em vários setores - especialmente na concentração de pessoas - por conta da presença deste novo fluxo. A maior intensidade que aparece na cidade devido à concentração populacional crescente e sua procura por mercadorias diversas, reforça o seu papel de intermediadora na integração econômica do país.

A importância econômica de Feira de Santana para o estado da Bahia confirma-se através das relações estabelecidas entre esta cidade e muitas outras do país. O acesso às cidades de todo o Estado da Bahia e do Brasil tornou-se elemento fundamental para o seu crescimento comercial, onde as rodovias aparecem como vias de transportes essenciais. Para entender como o sistema rodoviário ganhou destaque perante os demais meios de transporte, fez-se necessário recorrer à identificação dos sistemas que foram implantados, além de acompanhar a evolução do cenário político-econômico, permissivo à consolidação das rodovias até os dias atuais. Como escrevem Silva; Silva; Leão (1985, p. 231) a posição na qual a região de Feira de Santana está inserida permite o seu contato com os importantes eixos rodoviários nacionais que passam pelo estado da Bahia, tanto no sentido latitudinal como longitudinal. O município foi quem mais se beneficiou com essa articulação rodoviária regional e nacional.

A rede viária que liga Feira de Santana aos municípios menores tem como eixo central as BR-324, BR-101 e BR-116 que cortam o município e se complementam com as seguintes vias estaduais: BA-052, conhecida como Estrada do Feijão, que conecta Feira de

Santana aos municípios de Angüera, Ipirá e Irecê, dentre outros, e a BA-502 - conhecida Feira-São Gonçalo, faz a ligação entre estes dois municípios (Figura 4).

Esse sistema viário constitui o principal meio de ligação e de circulação diária de diversos fluxos entre os centros urbanos que compõem a rede urbana regional. A evolução e dispersão dos meios de transporte coletivo têm sido os principais vetores responsáveis pela maior articulação interurbana entre Feira de Santana e os municípios com os quais mantém contato.

Até 1860, o contato com Feira de Santana era feito através dos caminhos utilizados para o transporte do gado bovino. Tudo o que fosse comercializado neste município, era transportado por cavalos e mulas, pois não havia estradas adequadas a outro tipo de condução, como escreve Poppino (1968, p. 59):

[...] Muito poucas estradas eram apropriadas para carroças ou carros de boi, de modo que todos os produtos se transportavam nas costas dos animais. Os negociantes que vinham a Feira de Santana comprar produtos agrícolas, muitas vezes adquiriam animais para levar as mercadorias para os mercados da Cidade do Salvador, ou para as embarcações que os esperavam em Cachoeira.

Entre 1860 e 1950, ocorrem importantes transformações no sistema de transporte de passageiros e de cargas, repercutindo na organização espacial do município, atrelado ao seu crescimento econômico. As ligações entre Feira de Santana e outras regiões do Estado ganham relevância, a partir da implantação das ferrovias e rodovias, dando um novo impulso ao município e sua região de abrangência. A implantação do sistema ferroviário (1864) representou, inicialmente, um grande entrave para a economia de Feira de Santana. A ligação por via férrea, entre Salvador–Juazeiro, retira do seu percurso quantidade considerável de animais, porém não abala drasticamente a economia local.



Figura 4 - Feira de Santana  
Articulação Rodoviária



Fonte. DNIT. *Mapa Rodoviário Bahia*, 2002.



Esperava-se a consolidação desse sistema e a supressão dos caminhos percorridos a pé pelo gado bovino. Ao contrário disso, o que vem ocorrer são desvantagens, a começar pela lentidão na sua implantação, como relata Carvalho (1958, p. 31): “A estrada progredia muito lentamente; durante vinte anos, só conseguiu chegar até Serrinha [...]”. Há também o acúmulo de prejuízos para o transporte de animais nessa modalidade de veículo, como cita, mais adiante, a mesma autora:

As vantagens da estrada de ferro não se fizeram apreciar, desde que diminuam à medida que aumentava a distância da Capital. Na prática, o transporte ferroviário só beneficiava os criadores cujas fazendas não estavam muito distantes de Salvador. (p. 31).

Logo, os criadores de áreas mais distantes, perceberam a vantagem de continuar utilizando as antigas estradas. O alto preço no frete ferroviário associado a difícil condição de viagem dos animais – sem comida ou água – além da irregularidade no cronograma do trajeto, prejudicavam seu comércio.

A próxima etapa na organização dos transportes é verificada a partir da construção de uma variedade de estradas de rodagem através da organização em conjunto, da União, Estado e Município além da iniciativa privada. Têm-se em Feira de Santana o foco da propagação e convergência destas estradas. Santos (2003) confirma a inserção do município nessa relevante rede viária quando escreve: “[...] o estado nas esferas federal e estadual, implementaram as conexões entre as redes de transportes rodoviários, dinamizando as interações espaciais de Feira de Santana, não apenas em escala regional, como também nacional” (p. 29).

Silva; Silva; Leão (1985) escrevem sobre a acessibilidade, demonstrada através da intensidade do tráfego rodoviário para todo o estado da Bahia. A implantação desse eixo rodoviário e seu melhoramento através do asfaltamento contribuem para o aumento do tráfego por este município e, conseqüentemente, o acréscimo nas relações comerciais,

proporcionando uma elevação na dinâmica populacional e econômica. Segundo os autores: “A cidade de Feira de Santana foi, aliás, a grande beneficiária desta articulação no nível regional e até mesmo nacional” (p. 231-233). Essa situação deve-se as principais rodovias federais passarem dentro da cidade (BR-116 e BR-324), enquanto a BR-101 atravessa o município.

A consolidação da posição de Feira de Santana como centro regional, vai ser confirmada, a partir do estabelecimento do sistema rodoviário. A circulação de mercadorias, entre as diferentes regiões do país, utilizando as vias que cortam esse município é intensa. A contribuição para o seu papel de importante entroncamento rodoviário é essencial, como escreve Cruz (1999, p. 259):

A posição estratégica da cidade e do município perante os sistemas estadual e nacional de rodovias, que tornam o município um autêntico entroncamento (aliás, o principal entroncamento rodoviário do nordeste), faz com que por Feira de Santana transite a quase totalidade da produção industrial da RMS escoada por rodovia, além das mercadorias cujos destinos estão na região nordeste, originários do sudeste e sul do país.

Assim, montou-se o quadro-síntese que segue, procurando destacar desde as primeiras etapas para a organização do espaço territorial do município de Feira de Santana, até os dias atuais, acreditando ser ele essencial para o entendimento de ações que contribuíram para que o município possa estar, no momento atual, entre aqueles de grande importância urbana e econômica no estado da Bahia.

Quadro 3 -Síntese das transformações no município de Feira de Santana 1860/1974

Datas	Marcos Relevantes
1860	“Empório do Sertão Baiano” – título concedido pelos comerciantes que mantinham atividades com os presentes neste município.
1860-1950	Transformações no sistema de transporte de passageiros e cargas. Repercussão na organização espacial do município.
1870	Sistema de caminhos para carros e animais desenvolveu-se sofrendo poucas alterações nesse período.
1873	Município considerado unidade política. A vila é elevada à categoria de cidade, denominada Cidade Comercial de Feira de Santana.

	Evolução do comércio de produtos agropecuários e manufaturados.
	Consolidação das atividades comerciais.
1917	Construção de variedade de estradas de rodagem em conjunto com Estado, município e iniciativa privada.
1928	Interligação com Salvador por rodovias não pavimentadas (BR-324).
Pós-1938	Novo sistema de rodovias, planejado e executado pelo Governo Estadual e Federal; Feira de Santana torna-se foco de propagação e convergência de estradas.
1950	Início das rodovias asfaltadas.
1950-1970	Implantação de indústrias, processo ainda sem planejamento territorial.
1960-1980	Centro de irradiação das vias asfaltadas para os maiores centros urbanos do país.
1960	Asfaltamento da BR-324
1962-1963	Asfaltamento da BR-116
1970	Implantação do Centro Industrial do Subaé.
1973-1974	Duplicação da BR-324 (Trecho Salvador-Feira de Santana)

Elaboração: ARAUJO, A. O., 2005.



## **4 O Centro de Abastecimento: implantação e organização espacial**

### **4.1 A implantação do Centro de Abastecimento**

Para se entender o potencial regional do Centro de Abastecimento, perante o estado da Bahia e os demais estados do Brasil, que mandam seus produtos para serem comercializados neste local, deve-se compreender sua organização num espaço de grande importância, no centro da cidade, promovendo a fácil circulação de pessoas e mercadorias.

O Centro de Abastecimento surge da grande preocupação em retirar a feira livre do centro da cidade, ligado ao discurso da necessidade de uma reorganização do espaço urbano, constantemente ocupado por esta atividade. Além das segundas-feiras destinadas à mesma, os outros dias da semana também ficavam comprometidos por conta da movimentação dos feirantes. Já na quinta-feira à tarde começavam a mobilizar o centro da cidade, instalando suas barracas para a feira de sábado. Estas já ficavam prontas para a feira de segunda-feira, só sendo desarmadas a partir de terça-feira pela manhã, assim, o centro da cidade só ficava desocupado entre a terça-feira à tarde e a quinta-feira pela manhã, como foi relatado por um entrevistado, remanescente da feira livre, durante a pesquisa de campo, em outubro de 2004:

A feira começava na quinta-feira à tarde, a gente ia arrumando a barraca, trazendo a mercadoria, e entrava pelo fim de semana, só desarmando na terça-feira, assim mesmo tinha feirante que ficava todos os dias (informação verbal).

Carvalho (1958) escreve no seu artigo sobre a organização da feira livre, mostrando as mudanças que ocorrem no centro urbano, por conta das alterações promovidas

pela chegada e instalação dos feirantes e consumidores. De tal modo, a autora escreve: “[...] Na segunda-feira, então, desde a madrugada, a cidade se modifica inteiramente, pois além do intenso movimento comercial, há o lado pitoresco e típico” (p.23). Entenda-se que a feira era procurada tanto pelas pessoas que buscavam manter relações comerciais, como por quem só queria algum tipo de distração.

Com a implantação do Centro Industrial do Subaé na década de 1970, os interessados na retirada da feira livre do centro da cidade aproveitam o discurso modernizador e realizam um projeto de retirada da feira livre visando a sua organização num espaço específico, onde seriam atendidas as necessidades tanto dos comerciantes atacadistas como dos varejistas. Com esse ideal, a criação do Centro de Abastecimento de Feira de Santana torna-se mais firme, em 1974, a empresa PRANE S. A. (Projetos de Abastecimento do Nordeste) é contratada para dar assessoria e elaborar um projeto de viabilização para a construção do Centro de Abastecimento. Esta empresa apresenta o denominado Projeto Cabana com todas as diretrizes para a realização da obra.

A necessidade do projeto, segundo os envolvidos na empreitada, deve-se a busca de um espaço propício ao prosseguimento do comércio que até meados da década de 1970 ocupava as principais vias do núcleo urbano da cidade. O Projeto Cabana faz referência ao crescimento da feira livre, ocupando constantemente as vias urbanas de Feira de Santana, segundo o plano, esta atividade antes exercida apenas nas segundas-feiras começa a preencher um número maior de dias, consta no mesmo que:

[...] Paralelo à expansão urbana ocorreu o agigantamento da feira tradicional que realizada originalmente em um dia da semana, hoje se alonga virtualmente por três dias [...]. Ademais o local da feira está inserido no centro comercial da cidade, com ramificações cada vez maiores no sentido de áreas residenciais, acarretando, portanto o estrangulamento progressivo de outras importantes atividades e serviços urbanos (PROJETO CABANA, 1974, p. 2).

A feira livre foi transferida para um espaço privilegiado, considerando sua localização próxima ao centro urbano, e como é citado no projeto, por ter escapado à ocupação imobiliária, verificada em outras zonas da cidade (p. 66). Os comerciantes com estabelecimentos de diversos tipos como, por exemplo, lojas de tecidos, de eletrodomésticos, armazéns e que se sentiam prejudicados pela feira livre no centro da cidade, vão se apoiar na política nacional proposta pelo Governo da União. Esta atribui uma política nacional de abastecimento vinculada a criação de Centrais de Abastecimento nas principais capitais brasileiras (PROJETO CABANA, 1974).

As políticas locais e os interessados no crescimento da cidade defendem uma política de modernização do centro urbano que só poderia ocorrer com a retirada da feira livre. Segundo o Projeto Cabana (p. 2) “[...] as feiras, os mercados e os demais componentes da estrutura tradicional já não respondem total e satisfatoriamente às necessidades de populações de centros urbanos que progressivamente atingem estágios mais complexos da industrialização e metropolização”. A primeira conquista é a retirada dos animais, comercializados vivos, na feira livre para uma área específica. Segundo Silva; Silva; Leão (1985), em 1956 o fluxo de animais diminuiu consideravelmente, tanto que na década seguinte a feira de gado é substancialmente substituída pelo Centro de Abate e a Cooperativa Pecuária de Feira de Santana – COOPERFEIRA, instituições que com sua atividade vão contribuir para a descaracterização da importante feira de gado das décadas anteriores.

Assim, reafirma-se a urgência em obter um novo espaço para a realização da feira livre, pois esta não é dotada de infra-estrutura suficiente para atender aos consumidores. Os projetistas do Centro de Abastecimento atribuem a este mais do que uma área de relocação da feira livre, ou seja, é um local para novos tipos de comércio, apontado para justificar os benefícios sócio-econômicos que ocorrerá com a implantação do Centro de Abastecimento. Segundo o Projeto Cabana (1974, p. 89) tem-se a seguinte comprovação:

A concepção do Centro de Abastecimento lhe atribui uma função muito além de uma simples infra-estrutura de comercialização, destinada a um mercado consumidor de mais de 400 mil habitantes, considerada a sua área de influência. O que se deseja implantar é um mercado novo, que introduza novos métodos de comercialização que progressivamente devem substituir os processos obsoletos e desordenados que não mais se justificam.

A criação deste estabelecimento deveria atender espacialmente aos comerciantes atacadistas, pois estes se concentravam nas principais vias do centro urbano. Podemos destacar os seguintes itens: (a) “a relocação da feira principal” que ocupava todo o centro urbano de Feira de Santana, dando uma imagem de cidade agrária e atrasada, segundo os administradores da cidade e comerciantes locais; (b) “manutenção e/ou aumento do nível de ocupação da mão-de-obra envolvida”, isto supõe o não comprometimento comercial de todos os envolvidos na feira livre; (c) “sistematização e melhoramento da receita municipal”, o que impõe a necessidade de um maior controle no arrecadamento como algo imprescindível para um município, onde a feira livre consegue concentrar e gerar um grande volume de negócios; (d) “racionalização do sistema local de abastecimento”, pois, mesmo com um amplo volume de produtos, a necessidade de um ordenamento é pontual, onde a grande demanda de produtos agropecuários não reflete numa variedade de gêneros.

A administração municipal, considerando o discurso modernizador pregado pelas lideranças nacionais, regionais e locais, além dos comerciantes interessados na retirada da feira livre do centro urbano da cidade, acatam a justificativa de que esta precisa se modernizar, para ter um maior crescimento econômico. Feira de Santana acolhe o discurso modernizador do poder público e a consequência disso é a proposta e construção do Centro de Abastecimento de Feira de Santana. São analisadas as possibilidades de execução, “com características não só de um centro atacadista-varejista convencional, mas por outro lado preenchendo algumas funções de mercado expedidor rural” (PROJETO CABANA ,1974, p.3). A construção do Centro de Abastecimento ocorreu a partir de setembro de 1975, quando a Prefeitura Municipal de Feira de Santana publica no Diário Oficial do Estado e jornais da

época, os procedimentos de licitação, edital de concorrência a empresas interessadas na construção e desapropriação dos imóveis no local escolhido para a implantação do Centro de Abastecimento.

A área projetada para a implantação do Centro de Abastecimento abrange um total de 306.000 m<sup>2</sup>, o terreno referido está localizado numa área central da cidade, denominada Parque Manoel Matias, na divisa com os bairros denominados Rua Nova, Cruzeiro e o Centro da cidade (Figura 5). A instalação do Centro de Abastecimento viria a atender todos os comerciantes da feira livre no centro da cidade, desde aquele que comercializa cereais, passando pelos hortifrutigranjeiros, até os que trabalham com móveis e artigos religiosos.

Este espaço foi construído prevendo atender às necessidades dos comerciantes atacadistas e varejistas. Em todo o projeto existem citações sobre a clientela que será beneficiada com a construção desse, podemos comprovar com as passagens a seguir:

[...] a solução mais urgente e adequada, consiste na implantação de um Centro de Abastecimento com características não só de um centro atacadista-varejista convencional, mas, por outro lado, preenchendo algumas funções de mercado expedidor rural. (p. 3). [...] o município de Feira de Santana desde 1968 dispõe de um Plano Local de Desenvolvimento Integrado cujas proposições inclui a racionalização do sistema de comércio grossista e varejista, ora prevaemente nos mercados públicos e nas feiras (p. 5) [...] a rigor não existem exclusivamente atacadistas pois todos eles negociam constantemente a varejo (p. 47).

A implantação do Centro de Abastecimento mediante incentivos financeiros dos governos municipais e federais, vai contribuir para a tentativa de estruturar a feira nos moldes de um grande comércio atacadista-varejista. Desta forma, percebe-se a grande importância da construção do Centro de Abastecimento, não só no sentido de organizar o centro urbano, como para definir novos espaços no comércio, em substituição da feira livre que não cabia mais no Mercado Municipal e não devia continuar ocupando as principais vias urbanas da cidade. É com esta intenção que é construído e inaugurado o Centro de

Figura 5 – Localização do Centro de Abastecimento  
no centro urbano de Feira de Santana



**Pontos de referência**

- 1● Centro de abastecimento
- 2● Prefeitura
- 3● Igreja Senhor dos Passos
- 4● Shopping Iguatemi
- 5● Igreja dos Capuchinhos

Fonte: IBGE. Bahia. **Malha de Setor Censitário Urbano.**  
Capturado de <[http://www2.ibge.gov.br/download/malhas/s\\_urbano/BA.zip](http://www2.ibge.gov.br/download/malhas/s_urbano/BA.zip)>.  
Acessado em 27 out. 2005.  
Elaboração: Alessandra Araújo.

Abastecimento. O jornal *Feira Hoje*, de domingo, 07 de novembro de 1976 publica a seguinte reportagem, intitulada “Inauguração do Centro de Abastecimento”:

Com a inauguração hoje do Centro de Abastecimento, onde recursos de alta monta foram investidos, graças a participação decisiva do Banco do Nordeste do Brasil, a cidade passa a ocupar uma melhor posição no cenário nacional, no setor de abastecimento, centralizando um comércio amplo e variado, que conseguiu vencer as limitações do Mercado Municipal e até mesmo a dimensão de longas ruas e avenidas do centro da cidade (1976, p. 9).

A relação urbano-rural ocorrida no município vem ratificar a importância das atividades agrícolas na construção do espaço urbano, comprovando que o vínculo entre estes fornece a possibilidade de crescimento econômico. Feira de Santana teve no comércio, atrelado a agropecuária, um importante fator para o seu crescimento econômico e populacional, tornando-a um relevante centro comercial.

A relevância desse estudo ocorre, principalmente, por causa do processo de urbanização e das conseqüentes mudanças no espaço e na sociedade, sobretudo a partir da segunda metade do século XIX. Segundo Santos (1993, p. 67-68), a região urbana e a rural têm sua unidade, e ao mesmo tempo uma complementaridade, levando a uma intensa relação, nas palavras do autor: “[...] todas as cidades (e regiões urbanas) do sistema urbano nacional são, de uma forma ou de outra, interessadas pela atividade rural. Às quais se ligam segundo diversos níveis de inter-relação e de controle”.

Considerando a relação entre os locais de produção e de consumo, percebe-se que os problemas de distância apresentam-se superados. As áreas rurais, em muitas regiões, evidenciam características urbanas, facilitando o processo comercial para lugares cada vez mais distantes. O autor acima citado esclarece o modo como uma cidade pode ter acesso a produtos de regiões variadas e distantes, dos mais simples aos mais elaborados, uma vez que não são as distâncias ou o local onde foi cultivado ou elaborado determinado produto, mas a

existência de um mercado consumidor apto a absorvê-lo, e isso deriva principalmente da revolução nos transportes e nas comunicações.

Como conseqüências evidentes, e de interesse para esta pesquisa, percebe-se principalmente as relações comerciais sem maiores preocupações com uma hierarquia urbana rígida, na qual os fluxos de transportes favorecem uma maior especialização da cidade. Desse modo, não há necessidade em preocupar-se com uma autoprodução, pois tem como conseguir o abastecimento variado em diversas áreas produtoras.

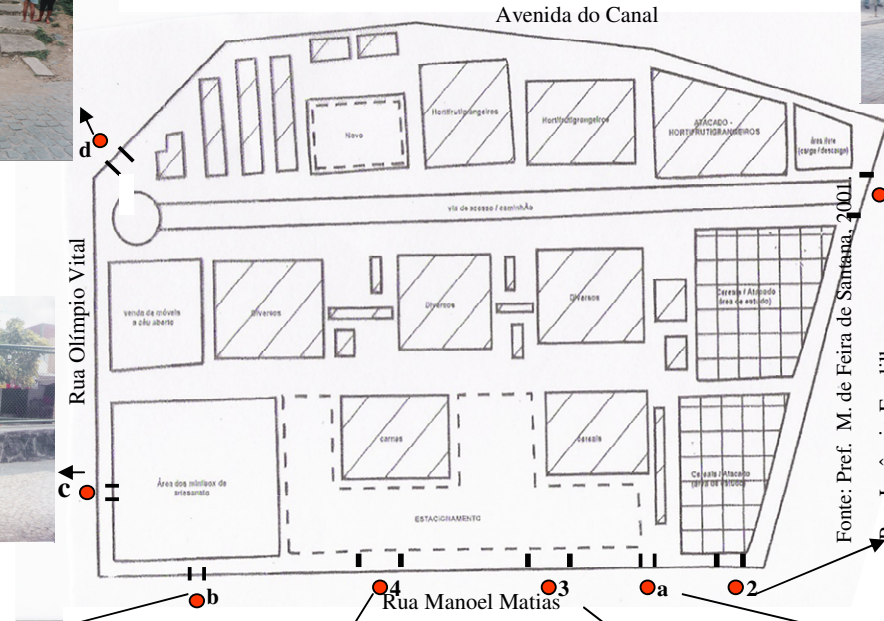
A partir desse enfoque percebe-se que a cidade tem a capacidade de concentrar a produção agrícola proveniente de lugares, distâncias e volumes, os mais variados. O mesmo ocorrendo com os consumidores, pois não precisam, necessariamente, ser habitante de uma determinada cidade para consumir a produção que para ela converge.

#### **4.2 Caracterização atual do Centro de Abastecimento**

Em novembro de 1976 o Centro de Abastecimento é inaugurado, segundo os jornais do período, os comerciantes só começaram a se instalar permanentemente no espaço a partir de janeiro de 1977, como escreve o jornal *A Tarde* (1977, p. 13), um dentre os vários que registraram a mudança: “Finalmente ontem aconteceu o último dia da maior feira livre do Norte-Nordeste do Brasil, no centro comercial da cidade plana. Daqui para frente a feira livre será no Centro de Abastecimento, mais higienizada e organizada”. Nesse espaço foram organizados os comerciantes que ocupavam as vias do centro urbano, onde havia um intenso fluxo e movimentação de produtos hortigranjeiros, cereais e estivas, entre outros produtos, como é citado no Projeto Cabana (1974, p. 47), e pode ser percebido ao se analisar a figura que representa o espaço com a divisão interna do Centro de Abastecimento (Figura 6).



# Centro de Abastecimento de Feira de Santana – Área de estudo



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005



Fonte : Pesquisa de campo, 2005



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.



O referido local apresenta algumas especificidades relevantes de caracterização. Com quatro portões de entrada e saída para diversos tipos de veículos, identificados na figura pelos números um a quatro, permitem a carga e descarga de produtos dos mais variados gêneros e quantidades. Os pedestres podem dirigir-se ao Centro de Abastecimento pelos acessos marcados nas figuras pelas letras *a* até *d*, permitindo a livre circulação em todo o seu espaço físico. O portão *1* representa o acesso de maior intensidade no local, onde encontra-se localizado o posto de fiscalização municipal. É preciso esclarecer que não há identificação ou mensuração do conteúdo do veículo que adentra o Centro de Abastecimento, apenas uma taxação sobre seu porte. No portão *2*, localiza-se o setor atacadista de cereais, neste espaço também há entrada de caminhões e a fiscalização municipal, do mesmo modo, taxa-os de acordo com o porte. O acesso de todo tipo de pessoas e veículos que procuram o setor varejista ocorre pelo portão identificado como *3*, o mesmo ocorrendo com o de número *4*.

Os acessos a pedestres identificados por letras é representado pelo acesso *a*, na rua Manoel Matias, de frente para o setor varejista de cereais; o acesso *b*, também na rua Manoel Matias permite ao pedestre deparar-se com o setor de artesanato. O acesso *c*, como o anterior, é voltado para o setor de artesanato, porém com sentido para a rua Olímpio Vital e o acesso *d* representa a entrada para pedestres originários da Avenida do Canal.

Segundo a pesquisa realizada pela Câmara de Dirigentes Lojistas, atualmente encontram-se no Centro de Abastecimento 37 grupos ordenados conforme os produtos e serviços (Tabela 5). Segundo esta pesquisa encontravam-se cadastrados, até junho de 2001, 2.914 comerciantes para os 2.162 estabelecimentos, em setores, como por exemplo, o de cereais. Há mais de um comerciante por espaço físico, o que explica a diferença entre número de comerciantes e estabelecimentos. Identificamos dentre os produtos e serviços, os de maior quantidade são os relacionados aos produtos agropecuários, onde se destacam frutas, legumes

e verduras; num outro grupo: mercearias, armazéns, empórios, mercadinhos, os cereais, farinha, amidos e féculas num grupo específico e açougue. Juntos estes formam 46,11% dos estabelecimentos presentes no espaço do Centro de Abastecimento, validando o seu papel de mercado expedidor-rural.

Tabela 5 – Produtos e serviços no Centro de Abastecimento de Feira de Santana – 2001

Produtos e serviços	Nº de estabelecimentos	%
Total	2.162	100,0
Frutas	248	11,47
Legumes e verduras	223	10,31
Mercearias, armazéns, empórios, mercadinhos	179	8,28
Cereais, farinha, amidos e féculas	175	8,09
Açougue	172	7,96
Lanchonetes e similares	134	6,20
Bebidas	128	5,92
Condimentos	115	5,32
Miúdos e vísceras	79	3,65
Produtos de artesanato	79	3,65
Castanhas de caju, amendoim e camarão seco	67	3,10
Derivados de mandioca	64	2,96
Depósito	57	2,64
Carnes secas e salgadas	57	2,64
Artigos do mobiliário	49	2,27
Pescados	49	2,27
Derivados do leite	46	2,13
Diversos	35	1,62
Aves abatidas	24	1,11
Ovos	23	1,06
Produtos do fumo	22	1,02
Artigos de armarinho, bijuterias, miudezas	19	0,88
Artefatos de alumínio e utensílios domésticos	18	0,83
Artigos de cutelaria, ferragens e ferramentas	16	0,74
Produtos de limpeza	15	0,69
Artigos da flora medicinal	13	0,60
Produtos para embalagens	12	0,56
Hortaliças	10	0,46
Aves vivas	8	0,37
Carne do sol	8	0,37
Artigos de calçados	4	0,19
Jogos	4	0,19
Rações balanceadas para animais	4	0,19
Artigos de tecidos e confecções	3	0,14
Artigos religiosos e de culto	1	0,05
Farmácia	1	0,05
Reparação de objetos pessoais e domésticos	1	0,05

Fonte: Câmara de Dirigentes Lojistas – Feira de Santana, 2001.

É do conhecimento daqueles que mantêm contato com o local – porém sem dados oficiais - que este número de comerciantes dobra aos sábados e às segundas-feiras. Não há controle dessa população, o que ocorre segundo o diretor do local é a tentativa de organizar quem aparece para comercializar no espaço, esporadicamente, de modo que não ocupem as vias de circulação. De acordo com o diretor é extremamente difícil controlar a movimentação de quem tem apenas um saco de feijão ou farinha, ou um cesto de verduras. Então nesses dias o Centro de Abastecimento fica “aberto”, por assim dizer, a quem tiver interesse em comercializar, pagando apenas uma pequena taxa pela ocupação do espaço.

Confirmou-se através das fotos seguintes, a disposição dos comerciantes pelo espaço do Centro de Abastecimento. Nas fotos 1 e 2 identificou-se os espaços cobertos onde se localizam os comerciantes fixos, proprietários dos boxes.

Foto 1 – Área externa do galpão de cereais



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Foto 2 – Boxes na área interna do galpão de cereais



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Essa realidade vai ratificar a importância de Feira de Santana e do Centro de Abastecimento para as relações comerciais que ocorrem na cidade tendo o Centro de Abastecimento como importante agente na intermediação desse comércio. Segundo ARAUJO (2003, p. 50) “[...] sua função de entreposto comercial, a grande procura para a realização de negócios e a estrutura do mesmo, tornam-se grandes incentivadores para a atividade comercial local”.

Atualmente a infra-estrutura, representada neste contexto pelos boxes, tornou-se insuficiente para o volume de produtos negociados no espaço do Centro de Abastecimento, porém as potencialidades de realização de comércio no estabelecimento superam as dificuldades enfrentadas por quem vive desse tipo específico de trabalho.

Nas fotos 3 e 4 nota-se a presença do comércio na chamada feira livre, são os comerciantes que formam os fluxos dos dias de segunda-feira e sábado, onde dispõem suas mercadorias para a comercialização, uma vez que não há espaço dentro dos galpões, resta a estes ocuparem as áreas livres, a céu aberto entre um galpão e outro.

Foto 3 – Comercialização na área externa dos galpões



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Foto 4 - Comercialização na área externa dos galpões



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Diante do exposto e das discussões abordadas até o momento, percebe-se a importância do Centro de Abastecimento, no contexto da comercialização de produtos agrícolas, de tal modo, que as fragilidades percebidas não tem a capacidade de enfraquecer a sua importância como espaço de concretização do desempenho de Feira de Santana como cidade componente de uma rede comercial através do comércio de feijão, como será tratado mais adiante.



## **5 O Centro de Abastecimento visto através do comércio de feijão**

### **5.1 A produção de feijão no Estado da Bahia e a posição de Feira de Santana e sua região**

O feijão é uma leguminosa que apresenta muitas variedades. Nos mercados, feiras e outros estabelecimentos comerciais, ele está a venda junto aos cereais, por também ser considerado um grão. É classificado como uma cultura temporária, uma vez que suas plantações são de curta duração, em média três meses, necessitando de novo plantio após a colheita.

A produção agrícola é realizada de modo muito variado pelos diversos países que se dedicam a esta atividade. Como país de tradição agrícola, o Brasil apresenta uma variedade de produtos, nos quais podemos destacar a soja, o milho, a mandioca e o feijão, predominantemente culturas de clima quente. Pelo fato de ser pouco exigente em matéria de solos e ter um ciclo vegetativo curto, prestando-se a associação e a rotação com outras culturas, o feijão é largamente cultivado no país e tem presença destacada na dieta da população brasileira (EMBRAPA, 2002).

No Brasil, o feijão constitui-se como alimento fundamental para grande parcela da população. A visão que se teve até poucos anos, foi a do feijão como um produto agrícola de pouco valor econômico, o que levou este produto a ser cultivado basicamente como lavoura de subsistência. Segundo Dourado Neto; Fancelli (2000, p. 317) a produção de feijão via de regra, ocorria em pequenas áreas, nas quais, seus produtores detinham pouca tecnologia, principalmente nos estados de São Paulo, Paraná, Minas Gerais e Bahia, onde existem áreas tradicionalmente voltadas para essa cultura. Nos últimos anos, verificou-se a ampliação da produção, devido ao processo de irrigação associar-se ao uso de tecnologias.

Com a ampliação do mercado interno, e por conta das melhorias nas comunicações e transportes, surgiram as condições para o aumento dos cultivos comerciais, bem como o crescimento da produção, visando o atendimento às necessidades da população.

No território baiano, a realidade assemelha-se ao cenário nacional, onde as culturas citadas ganham destaque por conta da sua colheita elevada. Feira de Santana e sua microrregião geográfica destacam-se tanto pela produção, quanto pela comercialização, como será visto mais adiante. O Estado demonstra uma produção variada com oscilações no período entre 1991 e 2004, sendo o ano de 2000, o de melhor produtividade, em toneladas, para todas as mesorregiões. Ao se analisar os dados do IBGE no período anteriormente citado, percebe-se que as mesorregiões de maior destaque são o Nordeste Baiano e o Centro Norte Baiano (Tabela 6 e figura 7).

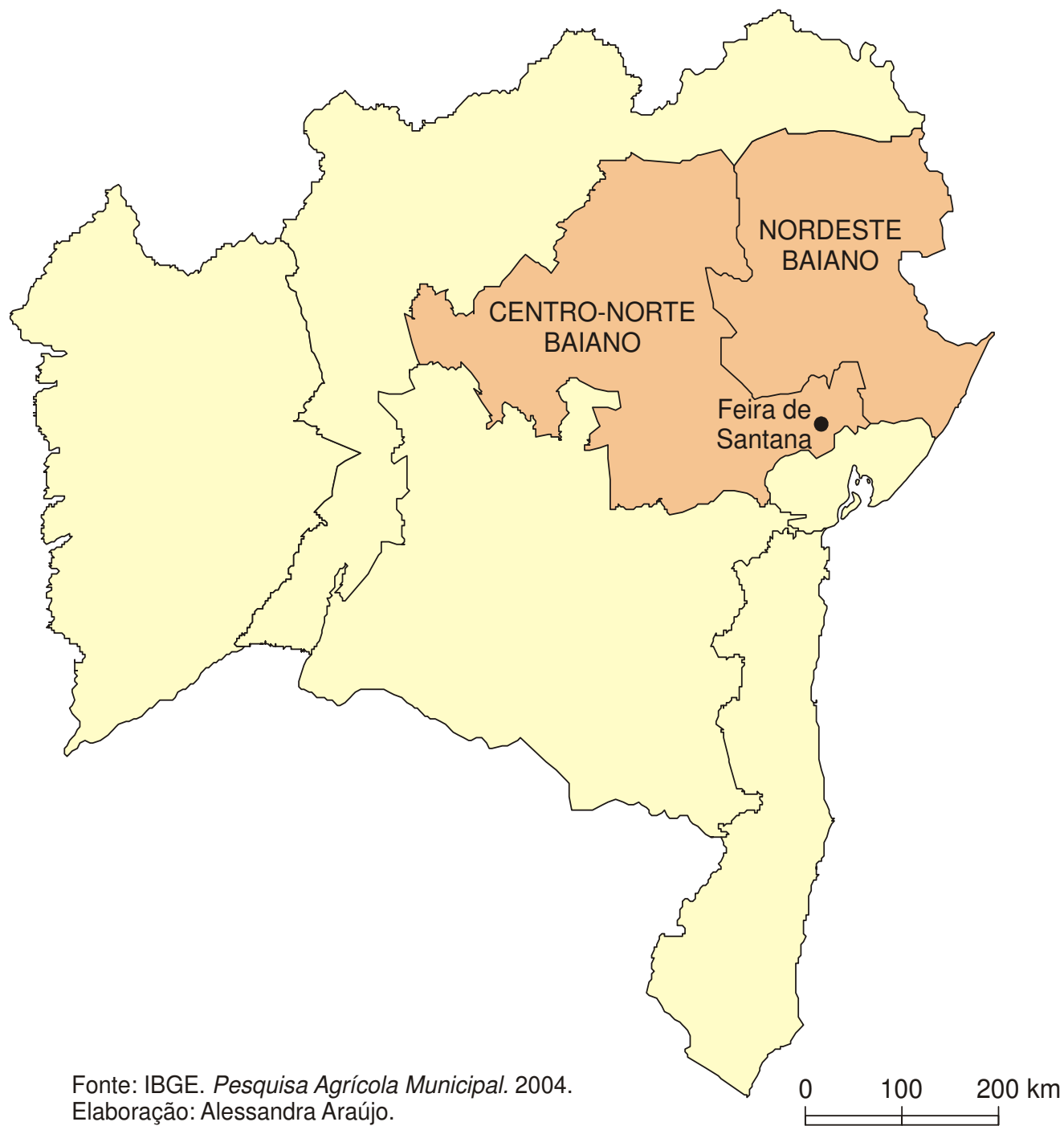
Tabela 6 - Quantidade de feijão produzida (t) no Estado e mesorregiões -1991/2004

Estado / Mesorregiões	Feijão produzido (t)		
	1991	2000	2004
Bahia	358.191	540.125	331.121
Extremo Oeste Baiano	36.035	52.342	35.115
Vale São-Franciscano da Bahia	29.008	27.403	12.052
Centro Norte Baiano	110.565	216.692	82.759
Nordeste Baiano	121.000	157.532	153.185
Metropolitana de Salvador	1.597	2.178	2.002
Centro Sul Baiano	56.785	79.969	40.917
Sul Baiano	3.201	4.009	5.091

Fonte: IBGE, Banco de dados agregados (SIDRA), 2005.

A mesorregião do Nordeste Baiano teve um acréscimo na produção, passando de 121.000 toneladas em 1991 para 157.532 toneladas em 2000, foram 36.532 toneladas de feijão a mais; no período compreendido entre 2000 e 2004 há uma pequena queda na produção, e essa mesorregião produz nesse último ano 153.185 toneladas, registrando uma diminuição na produção de 4.347 toneladas de feijão, em relação a 2000. O Centro Norte Baiano, no período entre 1991 e 2000, demonstrou um acentuado aumento na quantidade de

Figura 7 – Estado da Bahia  
Mesorregiões com maio produção de feijão – 2004



Fonte: IBGE. *Pesquisa Agrícola Municipal*. 2004.  
Elaboração: Alessandra Araújo.

feijão produzida, passando de 110.565 para 216.692, foram 106.127 toneladas a mais no período, porém entre 2000 e 2004 a queda na produção é vertiginosa, passando de 216.692 para 82.759 toneladas, com 133.933 a menos no período. As demais mesorregiões demonstram uma pequena variação na produção contribuindo para o valor total do Estado.

Dentro da mesorregião Centro Norte Baiano, localizam-se as microrregiões de Irecê, Itaberaba, Jacobina, Senhor do Bonfim e Feira de Santana, essa última passou por significativa oscilação na produção entre o período de 1991 e 2004, com uma elevação entre 1991 e 2000, de 5.496 para 10.515 toneladas e uma expressiva diminuição para 2.739. Quando comparada a de outras microrregiões sua produção coloca Feira de Santana numa classificação inferior, refletindo na figura 8 como uma das microrregiões de pequena produção (tabela 7).

Tabela 7 - Quantidade de feijão produzida (t) nas microrregiões da Bahia -1991/2004

Microrregiões	1991	2000	2004
Alagoinhas	999	1.521	5.000
Barra	2.497	2.545	1.499
Barreiras	23.118	32.138	20.540
Bom Jesus da Lapa	16.162	11.320	3.986
Boquira	7.634	11.805	2.684
Brumado	7.510	6.272	3.499
Catu	124	380	167
Cotegipe	6.494	2.306	3.505
Entre Rios	292	448	707
Euclides da Cunha	26.187	39.336	35.585
Feira de Santana	5.496	10.515	2.739
Guanambi	8.434	38.857	13.877
Ilhéus-Itabuna	662	716	924
Irecê	74.397	163.055	49.559
Itaberaba	6.417	8.396	7.213
Itapetinga	1.924	1.400	1.122
Jacobina	9.204	17.608	14.953
Jequié	5.763	2.528	1.528
Jeremoabo	10.323	28.176	46.836
Juazeiro	10.154	10.932	6.185
Livramento do Brumado	7.913	6.927	1.169
Paulo Afonso	195	2.606	382
Porto Seguro	2.329	2.564	3.723
Ribeira do Pombal	69.986	75.525	58.374

Microrregiões	(conclusão)		
	1991	2000	2004
Salvador	33	18	40
Santa Maria da Vitória	6.423	17.898	11.070
Santo Antonio de Jesus	1.440	1.780	1.795
Seabra	10.466	5.996	9.227
Senhor do Bonfim	15.051	17.118	8.295
Serrinha	13.213	12.526	6.683
Valença	210	729	444
Vitória da Conquista	7.141	6.184	7.811

Fonte: IBGE, Banco de dados agregados (SIDRA), 2005.

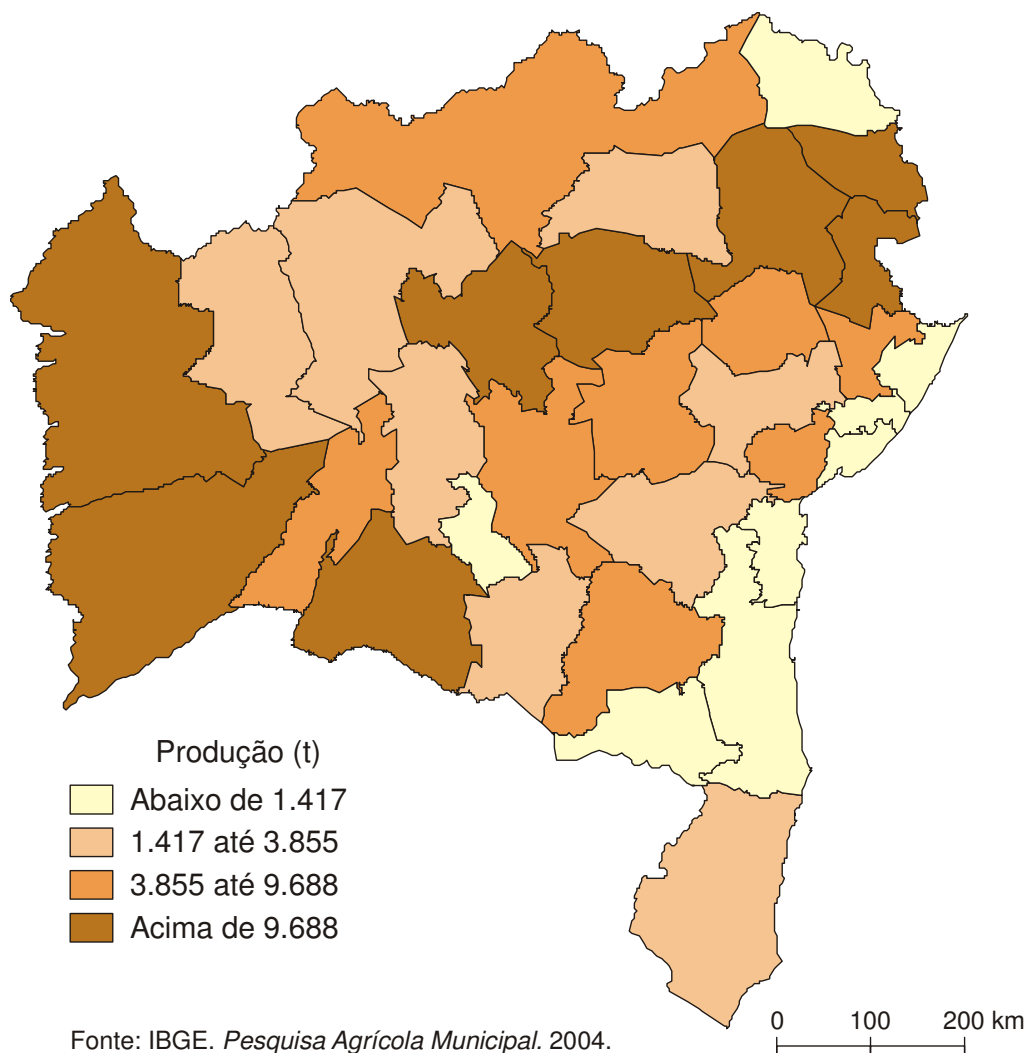
Essa grande produção de feijão no estado da Bahia ratifica a relevância do produto no cenário estadual. A importância dessa produção no Estado pode ser comprovada através dos dados do IBGE (tabela 7), como também do caderno de economia do jornal *A Tarde*, na seção indicadores, entre os produtos agrícolas que têm publicada a cotação diária no mercado atacadista, o feijão das mesorregiões do Extremo-Oeste Baiano (representado por Barreiras), o Nordeste Baiano (onde estão localizados Ajustina, Ribeira do Pombal e Tucano) e o Centro Norte Baiano (representado por Irecê). O mesmo jornal, no Caderno Rural, publicou reportagem sobre a produção agrícola no município de Feira de Santana e a safra dos últimos cinco anos. Sua análise permite entender que a produção de feijão vem sofrendo grande diminuição ao longo dos últimos anos (Tabela 8), o que demonstra a potencialidade do Centro de Abastecimento em comercializar o produto, uma vez que a produção do município não é suficiente para atender às necessidades locais.

Tabela 8 – Safra agrícola do município (t) de Feira de Santana – 2000 – 2005

Produtos	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Mandioca	40.507	37.000	60.000	74.760	55.371	96.000
Batata	1.904	1.350	3.750	4.875	0.364	14.400
Milho	0.970	0.840	3.000	4.814	0.251	13.500
<b>Feijão</b>	<b>0.420</b>	<b>0.675</b>	<b>0.864</b>	<b>0.986</b>	<b>0.063</b>	<b>0.183</b>

Fonte: IBGE, 2005, *apud* Jornal A Tarde, 2005. \* Previsão.

Figura 8 – Estado da Bahia  
Produção Microrregional – 2004



A análise das tabelas e figuras anteriores permite observar que o feijão plantado no município é uma das culturas tradicionais, por ser um dos alimentos básicos da população de Feira de Santana. Esse fator torna relevante o comércio do gênero, mas contraditoriamente, a produção no município entra em declínio. Uma das causas que podem ser consideradas, relaciona-se às adversidades do clima, por estar localizado numa área de transição para o sertão de clima semi-árido, o que reflete na possibilidade de vir a sofrer as influências da escassez de chuva, principalmente, suas áreas limítrofes com os municípios inseridos na região propriamente semi-árida, como: Antonio Cardoso, Ipecaetá, Angüera, Serra Preta, Riachão do Jacuípe, Candéal, Tanquinho, Santa Bárbara e Santanópolis. Esse fenômeno natural vai influenciar diretamente na produção agrícola e conseqüentemente no comércio. O segundo fator está relacionado a um redirecionamento na produção, como está representado na tabela 7, o cultivo de mandioca elevou-se de forma expressiva nos últimos anos, e percebe-se que as causas para essa reorientação dá-se pela resistência dessa cultura as variações climáticas e suas múltiplas formas de aproveitamento, além da alimentação humana.

## **5.2 A rede atacadista da comercialização do feijão**

A análise dos dados obtidos pelos questionários aplicados entre os comerciantes, fornecedores e consumidores permitiu a avaliação da formação de uma rede comercial de feijão, tomando por base a discussão de Santos (1997, p 77) foi analisado o funcionamento da rede comercial de feijão presente no Centro de Abastecimento, através dos conceitos de fixos e fluxos, os quais aparecem organizados de modo a favorecer a integração desse espaço de comercialização com os demais elementos da rede. Constatou-se através da pesquisa de campo, a presença dos equipamentos de trabalho (bancas, pedras, boxes e toldos)

e das forças produtivas (produtores, fornecedores, comerciantes e consumidores) que formam os chamados fixos. O movimento, circulação, distribuição e consumo (utilizando como referência o feijão, objeto de estudo e elemento formador dessa rede) compõem o que Santos vai conceituar como fluxos.

### **5.2.1 - Comerciantes atacadistas de feijão**

Este subitem terá como base os dados referentes aos questionários aplicados entre os comerciantes atacadistas. A intenção foi destacar os elementos mais importantes, que constituem os chamados fixos, diretamente ligados à realidade desse estabelecimento, componentes dessa rede comercial.

Houve a necessidade de definir, inicialmente, quem são os comerciantes atacadistas para a melhor compreensão do funcionamento dessa rede. A explicação mais apropriada, para este segmento, pode ser citada como aqueles que possuem feijão à venda no seu estabelecimento, negociando a partir de uma saca contendo 60 quilogramas, destinando-se a revenda. Os mesmos também possuem para comercialização, milho, farinha, arroz e amendoim. Os comerciantes responderam os questionários no período de 28 de agosto de 2004 a 29 de janeiro de 2005. O período justifica-se porque foram utilizados os dias de segunda-feira e sábado, onde o movimento de pessoas e mercadorias no Centro de Abastecimento é elevado. Sua localização pode ser identificada na foto cinco, utilizando equipamentos na forma de toldos (coberturas de ferro e lona colorida) instalados pela Prefeitura Municipal, com tarifa paga mensalmente pelos comerciantes (tarifa não revelada).

O primeiro item, a ser analisado, refere-se ao local de nascimento dos comerciantes atacadistas. Sua importância para esta pesquisa se deve ao fato de relacionar-se diretamente com a formação da cidade, o que permitirá compreender essa característica de



cidade polarizadora das demais regiões. Do mesmo modo que os comerciantes varejistas, os atacadistas procuraram Feira de Santana para se estabelecer buscando melhores oportunidades de sobrevivência. Dos 38 entrevistados, nascidos em outros estados ou outros municípios da Bahia, todos atualmente residem em Feira de Santana (Figura 9).

Foto 5 – Espaço dos comerciantes atacadistas de feijão



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Figura 9 – Locais de nascimento dos comerciantes atacadistas – 2004



Fonte: IBGE. *Malha Municipal Digital*. 2001.  
Elaboração: Araori Coelho.

0 40 80km

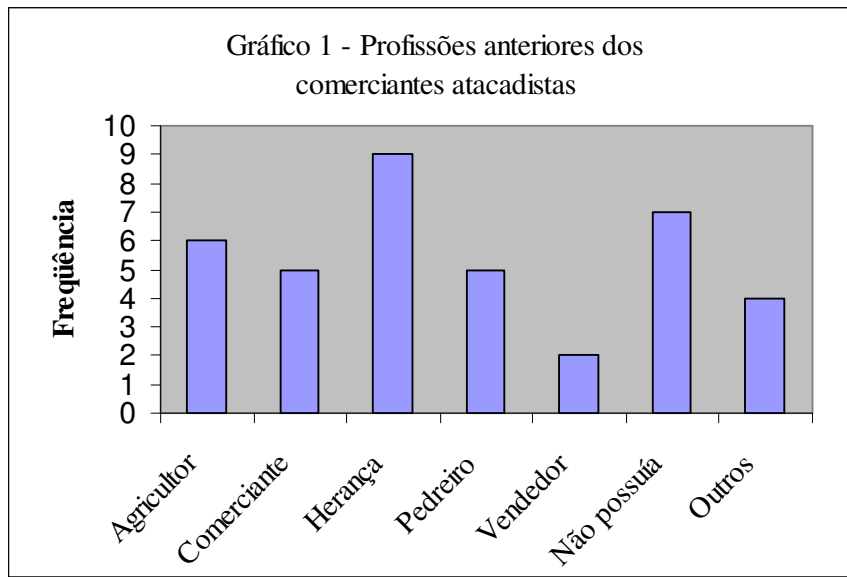
A concentração dos comerciantes incide numa faixa etária na qual a possibilidade de aquisição de trabalho é muito difícil. Além disso, o baixo nível de instrução bloqueia as possíveis chances de quem gostaria de ter outro meio de vida. Mas a experiência neste ramo faz com que os comerciantes atacadistas permaneçam trabalhando no local estudado. (Tabela 9).

Tabela 9 – Idade dos comerciantes atacadistas - 2004

Idade	Frequência
22 – 30	2
31 – 38	8
39 – 46	10
47 – 54	9
55 – 62	5
> 63	4
TOTAL	38

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

Com relação às profissões anteriores dos comerciantes atacadistas, nota-se que dentre aquelas citadas no questionário, seis eram agricultores; cinco eram comerciantes de outros produtos; nove herdaram o local do pai; cinco trabalhavam de pedreiro, dois de vendedor/comerciário nas lojas do centro da cidade; sete não possuíam trabalho fixo, viviam de pequenos serviços (diarista em fazendas ou residências urbanas, ajudante de pedreiro, ajudante de cozinha, etc.) e quatro eram vendedores ambulantes, dentre outros serviços, como empregado doméstico/caseiro, vaqueiro, motorista. O que forma um quadro bastante diversificado entre os comerciantes atacadistas do Centro de Abastecimento (Gráfico 1).



Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

A pesquisa chama a atenção, no que diz respeito a explicação que todos deram para abandonar o antigo ofício e ingressar neste novo serviço: o avanço da idade, o baixo nível de instrução e a escassez de trabalho. Desse modo, restou-lhes procurar outro meio de sobrevivência, e a alternativa foi trabalhar no Centro de Abastecimento.

Na oportunidade os entrevistados foram questionados se conseguiam obter sustento apenas do comércio. Um total de 34 dos entrevistados responderam que sim. Apesar das dificuldades enfrentadas, o volume de feijão negociado permite a retirada de um lucro mínimo para o mantimento destes comerciantes e suas respectivas famílias. Os outros quatro citaram possuir aposentadoria, complementando a renda e facilitando a vida nos períodos em que os ganhos não são suficientes.

Em relação aos dias de comercialização e a permanência no local, todos os comerciantes citaram sua presença no Centro de Abastecimento entre a segunda-feira e o sábado, dias de funcionamento do mesmo. Dos 38 entrevistados, oito permanecem pelo menos oito horas por dia, 10 ficam em média 12 horas, e 12 comerciantes estão no local por cerca de 14 horas. Estes últimos citaram uma permanência tão longa, especialmente em

período de chegada de carga de outros estados, como por exemplo, São Paulo e Paraná, pois no momento da descarga das carretas carregadas de feijão justificaram a necessidade da sua presença no local.

O tempo de trabalho (Tabela 10) destes comerciantes atacadistas contribui para ratificar a importância do comércio de feijão para Feira de Santana. O fato de que muitos dos comerciantes atacadistas, 34,2% encontram-se estabelecidos entre 16 e 20 anos, leva a acreditar que são os principais responsáveis pela formação da rede comercial.

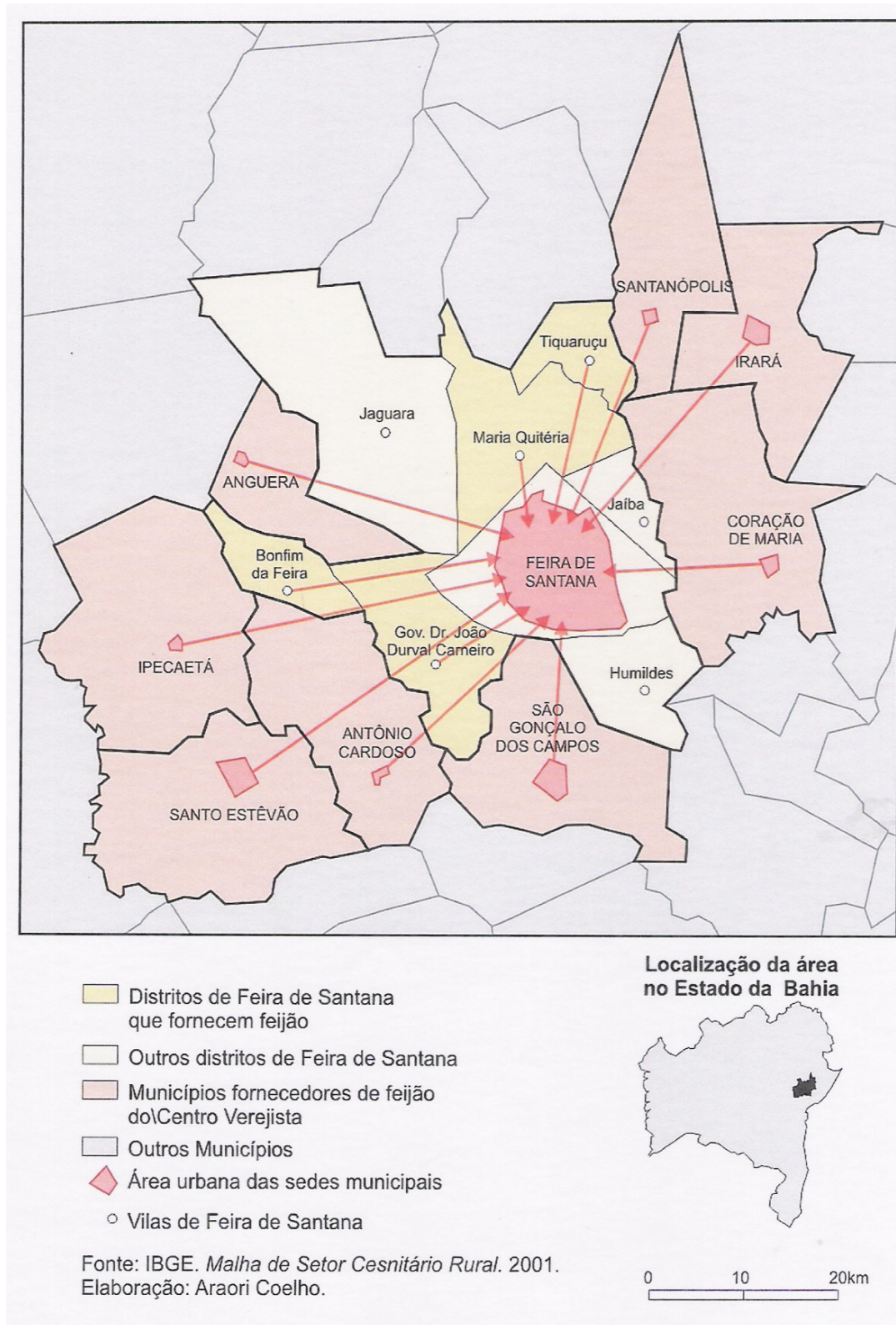
Tabela 10 – Tempo de trabalho dos comerciantes atacadistas – 2004

Anos	Frequência	%
Entre 5 e 10	4	10,5
Entre 11 e 15	11	28,9
Entre 16 e 20	13	34,2
Entre 21 e 25	5	13,2
Entre 26 e 30	3	7,9
Mais de 30	2	5,3
Total	38	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

A caracterização dos produtos vendidos no Centro de Abastecimento colabora para a compreensão das relações comerciais estabelecidas a partir deste local, abrangendo as áreas com as quais os comerciantes atacadistas mantêm relações comerciais. Entre os entrevistados, todos citaram ter conhecimento da origem do produto vendido e da aquisição do feijão por parte de seus fornecedores. As origens citadas foram: o próprio município, com destaque para os distritos de Maria Quitéria e Tiquaruçu, como os mais citados. Os municípios vizinhos, entre eles Angüera, Antonio Cardoso e São Gonçalo dos Campos. Além de outros municípios como Barreiras, Irecê, dentro do estado da Bahia e outros pertencentes aos estados de São Paulo e Paraná (Figura 10). Foi verificada a existência de um fluxo constante de feijão circulando por este espaço mostrando, assim, a importância do Centro de Abastecimento para elevar Feira de Santana à condição de um dos nós que interligam essa rede comercial a nível nacional com outros espaços de produção, circulação e consumo.

Figura 10 – Locais fornecedores de feijão para os comerciantes varejistas do Centro de Abastecimento de Feira de Santana – 2005



A mensuração da rede comercial de feijão no Centro de Abastecimento torna-se difícil a partir do momento que não há controle em relação à mercadoria, já que nenhum dos comerciantes citou a retirada de nota fiscal destas. O que faz transparecer é que todo o comércio, mesmo o atacadista, ocorre de modo informal. Foi citado apenas o pagamento de uma taxa quando o caminhão adentra o espaço do Centro de Abastecimento. Os órgãos responsáveis não fiscalizam a entrada ou saída de mercadorias, em nenhum setor, apenas se preocupam em taxar os carros que adentram o espaço de acordo com o porte ou os comerciantes que se instalam cobrando pelo solo ocupado. Em 1985, Silva; Silva; Leão escreveram sobre essa situação, onde informam:

Outro aspecto curioso na Central é a falta de controle na entrada dos produtos. Desconhece-se o volume e o valor dos bens que entram no sistema comercial da Central de Abastecimento, posto que a função de sua diretoria é a de somente administrar o espaço ocupado pelos feirantes, provendo-os com certos serviços (p. 268).

Percebe-se então que passados 20 anos, essa situação não mudou, impedindo a mensuração da rede comercial de feijão neste estabelecimento. Com relação à mudança de origem do feijão, ao longo do ano, ocorreu a mesma situação dos comerciantes varejistas. Dos 38 entrevistados, 18 afirmaram mudar a origem da compra do feijão a cada trimestre, pois a safra vem de estados diferentes do Brasil. Este fato contribui para a presença de feijões sempre novos, facilitando a distribuição do mesmo sem formar estoque de produtos velhos, ou mesmo criando a possibilidade de contrair pragas ou fungos nocivos à saúde humana.

A frequência da compra foi interpretada pelos comerciantes atacadistas como um conjunto de fatores que os levam a realizar tal tarefa. Grande parte assinalou mais de uma opção, pois é difícil precisar a frequência da compra, esta depende da demanda, das condições sócio-econômicas e climáticas. No período de safra local, a compra é quase que semanal, resultado da grande oferta e o baixo valor, se comparado ao que vem de outros estados. O número de sacas recebido não é preciso, pois varia muito conforme a produtividade da região.

O feijão de cidades como Irecê e Barreiras são preferidos pelos comerciantes atacadistas, como foi relatado por alguns, já que o custo do frete é mais barato.

Os comerciantes atacadistas também citaram que no período da safra local, a administração permite que os pequenos agricultores da região utilizem o espaço para vender diretamente a sua produção. Essa situação dificulta a comercialização de quem atua no varejo ou atacado, pois os agricultores terminam por negociar preços abaixo dos praticados pelos comerciantes, trazendo prejuízos para quem está estabelecido no local. Muitos comerciantes atacadistas alegaram que por este motivo, o comércio é melhor para eles, quando o feijão vem de fora.

Foi solicitado aos comerciantes atacadistas que qualificassem o Centro de Abastecimento, por se encontrarem diariamente envolvidos com o local, poderiam, assim, traçar um perfil detalhado do objeto de estudo dessa pesquisa. Segundo esses o Centro de Abastecimento é um local favorável às atividades comerciais, com infra-estrutura e bom potencial, porém mal aproveitado. Em relação a clientela, apresentaram informações próximas a dos comerciantes varejistas: clientes fiéis, bons e ruins (aqueles que pechinçam muito e sempre acham a mercadoria sem qualidade), procuram preço baixo, foram os adjetivos mais utilizados.

Sobre as alterações em relação à venda do feijão, estes comerciantes mencionaram que mudou para pior, devido às dificuldades dos clientes em efetuar compras, pois a aquisição de renda, por parte desses últimos, também estão complicadas. Muitos acham que a localização do setor atacadista contribuiu para diminuir o comércio, pois o ideal era estar junto ao setor varejista, formando uma grande feira livre, na qual os clientes poderiam encontrar os produtos nas diversas quantidades, o que não acontece, já que a foto seis revela a separação dos dois setores, enquanto setor varejista encontra-se alojado no galpão, o setor atacadista aparece numa área mais elevada com pouca visibilidade e de acesso dificultado.



Foto 6 – Setores atacadista e varejista de cereais



As perspectivas para o comércio podem ser reunidas num bloco visto que há uma grande proximidade entre a opinião dos comerciantes atacadistas e varejistas. Esperam que a condição financeira dos clientes melhore para que as vendas cresçam, muitos não têm perspectivas, citam que estão ali por estarem numa idade relativamente avançada, por não terem um determinado nível educacional e conseqüentemente não conseguirem um emprego no mercado formal, assim utilizam-se daquele espaço para adquirir um meio de sobrevivência.

Como sugestões os comerciantes atacadistas mencionaram melhorar a infraestrutura, diminuir a concorrência, segundo um dos entrevistados, nas imediações do Centro existem muitos mercadinhos que proporcionam facilidades que eles não têm condições de oferecer. Fazer propaganda nos diversos meios de comunicação, mostrando as vantagens de

comprar no local. Melhorar a segurança; juntar atacadista e varejistas num local único foram as principais sugestões dos comerciantes atacadistas.

### **5.2.2 - Consumidores atacadistas de feijão**

As respostas dos 76 questionários aplicados foram organizadas, ao mesmo tempo em que os dos comerciantes atacadistas, a fim de conhecer a clientela que se faz presente no Centro de Abastecimento para a aquisição do feijão em grande quantidade. Esta é composta, principalmente, por três segmentos: donos de restaurantes, supermercados de bairro da própria cidade e de outros municípios, mercearias. Encontram-se agrupados neste segmento, aqueles consumidores interessados em adquirir a partir de uma saca de 60 quilogramas, por cada compra efetuada, tendo como destino a revenda do produto. É importante destacar também que os comerciantes varejistas do próprio Centro de Abastecimento são grandes consumidores do feijão dos atacadistas.

A compra é efetuada em períodos distintos, segundo o segmento. Os donos de restaurantes, semanalmente, o motivo não foi citado. Os donos de supermercado e mercearias adquirem quinzenalmente, pois a saída do produto em seus estabelecimentos, mesmo sendo um gênero de primeira necessidade, geralmente ocorre de modo irregular.

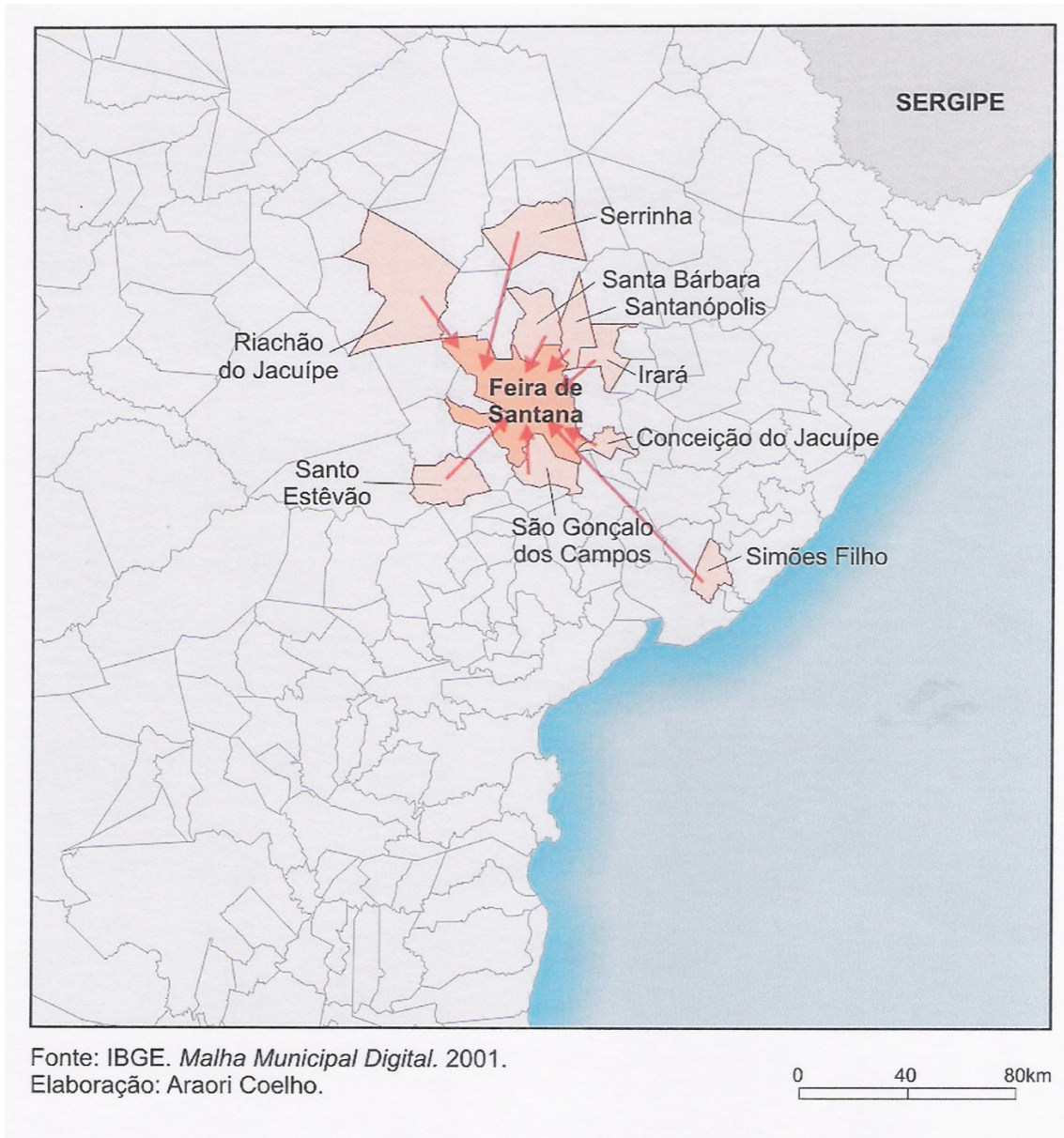
Apesar de não ter entrado nos dados acima, os comerciantes varejistas têm acesso à compra do feijão de forma diária, porque estão no mesmo espaço físico, podem adquirir o produto sem maiores dificuldades. A compra mensal por parte de alguns dos entrevistados se deve, pelo que foi relatado, ao custo de transporte, visto que quem não tem condução própria aluga um carro e no mesmo dia efetua os mais diversos tipos de compras.

Os consumidores atacadistas, por sua vez, encontram-se com residências fixadas nos diversos municípios do estado da Bahia, é o que podemos perceber na figura 11. A procura pelo Centro de Abastecimento se deve à divulgação de sua variedade de produtos. Seu poder de atração é maior do que outros estabelecimentos similares e presentes nos municípios de origem destes consumidores atacadistas. A presença de um consumidor do município de Simões Filho gerou uma curiosidade, o motivo de sua presença neste estabelecimento, uma vez que existem CEASAs na Região Metropolitana de Salvador, na qual o referido município está incluindo. Sua resposta colabora para entender a centralidade urbana de Feira de Santana. Segundo o entrevistado, este procurou por Feira de Santana para adquirir roupas e calçados para revenda em seu comércio, aproveitou a viagem para conferir os preços do Centro de Abastecimento e terminou por adquirir o feijão, entre outros produtos, por considerar ser um negócio lucrativo.

A realização das compras pelos consumidores que formam este segmento varia durante a semana. Entre os entrevistados, 30 citaram realizar compras na segunda-feira, 19 optam pela quarta-feira, 16 e 17, fazem suas compras na quinta e sexta-feira, respectivamente; enquanto 28 entrevistados preferem o sábado. Apenas um entrevistado assinalou realizar compras todos os dias, não explicando os motivos dessa compra diária. Dessa forma um total de 76 consumidores atacadistas, 58 efetuam suas compras nos dias tradicionais do comércio no Centro de Abastecimento, aproveitando para adquirir outros produtos de outros estabelecimentos da cidade como roupas, móveis, calçados, máquinas, aviamentos, tintas, equipamentos industriais, entre outros.

Mais adiante, no mesmo questionário aplicado entre os consumidores, perguntou-se que outros produtos eram adquiridos por eles neste espaço. Entre os citados pelos consumidores, os cinco produtos de maior destaque foram: legumes e verduras (72

Figura 11 – Municípios de residência e fluxos dos consumidores atacadistas de feijão – 2004



citações), condimentos (60), castanhas de caju, amendoim e camarão seco (53), carne do sol (51) e frutas (50). Também foram coletadas informações sobre que outros produtos eram adquiridos por este segmento e constatou-se que o Centro de Abastecimento sozinho não consegue fornecer todos os produtos necessários à formação de estoque para os supermercados de bairros e mercearias, bem como os restaurantes. Assim foram organizados os dados a seguir que compõem a tabela 11.

Tabela 11 – Outros estabelecimentos de Feira de Santana utilizados pelos consumidores atacadistas - 2004

Estabelecimento	Frequência	%
Lojas de Embalagens	76	100,0
Distribuidoras	60	78,9
Redes de Supermercados	36	47,4
Feiras livres	20	26,3
Granjas / Abatedouros	43	56,6

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

As lojas de embalagens e distribuidoras são as mais citadas, no caso da primeira, a necessidade de empacotamento dos diversos gêneros comercializados pelos consumidores atacadistas em seus estabelecimentos, leva a procura deste produto em outros locais. No caso das distribuidoras – entenda-se por distribuidoras, empresas atacadistas que dispõem para a venda diversos gêneros alimentícios, de higiene, limpeza, dentre outros - as respostas mais frequentes foram: (a) encontrar os produtos já empacotados dentro das normas, sem precisar ocupar um funcionário na tarefa de pesar e dividir corretamente as porções; (b) obter num mesmo espaço grande variedade de produtos sem perder muito tempo com deslocamentos; e (c) receber formas de pagamento como cartões de crédito. Muitos dos consumidores atacadistas citaram comprar no Centro de Abastecimento, pelo preço ser mais acessível e ter mais variedade, apesar de encontrarem muitas dificuldades.

As relações comerciais demonstram um maior relacionamento entre os consumidores e os comerciantes atacadistas. Devido ao volume negociado, alguns deles,

utilizam formas de pagamento diferenciada dos consumidores varejistas. Outro fator, a ser considerado, para o entendimento deste item, deve-se à clientela demonstrar fidelidade aos comerciantes e manter uma regularidade na frequência a este estabelecimento, onde 71% pagam pelo produto em cheque (geralmente pré-datado); cinco por cento utilizam notas promissórias; enquanto 24% pagam em dinheiro.

Os consumidores foram questionados sobre os motivos que levam a adquirirem o feijão no Centro de Abastecimento, as respostas foram subjetivas, porém foram escolhidos os termos mais utilizados pelos consumidores para classificar os seus motivos. Dentre os entrevistados 97,3% citaram o preço como o principal motivo, a qualidade e a variedade também foram itens muito citados, 94,7% escolheram estes itens como importantes fatores.

Aos consumidores atacadistas foi solicitado que formassem um perfil em relação ao Centro de Abastecimento. Chamaram atenção a proximidade das respostas com a dos consumidores varejistas. O comércio no Centro de Abastecimento foi classificado desta forma: bom pela variedade, custo baixo, produtos novos, poder de negociar com o comerciante, mais facilidade de conseguir desconto, negociar melhor o prazo de pagamento, foram os itens mais citados pelos consumidores do atacado.

Em relação às vantagens, os entrevistados acreditam que estas respostas se misturam com a caracterização do comércio, já citado. Quanto às desvantagens, os consumidores atacadistas concordam com os varejistas, o espaço onde estão estabelecidos os comerciantes precisa ser mais bem estruturado. Trocar os toldos por outro tipo de equipamento, período de chuva é muito difícil, molha tudo e no verão, muita poeira. Outros não vêem desvantagens.

Dentre as mudanças, citaram a transferência para um espaço maior, porém não viram como ponto positivo, especialmente pelos comerciantes atacadistas ficarem isolados dos demais setores. Em relação ao futuro comercial do Centro de Abastecimento, os

consumidores atacadistas esperam melhorar o espaço do comércio, fazer uma cobertura que favoreça todos os comerciantes; melhorar o preço para quem compra.

### **5.3 A rede varejista na comercialização do feijão**

Assim como na rede atacadista de feijão, foi feita a análise dos dados obtidos pelos questionários aplicados entre os comerciantes, fornecedores e consumidores favoreceram a análise da rede de feijão a partir das relações comerciais estabelecidas neste local.

#### **5.3.1 Comerciantes varejistas de feijão**

Neste subitem são apresentados os dados adquiridos através dos questionários aplicados entre os comerciantes varejistas. A intenção foi destacar os elementos mais importantes, diretamente ligados à realidade deste estabelecimento que constituem os chamados fixos, componentes dessa rede comercial. Foram entrevistados 86 comerciantes entre o período de 28 de agosto de 2004 a 29 de janeiro de 2005, utilizando as segundas-feiras e os sábados, dias de maior movimento. Antes do detalhamento dos questionários, é imprescindível explicar quem são os comerciantes definidos como varejistas. Considerou-se - dentro deste perfil - aqueles que possuem o feijão, à venda, no seu local de trabalho, negociando geralmente entre 500 gramas a 10 quilos por vez, para consumo doméstico. Além

dessa leguminosa, esses comerciantes disponibilizam para a venda farinha, milho, amendoim, derivados da mandioca, como amidos e féculas.

Encontram-se estabelecidos no espaço referenciado pelas fotos anteriores. Seu local de trabalho está organizado em forma de box ou banca de cimento (também chamada de “pedra”) inseridos no galpão do setor de cereais. O local de nascimento foi um dos itens questionados. Assim surgiram os dados que compõem a figura 12. Fora do estado da Bahia, apenas um entrevistado, o que corresponde a 1,2 %. Os outros 98,8 % dividem-se entre baianos nascidos em municípios próximos à de Feira de Santana. O somatório corresponde a 64 % dos comerciantes varejistas. No município de Feira de Santana nasceram 34,8 % dos entrevistados, especificamente nas áreas rurais dos distritos.

Essa predominância de comerciantes nascidos em outros municípios despertou o interesse por investigar as causas que os trouxeram a Feira de Santana. A maioria das respostas resultou na busca de uma melhor chance de adquirir meios de sobreviver com a sua família. Conjuntamente a este motivo, foi citado – fora do questionário - a impossibilidade de retirada do sustento das suas propriedades por motivos, os mais variados, desde perdas seguidas da produção dos roçados, a diminuição do tamanho da terra por partilha entre herdeiros. Desse modo, optaram por tentar a sobrevivência na cidade acatando qualquer tipo de serviço.

Os comerciantes varejistas citaram a realização de várias atividades antes de se dedicarem a esta nova ocupação, porém percebe-se o baixo nível de instrução e qualificação dos mesmos, refletido nas atividades por eles exercidas, 21,0% eram agricultores; 17,5% não tinham trabalho fixo, viviam de pequenos serviços (diarista em fazendas ou residências urbanas, ajudante de pedreiro, ajudante de cozinha, etc.) e 15,1% eram vendedores ambulantes, dentre outros serviços como empregado doméstico/caseiro, vaqueiro, motorista,



Figura 12 – Locais de nascimento dos comerciantes varejistas de feijão – 2005



Fonte: Elaborado segundo IBGE. Malha Municipal Digital. 2001 e pesquisa de campo, 2005.

pedreiro. O que forma um quadro bastante diversificado entre os comerciantes varejistas do Centro de Abastecimento (Tabela 12).

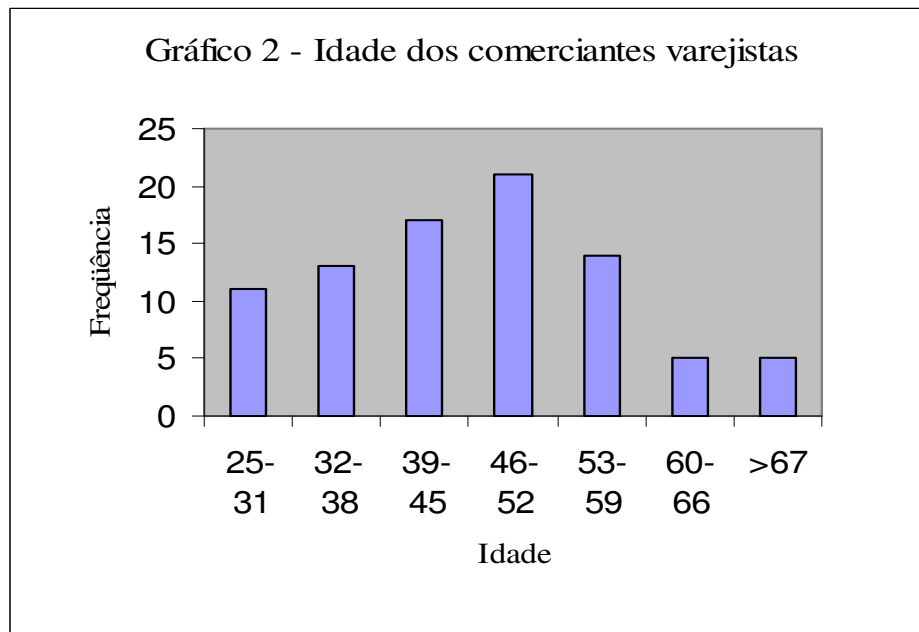
Um fato na entrevista desperta a atenção, a explicação que todos deram para abandonar o antigo ofício e ingressar neste novo serviço: o avanço da idade e a escassez de trabalho. Desse modo, restou-lhes procurar outro meio de sobrevivência, deparando-se então, com a alternativa de trabalhar no Centro de Abastecimento.

Tabela 12 – Profissões anteriores dos comerciantes varejistas - 2005

Profissão	Frequência	%
Agricultor	18	21,0
Ambulante	13	15,1
Empregada doméstica	5	5,8
Lavadeira	6	7,0
Motorista	5	5,8
Pedreiro	7	8,1
Vaqueiro	2	2,3
Vendedor / Comerciante	7	8,1
Não possuía	8	9,3
Outros*	15	17,5
Total	86	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2005. \* Sem emprego fixo, fazia bicos para viver.

No que se refere à idade dos comerciantes varejistas é possível observar que existe uma concentração entre aqueles inseridos nas classes de 39 – 45 e 53 – 59 anos (gráfico 2). Esses dados contribuem para a construção do perfil dos comerciantes que buscam o Centro de Abastecimento, enquanto meio de sobrevivência. A concentração ocorre numa faixa etária em que o emprego formal torna-se uma aspiração cada vez mais remota. Estes relataram a dificuldade de conseguir uma colocação no mercado formal, devido ao avanço da idade e assim, terminam por continuar estabelecidos no Centro de Abastecimento. O baixo nível educacional é outro entrave citado pelos comerciantes, dificultando o acesso a melhores oportunidades.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

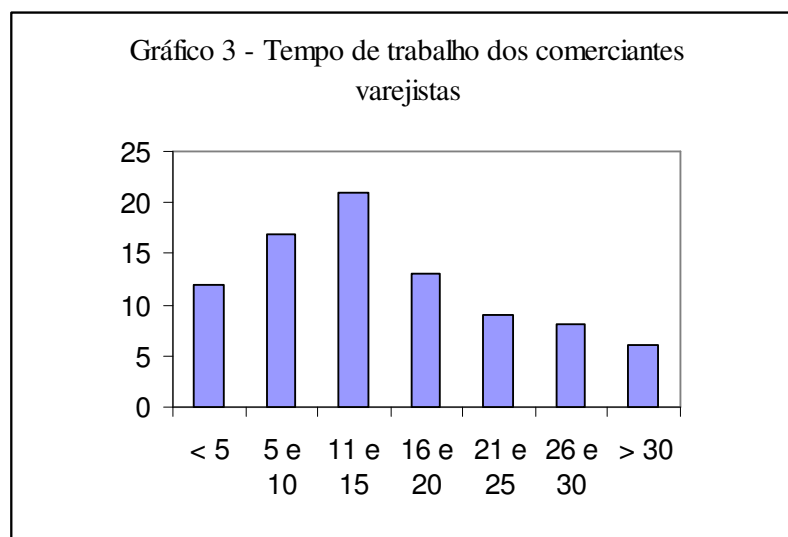
Sobre o meio de sobrevivência, foi aproveitada a oportunidade para questionar os entrevistados se conseguiam obter sustento apenas do comércio. Um total de 32,5% deles respondeu não possuir atividades extras ao trabalho no Centro de Abastecimento. Possivelmente trata-se daqueles com um número regular e constante de clientes. 5,8 % possuem roçado no lugar de origem, onde citaram ter pequenas plantações (milho, mandioca, frutas, etc.) e criações (galinhas, porcos, carneiros) das quais complementam a renda e a própria alimentação. Outros 17,5% citaram possuir um pequeno mercadinho com produtos de primeira necessidade – basicamente alimentos e produtos de higiene e limpeza – no bairro onde residem. Porém, os números que chamam a atenção, são os relacionados à aposentadoria, 9,3% responderam possuir aposentadoria e 34,9% citaram que a sobrevivência familiar é complementada com a aposentadoria de um parente - pai ou mãe, na maioria dos casos. (Tabela 13).

Tabela 13 – Atividades extras ao comércio varejista  
no Centro de Abastecimento de Feira de Santana – 2004

Atividade	Frequência	%
Não possui	28	35,5
Roçado no lugar de origem	5	5,8
Aposentadoria própria	8	9,3
Aposentadoria de familiar	30	34,9
Mercadinho no bairro que reside	15	17,5
Total	86	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

Dos 86 entrevistados, 21 trabalham no local num período entre 10 e 15 anos; 13 trabalham entre 16 e 20 anos; nove entre 21 e 25 anos; oito trabalham entre 26 e 30 anos e seis trabalham há mais de 30 anos (Gráfico 3). É importante destacar este item, pois são eles os principais responsáveis pela movimentação do comércio de feijão. Por muitos se encontrarem estabelecidos a mais de uma década, uma parcela de consumidores tornaram-se clientes constantes.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

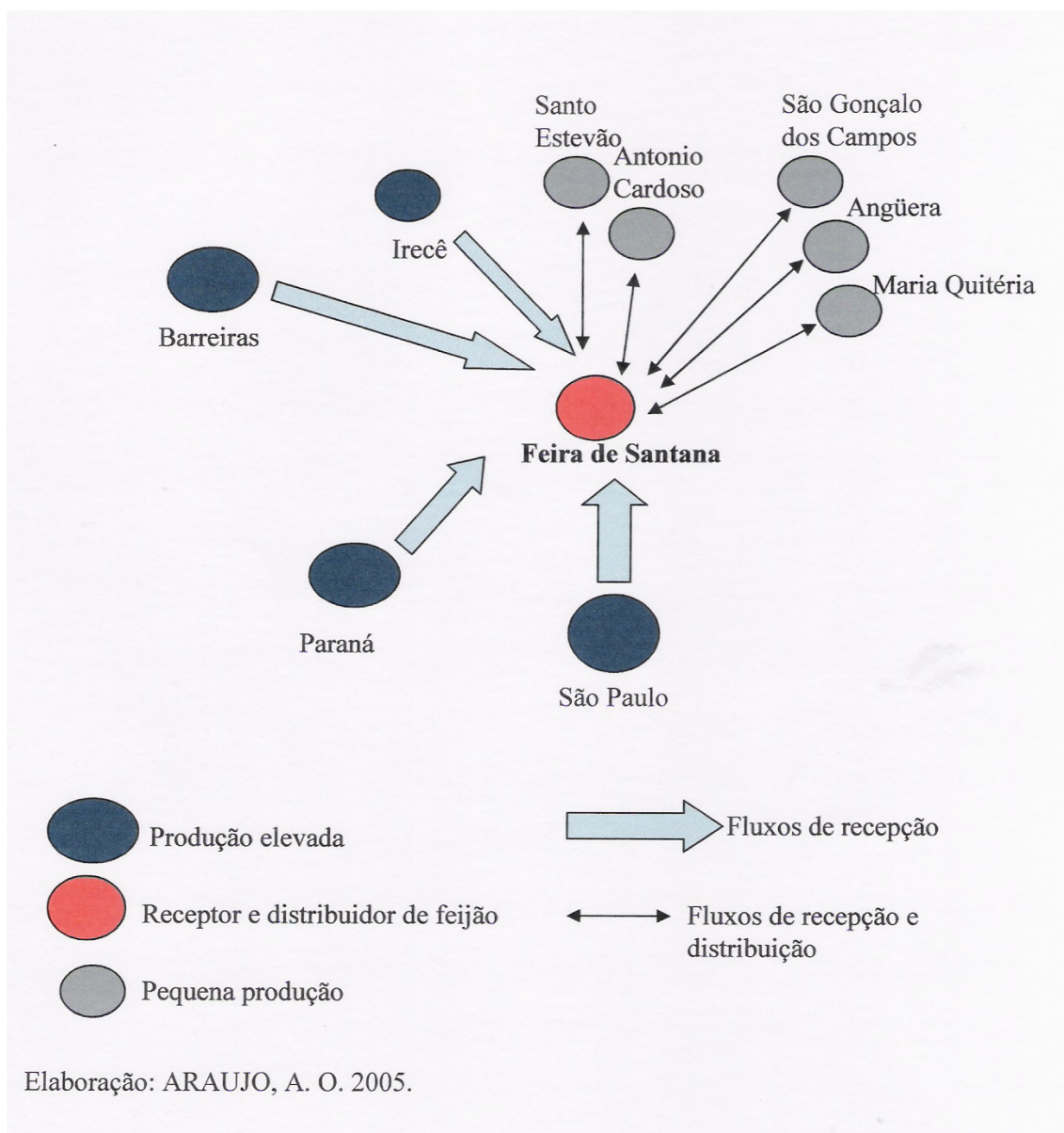
As relações comerciais estabelecidas no Centro de Abastecimento e as demais áreas que mantêm contato formam os fluxos da comercialização do feijão. Tal processo dá origem a uma organização espacial, onde Feira de Santana torna-se um centro dinâmico, devido a sua captação e distribuição do feijão produzido nas áreas aí representadas, o que vai

configurar uma rede comercial na direção dos fluxos, tornando Feira de Santana um nó dentro dessa rede comercial. Dos 86 entrevistados, 13 citaram ter conhecimento dos seus fornecedores adquirirem feijão no próprio município de Feira de Santana, em dois dos distritos com destaque na produção de feijão. É o caso de Jaíba, e em especial, Maria Quitéria, que ainda guarda a tradição do processo de produção - como é o caso de um ritual denominado de “bata do feijão” - onde os pequenos produtores rurais se reúnem em mutirões indo de propriedade em propriedade, para juntos, efetuarem a retirada do feijão da casca, batendo em amontoados de feijão com porretes de madeira em meio a cantorias passadas de geração a geração, figura 13.

Dentre os municípios vizinhos, os mais citados foram Angüera e Antonio Cardoso, sete e cinco vezes, respectivamente. Entre aqueles pertencentes ao estado da Bahia, os mais citados foram Irecê, 12 citações, com ampla tradição na produção e Barreiras, 10 citações, com o intenso avanço da fronteira agrícola e produção de diversos produtos, entre os quais, destaca-se o referido nesta pesquisa.

É preciso esclarecer que existem comerciantes varejistas que compram feijão com os atacadistas do próprio Centro de abastecimento. O feijão que vem de estados como São Paulo e Paraná, além de Barreiras e Irecê (Bahia) passam pelos atacadistas devido o grande volume. Com relação à mudança de origem dos produtos, ao longo do ano, um período especificamente causou surpresa. 55 dos 86 entrevistados afirmaram que a mudança ocorre a cada trimestre, pois nesse período ocorrem safras, em diferentes municípios, dentro e fora do estado da Bahia. Essa informação nos leva a notar a presença de produtos constantemente renovados, favorecendo o comércio neste local, pois têm como diferencial a exposição de produtos sempre novos, o que facilita a venda e a dispersão de possíveis estoques.

Figura 13 – Representação esquemática dos fluxos de comercialização do feijão



A frequência da compra depende de uma série de fatores, entre os quais destacaram-se o período do ano e a situação econômica vigente. Independente desses fatores, a compra ocorre – na maioria dos casos – quinzenalmente, no período de safra local; trimestralmente, para o produto de outras regiões, em especial na entressafra local e entrada do feijão de São Paulo e Paraná.

A perspectiva de alguns dos comerciantes varejistas para as relações comerciais estabelecidas por eles no Centro de Abastecimento se reflete – basicamente – na elevação da condição financeira dos clientes para que as vendas aumentem. Outros não têm perspectivas, citam que estão ali por estarem numa idade relativamente avançada, não terem um determinado nível educacional e conseqüentemente não conseguirem um emprego no mercado formal, assim utilizam-se daquele espaço na tentativa de adquirir um meio de sobrevivência.

As sugestões dos comerciantes varejistas para a melhoria do Centro de Abastecimento são as seguintes: melhorar a infra-estrutura; diminuir a concorrência, segundo os entrevistados, nas imediações do Centro, existem muitos mercadinhos que oferecem facilidades que eles não têm condições de oferecer; retirar a feira livre da rua Marechal Deodoro (esta fica localizada no centro comercial de cidade), assim muitos fregueses que poderiam comprar no Centro de Abastecimento fazem suas compras naquele local, prejudicando os comerciantes que aqui estão instalados, um espaço relativamente mais distante para clientes varejistas e sem condução própria. Fazer propaganda nos diversos meios de comunicação, mostrando as vantagens de comprar no local; melhorar a segurança; unir - num local único - comerciantes atacadistas e varejistas, pois com a reforma ocupam espaços separados.

### **5.3.2 Consumidores varejistas de feijão**

Os consumidores varejistas foram definidos como indivíduos particulares que compram entre 500 gramas até 10 quilos por vez, para consumo doméstico. A presença de um número variado de consumidores, dos mais diversos bairros e municípios, aponta como característica, extremamente relevante, para a manutenção da centralidade urbana e consolidação de uma rede comercial de feijão. O papel fundamental do comércio de um produto trivial – como o feijão – para a movimentação da econômica do Centro de Abastecimento, repercute na organização espacial local e regional.

Através da tabulação dos dados é possível perceber a realidade dos consumidores varejistas. Em relação às atividades desenvolvidas pelos consumidores varejistas percebe-se uma maior frequência entre donas-de-casa e pessoas já aposentadas. A interpretação, que se construiu para a maior presença desses dois segmentos, deve-se a oportunidade para pesquisar preços, atributo da primeira; e moeda em espécie, propriedade da segunda. Estes subsídios permitem uma negociação de preços, só possível em locais com características de feira livre como o Centro de Abastecimento.

Os consumidores varejistas foram questionados sobre os diversos tipos de produtos consumidos neste espaço. Contatou-se que além do feijão, os cinco produtos mais citados foram condimentos (160 citações), derivados de mandioca (142), frutas (115), legumes e verduras (98) e carnes secas e salgadas (83). A partir dessas respostas; foram investigados a respeito do local onde complementam suas compras, pois há a necessidade de outros produtos. Assim foi organizada a tabela 14.



Tabela 14 – Outros estabelecimentos utilizados pelos consumidores varejistas – 2005

Estabelecimento	Frequência	%
Centro de Abastecimento	12	7,0
Lojas do centro da cidade	22	12,8
Lojas vizinhas do Centro de Abastecimento	21	12,2
Armazéns	08	4,6
Distribuidoras	05	2,9
Redes de Supermercados	35	20,3
Feiras livres	07	4,1
Supermercados do bairro	09	5,2
Supermercado da cidade onde mora	51	29,7
Granjas / Abatedouros	02	1,2
Total	172	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Notamos que as redes de supermercados são citadas por um expressivo número de consumidores. As informações que foram complementadas durante a pesquisa, e contam como fator principal - pela procura por tipo de estabelecimento - deve-se a facilidade de comércio, pois a grande maioria, vende à prazo, através de cartões próprios, cheques, cartões de crédito, notas promissórias e todo tipo de venda com vencimento posterior a realização da compra. As lojas que os consumidores se referem como do centro da cidade encontram-se instaladas nas ruas onde funcionava a feira livre. As lojas vizinhas do Centro de Abastecimento estabelecem um intenso comércio de mercearias, supermercados, lojas de tecidos, confecções, produtos agropecuários e uma grande variedade de produtos com preços relativamente acessíveis, complementando as necessidades de quem vai até o Centro e Abastecimento realizar suas compras.

Os dias da semana preferidos para a realização das compras também foram questionados. Percebemos a manutenção de uma antiga tradição do período em que a feira livre ocorria ainda na avenida principal da cidade. Dos 172 consumidores, 95 citaram preferir a segunda-feira para realizar suas compras, confirmando o poder de atração de Feira de Santana. Estas pessoas aproveitam a movimentação do centro urbano da cidade para realizar atividades diversas, especialmente as ligadas ao setor terciário e realizar compras no Centro

de Abastecimento, que devido a sua localização estratégica, permite a circulação dos consumidores entre os diversos estabelecimentos presentes na cidade.

As relações comerciais com os varejistas são bastante diversificadas. Entre os consumidores entrevistados, 70,3% afirmaram não comprar do mesmo comerciante. Os motivos são os mais variados, os que foram relatados durante a aplicação dos questionários entre os consumidores varejistas são os seguintes: (a) pesquisa quem tem o menor preço e melhor qualidade, (b) busca tipos diferentes e nem sempre o mesmo comerciante trabalha com muitos tipos de feijões, (c) procura quem tem o produto mais novo. Entre os consumidores que compram sempre do mesmo comerciante, este citaram que utilizam como critério, (a) a simpatia adquirida ao longo do tempo em que fazem compras, (b) os comerciantes aceitam variadas formas de pagamento como cheque pré-datado, promissórias ou mesmo um acordo verbal.

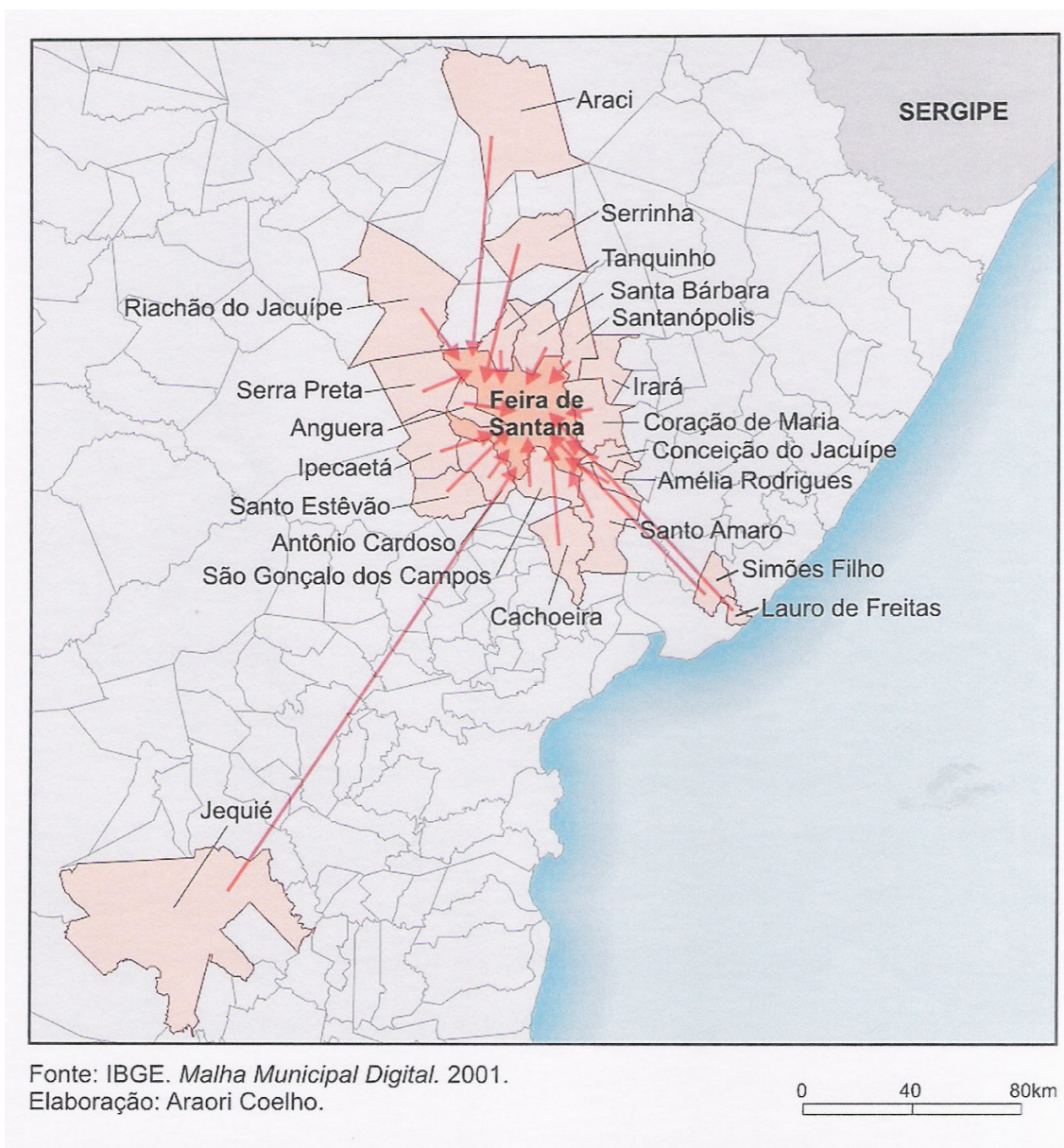
A presença de consumidores varejistas de microrregiões geográficas distantes, como os residentes nos municípios de Lauro de Freitas, Itabuna e Simões Filho é um fator para a consolidação dos fluxos que convergem para Feira de Santana, através do Centro de Abastecimento. Todos justificaram sua presença neste estabelecimento por estarem em Feira de Santana adquirindo outros produtos no centro urbano da referida cidade, como por exemplo, roupas, calçados, máquinas. Ao saber da localização do Centro de Abastecimento tão próximo desse núcleo comercial, terminaram por se deslocarem até ele e adquirirem produtos com preços acessíveis. Uma vez no centro da cidade e com um pequeno deslocamento, muitos acreditaram ser vantagem apreciar produtos e preços nesse local, como o caso do feijão aqui estudado e adquirido pelos entrevistados. Estes aproveitam sua relação comercial com Feira de Santana e adquirem o feijão comercializado no Centro de Abastecimento.

Já os consumidores dos municípios de São Gonçalo dos Campos, Serrinha e Santo Estevão destacam-se pela frequência. Alguns motivos foram considerados para explicar esta ocorrência: a proximidade destes com Feira de Santana permite suas populações deslocarem-se à procura de serviços não existentes em suas cidades e terminam por estabelecer relações comerciais diversas, dentre elas, o consumo de produtos como o feijão. A produção rural de seus municípios é outro fator para a presença desses consumidores, por ocorrer apenas no período chuvoso, a safra local é logo esgotada, o que os leva a procurar o produto em espaços como o do Centro de Abastecimento, onde a presença da leguminosa é constante (Figura 14).

Ao longo da aplicação dos questionários entre os consumidores varejistas lhes foi pedido que formassem sua opinião em relação ao comércio de feijão no Centro de Abastecimento. Por se tratar de uma pergunta aberta, as respostas foram as mais variadas possíveis e semelhantes às dos demais entrevistados. As informações obtidas foram tabuladas qualificando o comércio da seguinte forma: muito bom pelo número de comerciantes, o que permite pesquisar preços e variedades, bom pela fartura, custo baixo, produtos novos, poder de negociar com o comerciante, mais facilidade de conseguir desconto, negociar melhor o prazo de pagamento, preços dentro do orçamento, espaço amplo para transitar.

As vantagens percebidas por estes em relação às vantagens de comprar no Centro de Abastecimento, também formam um bloco de respostas muito peculiar: não explora a condição do consumidor, tem mais opções de escolha, grande variedade de produtos e comerciantes, preço menor do que outros estabelecimentos fora do Centro de Abastecimento, valorizar os comerciantes, “forma de diversão”, mais fácil de conseguir condução do lugar de origem para o Centro de Abastecimento. As desvantagens também tiveram lugar de destaque, segundo os consumidores varejistas: o espaço onde estão estabelecidos os comerciantes precisa ser mais bem estruturado, desorganização de quem não tem lugar fixo atrapalha a

Figura 14 – Municípios de residência e fluxos de consumidores varejistas de feijão - 2005



circulação de quem vai comprar, a higiene precisa melhorar; a presença de ladrões - pouca segurança; os policiais militares, segundo os consumidores não são suficientes para garantir a segurança; melhorar o local do comércio; poucos comerciantes dão prazo; as escadas e rampas estão cheias de gente vendendo, o que atrapalha a circulação; tem que andar muito, pois os produtos ficam muito distantes uns dos outros; as ladeiras, o lugar escolhido para fazer o Centro é muito acidentado e cansa quem anda com as sacolas.

Mudanças também foram percebidas pelos consumidores nos últimos anos. Na opinião destes, houve uma significativa melhora, pois eles encontram todos os tipos de feijão de que precisam. Melhorou a locomoção, pois o espaço atual permite uma melhor circulação, a variedade de feijão é constante. Outros acham que o preço ficou mais alto; a estrutura física melhorou, a separação entre atacadistas e varejistas melhorou a organização do espaço.

Para se entender o perfil dos compradores, na visão dos comerciantes varejistas, foram sintetizadas as informações colhidas. Como se trataram de perguntas abertas, as características nelas contidas foram muito importantes para a compreensão das relações comerciais estabelecidas neste espaço. Segundo os comerciantes varejistas, seus clientes são donos(as)-de-casa que compram o feijão para a alimentação da família. Essa compra geralmente divide-se em dois períodos distintos: semanalmente, para quem tem possibilidade de dirigir-se ao local com esta frequência; e quinzenalmente, para quem organiza suas despesas de acordo com sua renda e possibilidade de deslocamento.

A forma de pagamento também foi investigada, descobriu-se que 70% dos comerciantes negociam acatando o recebimento de dinheiro em espécie, enquanto 30% ainda utilizam a anotação em caderneta para um posterior pagamento por parte dos clientes. Essas formas de pagamento podem ser interpretadas a partir de dois pressupostos: primeiro - muitas pessoas deixam de comprar por não possuírem dinheiro em espécie, sempre que precisam efetuar suas compras optam por estabelecimentos como supermercados e mercearias que

aceitam cartões de crédito ou cheque pré-datado; segundo - quem vende nesse método arcaico de anotar a despesa do cliente numa caderneta, são aqueles que estão a mais tempo estabelecidos no local e com uma freguesia formada e fiel, na maioria das vezes, de muitos anos de relacionamento. Também o perfil da clientela foi investigado e os comerciantes varejistas se valeram de uma série de adjetivos para qualificá-la. Destacando-se entre todos de: fregueses fiéis, bons e ruins, variados, procuram preço menor e variedade, sem eles não haveria comércio e outros não souberam ou não quiseram responder.

#### **5.4 Fornecedores**

Os fornecedores compõem uma realidade específica, aqui caracterizados como aquelas pessoas que promovem a compra do feijão, diretamente dos produtores nas áreas rurais, e passam com uma determinada margem de lucro para os comerciantes atacadistas e varejistas. Não foi possível perceber diferenças entre fornecedores e intermediários, pois negociam a compra e venda da produção entre os produtores e os comerciantes. Encontram-se reunidos em três grupos distintos: os fornecedores locais, aqueles que captam a produção da zona rural de Feira de Santana e dos municípios, diretamente ligados à microrregião geográfica de Feira de Santana. Os de Barreiras e Irecê, por estarem em microrregiões distintas, foram classificados como regionais. Aqueles originários do sudeste (São Paulo) e sul (Paraná), definidos como nacionais, pois vêm de outras regiões do país. Também possuem particularidades, porém formam um só conjunto. Todos negociam a partir de uma saca de 60 quilogramas para a revenda.

A intenção de organizar os dados, como foi acima justificado, deve-se a busca de uma visão do posicionamento destes fornecedores. Sua contribuição sobre a organização e funcionamento deste local, o qual mantém intensas relações comerciais forma um dos pilares para a formação da rede comercial de feijão estabelecida a partir do Centro de Abastecimento de Feira de Santana.

A residência dos fornecedores foi um dos itens questionados. Considerando que era importante conhecer o local de moradia, como forma de buscar elementos que justifiquem seu deslocamento e relação comercial com os comerciantes do Centro de Abastecimento, é que a residência dos fornecedores se constitui um dos itens a ser questionado. Desse modo, foi construída a tabela 15, para uma melhor visão dos seus locais de residência.

Tabela 15 -Residência dos Fornecedores - 2004

	Residência Atual	Frequência
Locais	Angüera	3
	Antonio Cardoso	3
	Araci	2
	Coração de Maria	1
	Feira de Santana*	9
	Ipecaetá	2
	Ipirá	1
	Irará	1
	Riachão do Jacuípe	2
	Santa Bárbara	2
	Santanópolis	1
	Santo Estevão	3
	São Gonçalo	6
	Serra Preta	4
	Serrinha	3
Tanquinho	3	
Regional	Barreiras	3
	Irecê	2
Nacional	São Paulo (SP)	2
	São José dos Pinhais (PR)	1
	São Mateus do Sul (PR)	1

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

Por esta tabela, verifica-se não ser o local de residência, impedimento para as relações comerciais estabelecidas no Centro de Abastecimento. Quando questionados sobre motivos pelos quais procuram o referido local, todos citaram ter o conhecimento de que este é um dos melhores espaços para o comércio. Entre outras coisas, o grande número de pessoas que procuram a cidade, e em especial, o Centro de Abastecimento, por conta da variedade de produtos e preços. O reflexo dessa situação é uma grande demanda de gêneros alimentícios básicos, como o feijão. Mesmo assim, surgiu no curso dessa pesquisa uma situação antagônica. Todos os fornecedores entrevistados, independente do local de origem ou volume comercializado, possuem outra fonte de renda, além do fornecimento de feijão para o Centro de Abastecimento. Dos 46 fornecedores locais, 10 possuem aposentadoria, 11 pequenos roçados em suas localidades e 13 comercializam paralelamente com pequenas criações. Juntos totalizam 73,9% dos fornecedores deste grupo, enquanto apenas 26,1% vivem apenas do fornecimento. Entre os outros segmentos de fornecedores, a mesma realidade é bem próxima, pois entre os que fornecem feijão de Barreiras e Irecê, disseram possuir espaço no comércio de suas cidades de origem, para a comercialização de feijão e outros cereais; situação semelhante a dos fornecedores originários de São Paulo e Paraná.

Foram também inquiridos sobre há quanto tempo eles fornecem para os comerciantes do Centro de Abastecimento. Observou-se que entre os fornecedores locais, por ser um número maior, tem-se a presença em períodos diversos, com pessoas ainda remanescentes da antiga feira livre, que ocorria na avenida principal da cidade. Os fornecedores regionais e nacionais apresentam-se num período entre seis e dez anos, e ainda foram encontrados fornecedores que executam esta atividade há mais de 15 anos.

O contato desses fornecedores com o Centro de Abastecimento varia de acordo com o tipo de fornecedor, quanto mais próximo, maiores são as visitas ao referido local. Os fornecedores locais, por residirem nos municípios próximos, têm uma presença semanal e



quinzenal constante. Já os fornecedores regionais e nacionais têm sua presença mais estendida. Estes aparecem em ciclos trimestrais ou semestrais (Tabela 16).

Tabela 16 – Presença dos fornecedores no Centro de Abastecimento – 2004

Fornecedores	Período	Frequência
Locais	Diária	0
	Semanal	26
	Quinzenal	18
	Mensal	2
	Semestral	0
	Anual	0
Regionais	Trimestral	2
	Semestral	3
Nacionais	Trimestral	1
	Semestral	3
	Total	4

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

O tempo médio de permanência no local também foi investigado, descobriu-se que independente do segmento, todos passam pelo menos 10 horas no Centro de Abastecimento. Segundo os entrevistados, este é o tempo mínimo necessário para manter contato com os comerciantes, circular pelos diversos setores, entre outras atividades. Entre os fornecedores locais, o dia de maior presença no Centro de Abastecimento ainda é a segunda-feira, tradicionalmente os dias da “feira”. Dos 46 entrevistados, 26 afirmaram comparecer no local neste dia da semana. Outro dia, porém, de maior frequência entre os fornecedores locais, é o sábado. Entre os fornecedores regionais a situação não é muito diferente, quando vêm ao Centro de Abastecimento organizam sua estada para permanecerem entre o sábado e a segunda-feira seguinte. Os fornecedores nacionais apontaram para uma situação semelhante, organizam sua estada para permanecerem uma média de dez dias, de modo que estejam aqui pelo menos uma segunda feira e um sábado, pois é do conhecimento destes quais são os dias tradicionalmente mais importantes para o comércio no Centro de Abastecimento de Feira de Santana.

O contato com os comerciantes ocorre de forma direta, independente do tipo de fornecedor, sendo mais constante entre os fornecedores locais, e por telefone, entre os fornecedores regionais e nacionais. Muitos acordos são feitos previamente, nos períodos da presença dos fornecedores no Centro de Abastecimento, acertando a compra de produtos, e posteriormente confirmando, por telefone, o volume negociado. Entre os fornecedores locais, esse contato ocorre, sobretudo, em períodos semanais ou quinzenais. Os fornecedores regionais disseram manter um contato mensal. Em períodos de entressafra da região de Feira de Santana, a comunicação ocorre quinzenalmente. Já os nacionais manifestaram um diálogo mensal. Em períodos de entressafra o contato ocorre quinzenalmente; porém essa frequência de ligações não significa efetivação de compra e venda, apenas um controle de mercadorias.

Sobre os motivos que levam estes fornecedores a negociarem com os comerciantes do Centro de Abastecimento, e apesar de ser uma pergunta aberta, praticamente todos os 46 fornecedores locais responderam a mesma coisa: o Centro de Abastecimento é o melhor local para vender a safra. Quem é de outros municípios acrescentou que trazer sua mercadoria para vender neste estabelecimento, tem um ganho maior no valor final da sua produção ou intermediação.

Os fornecedores regionais citaram que no período de safra na região de origem compensa vender para outros lugares; neste caso, o Centro de Abastecimento é um local que permite negociar um bom volume de cereais, especificamente o feijão. Os fornecedores nacionais acrescentaram que a intensidade do comércio em Feira de Santana compensa mandar feijão para este estabelecimento, pois já perceberam que no período de entressafra da região os comerciantes atacadistas e alguns varejistas conseguem negociar um volume razoável do produto.

Na tentativa de desenhar um padrão das relações comerciais estabelecidas pelos fornecedores no Centro de Abastecimento, constatou-se que os fornecedores locais,

comercializam tudo o que é produzido nas localidades pelas quais arrecadam o feijão. Estes citaram trazer para o Centro de Abastecimento - entre outros produtos – farinha de mandioca, milho e amendoim, porém em quantidades inferiores em relação ao feijão. Entre os fornecedores regionais e nacionais, a realidade se demonstra de outro modo, provavelmente por encontrarem-se situados, onde a produção seja mais organizada ou voltada para a cultura de um produto específico. Os fornecedores dos dois segmentos citaram trazer para o Centro de Abastecimento apenas feijão para ser comercializado.

Em relação aos produtos que os fornecedores levam para seu local de origem. Foi respondido o seguinte pelos fornecedores locais, que dentre os cereais, no período de entressafra das suas regiões, levam os mesmos produtos que repassam no Centro de Abastecimento, pois não há estocagem dos produtos por parte dos produtores. Estes compram normalmente os gêneros que fornecem. Os fornecedores regionais citaram que, a depender da época, levam batata-doce, frutas (em especial coco e manga) e farinha de mandioca. Os fornecedores nacionais destacaram apenas levar coco verde.

A investigação também procurou dar conta do número de comerciantes com quem cada fornecedor trabalha. Descobrimos que o maior número está relacionado aos fornecedores locais, estes negociam com uma média de 26 comerciantes atacadistas e cerca de 50 comerciantes varejistas. Tanto os fornecedores regionais como os locais trabalham com um número bem reduzido de comerciantes, em relação aos presentes no Centro de Abastecimento. Assim as mudanças praticamente não ocorrem, pelo menos não foram citadas pelos fornecedores entrevistados.

Outro item relevante, para a compreensão da importância dos fornecedores, trata-se do modo como transportam a mercadoria negociada. Esse item pode não parecer relevante para o entendimento da relação existente entre os fornecedores com o Centro de Abastecimento, porém, de acordo com o tipo do veículo e a sua capacidade de carga é

possível ter uma noção do volume de mercadoria negociada. Também permitirá cruzar as informações sobre o volume por eles negociado, outra pergunta desta pesquisa. Desse modo foram organizados os dados que compõem o quadro 4.

Quadro 4 – Meio de transporte da mercadoria negociada pelos fornecedores com os comerciantes do Centro de Abastecimento – 2004

Fornecedores	Tipo de veículo	Tamanho	Capacidade da carga (sacas de 60 kg)
Locais	Carro pequeno alugado (tipo Fiat Strada)	Pequeno porte	30 - 40
	Carro pequeno alugado (tipo Kombi)	Pequeno porte	30 - 40
	Caminhão de pequeno porte alugado (tipo caminhonete)	Pequeno porte	50 - 60
Regionais	Caminhão alugado	Médio porte	100 - 300
	Caminhão alugado	Médio porte	150 - 200
	Caminhão alugado	Médio porte	150 - 300
Nacionais	Caminhão alugado	Grande porte	300 - 500
	Caminhão alugado	Grande porte	300 - 500
	Caminhão alugado	Grande porte	300 - 500
	Caminhão alugado	Grande porte	300 - 500

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

Outro dado importante refere-se aos meios utilizados para o feijão chegar até os fornecedores. Mais uma vez percebe-se que entre os fornecedores locais, todos citaram ir às localidades com condução paga por si mesmo para adquirir a mercadoria. Entre os fornecedores regionais e nacionais, estes afirmaram pagar o frete do lugar de origem até sua cidade, da sua cidade para o Centro de Abastecimento o frete é pago pelo comerciante que encomendou o produto.

O volume negociado varia de acordo com o tipo de fornecedor. Fica evidente que os fornecedores regionais e nacionais contribuem com um volume muito grande de feijão para ser comercializado no Centro de Abastecimento. Os fornecedores regionais afirmaram negociar, por vez, entre 100 e 300 sacas de feijão, no período de entressafra local. Os fornecedores nacionais garantiram conseguir negociar entre 300 e 500 sacas. Citaram que

além do Centro de Abastecimento comportar esse comércio, seria prejuízo para eles, mandar uma quantidade menor.

Quanto à frequência desse fornecimento, a informação é de que entre os fornecedores locais, ocorre notadamente nos períodos de safra da microrregião geográfica de Feira de Santana. A incidência ocorre em diferentes momentos de plantio e colheita das safras, alongando esse fornecimento por períodos de abril a setembro. Quando começa a entressafra na mesorregião do Centro Norte Baiano, ocorre então a entrada do feijão produzido em Irecê, seguido por Barreiras, São Paulo e Paraná. Estes dois últimos estados fornecem feijão o ano inteiro, porém a intensidade aumenta no período de setembro a março do ano seguinte, pois a oferta local é praticamente inexistente. A regularidade da produção de feijão nos estados de São Paulo e Paraná é diferenciada do estado da Bahia por dois fatores que se complementam. O primeiro fator refere-se à diferença dos eventos climáticos que permitem diferentes períodos de produção agrícola. O segundo fator deve-se a introdução de tecnologia, permitindo uma produção contínua ao longo do ano, sem depender da variação climática.

Outra informação importante para se entender a comercialização por parte dos fornecedores foi a visão que têm em relação as vantagens e desvantagens de comercializar no Centro de Abastecimento. Como vantagens, os fornecedores locais informaram que podem negociar o preço da mercadoria com os comerciantes. Têm liberdade de trocar de relações comerciais sem prejuízos. Negociam o volume de mercadoria que estiver disponível em cada ocasião (num dia de negócio pode vender cinco sacas, em outra oportunidade 20, 30). Podem negociar o preço da mercadoria com os comerciantes. Têm comércio garantido, uma vez que a safra da região não é suficiente para abastecer o mercado local. Outro fator positivo é a responsabilidade dos comerciantes, tanto atacadistas quanto varejistas, pois cumprem com os acordos estabelecidos entre eles.

Também responderam sobre desvantagens da comercialização neste estabelecimento. Foram citados pelos fornecedores locais os seguintes motivos: nem sempre recebem na hora. Pagam o imposto de acordo o porte do carro e não da mercadoria que trazem. Isso causa prejuízo, quando não conseguem um carro de menor porte para transporte um volume pequeno, ficando o preço do imposto elevado; não ter onde guardar a mercadoria que não é negociada. Por isso, sempre tem que vir antes para negociar a venda ou já deixar certo de uma semana ou quinzena para outra. Foram quase unânimes, pois citaram a localização do Centro de Abastecimento ser de difícil acesso, pois a área de declive dificulta o acesso de caminhões e falta segurança para deixar a mercadoria.

A caracterização da produção comercializada pode ser determinada a partir da presença de uma série de elementos. Em relação a origem dos produtos comercializados estes variam de acordo com os fornecedores. Os locais adquirem o feijão que comercializam em espaços diferenciados como se pode notar: Próprio município, Bonfim de Feira, Gov. João Durval, Jaíba, Jaguará, Maria Quitéria, Tiquarucu. Municípios vizinhos, Angüera, Antonio Cardoso, Coração de Maria, Ipecaetá, Santanópolis, Santa Bárbara, São Gonçalo, Serra Preta. Outros municípios, Araci, Santo Estevão, Serrinha.

Os fornecedores regionais adquirem o produto nos municípios de Barreiras e Irecê, enquanto os nacionais adquirem a produção nos municípios de São José dos Pinhais e São Mateus do Sul (Paraná) e (São Manuel, Vitoriana, Pirambóia, Juquirariba), em São Paulo. A obtenção da produção ocorre de modo bem próximo entre os fornecedores. Boa parte é adquirida entre os pequenos produtores de suas regiões. A diferença vai ocorrer, basicamente, no volume obtido, conforme os dados da tabela 17.

Tabela 17 – Aquisição da produção pelos fornecedores do Centro de Abastecimento de Feira de Santana – 2004

Fornecedores	Aquisição	Quantidade (sacas de 60 kg)
Locais	Pequenos produtores	15 – 30
	Médios produtores	30 - 50
Regionais	Pequenos produtores	30 – 50
	Médios produtores	100 - 300
Nacionais	Pequenos produtores	50 - 100
	Médios produtores	100 - 300

Fonte: Pesquisa de campo, 2004.

Questionados sobre o destino dado à produção adquirida, entre os fornecedores locais todos disseram fornecer integralmente aos comerciantes do Centro de Abastecimento de Feira de Santana. Entre os fornecedores regionais e nacionais encontramos semelhanças em suas respostas. Estes citaram fornecer parte para o seu próprio município parte para o Centro de Abastecimento.

Os fornecedores foram solicitados para traçar um perfil dos comerciantes e do Centro de Abastecimento de Feira de Santana. Quando perguntados sobre a caracterização que faziam dos comerciantes que trabalham neste local os fornecedores locais citaram que vêm como ponto positivo a oportunidade de negociar, pois estes comerciantes compram o produto previamente acertado, contribuindo para a sobrevivência deles, mesmo em período que as vendas não estão muito boas. Os fornecedores regionais e nacionais têm uma visão semelhante em relação aos comerciantes, mencionaram que estes permitem um bom relacionamento para a comercialização.

As mudanças ocorridas nos últimos anos, em relação à venda do feijão também foram listadas pelos fornecedores. Interessante destacar a proximidade das respostas, haja vista que independente do local de origem do fornecedor, as dificuldades envolvem todos. Os fornecedores locais apontam o preço como um entrave para quem trabalha. Este caiu muito, pois os custos subiram, especialmente o frete, mas não se pode passar na mesma proporção para a mercadoria, porque se fizer isso não vende. Os fornecedores regionais e nacionais

assinalam para o amplo aumento nos custos de produção, transporte e impostos, principalmente, seguram o crescimento nas oportunidades de venda, que poderiam ser bem maiores. Ao mesmo tempo cresceu a variedade de feijão. Finalmente, foram pedidas sugestões aos fornecedores, uma vez que esses se encontram diretamente envolvidos no processo de comercialização do feijão, utilizando o espaço do Centro de Abastecimento como local para a concretização dessa atividade. Os locais apresentaram como sugestão, criar um espaço para que possam ser estocadas as mercadorias. O órgão responsável pelo Centro de Abastecimento deveria comprar a mercadoria no período de safra para manter o preço, não deixando cair tanto, nem se elevando demasiado no período de entressafra. Mais segurança, quem chega muito cedo não tem. Melhorar a estrutura física - mais higiene e maior espaço com cobertura foram outras sugestões.

Com a realização da pesquisa, detalhada ao longo dos itens anteriormente citados, foi possível construir o quadro que segue, demonstrando a existência de uma rede comercial baseada no modelo de Corrêa, no qual a teoria discutida por esse autor é verificada no espaço aqui estudado. Tal instrumento serviu de base para reflexão acerca do tema proposto, tanto que a partir do quadro organizado por Corrêa, foi feita uma adaptação, na qual analisou-se o Centro de Abastecimento de Feira de Santana, a partir das três dimensões propostas pelo autor. (Quadro 5). Segundo Corrêa, as redes podem ser analisadas a partir das três dimensões que se completam. Estas foram organizadas pelo autor, tendo as modificações acerca dos exemplos feitas aqui, para se entender como a realidade pesquisada se enquadra na discussão.



Quadro 5 - Dimensões de análise das redes geográficas de Feira de Santana

Redes Analisadas Segundo		Especificação	Exemplos
Dimensão Organizacional	Agentes Sociais	Estado	Governo do Estado/ Prefeitura Municipal
		Grupos Sociais	Atacadistas/ Varejistas/ Fornecedores / Consumidores
	Origem	Espontânea	Mercado Periódico
	Natureza dos fluxos	Mercadorias	Produto agrícola específico: feijão
		Pessoas	Circulação (consumidores) “Fixos” (comerciantes)
	Função	Realização	Comércio atacadista e varejista
	Finalidade	Acumulação	Rede Comercial
	Existência	Real	Espaço específico para comercialização
	Construção	Material	Rede comercial baseada no transporte rodoviário
	Formalização	Formal	Espaços determinados com pagamentos de impostos (uso do solo)
		Informal	Sem nota fiscal
	Organizacidae	Hierárquica	Parte de rede comercial
		Complementaridade	Centro especializado em comércio agropecuário
Dimensão Temporal	Duração	Longa	Último quartel do século XX
	Velocidade dos fluxos	Lenta	Transporte rodoviário
	Frequência	Periódica	Mercados periódicos com atividade diária e picos de fluxos 2x/semana
Dimensão Espacial	Escala	Local	Comerciantes do Centro/consumidores
		Regional	Comerciantes do Centro/consumidores
		Nacional	Comerciantes
	Forma espacial	Dendrítica	Feira de Santana/cidades vizinhas/Estados
	Conexão	Interna	Muito integrada
Externa		Algumas ligações	

Fonte: CORRÊA, R. L. 1997. Adaptação: ARAÚJO, A. O., 2005.

É possível notar a presença das três dimensões organizadas por Corrêa na rede estudada nesta pesquisa através dos exemplos que se encaixam na teoria proposta pelo autor. Assim, dentro da dimensão organizacional que trata da organização geral da rede, percebe-se a sua divisão de acordo com variáveis diversas, tem-se desse modo, o Governo do Estado e a

Prefeitura Municipal, como os representantes do Estado enquanto agentes sociais com ações presentes no local, os atacadistas, varejistas, fornecedores e consumidores também são exemplos dos grupos sociais que atuam no Centro de Abastecimento.

Segundo a origem, essa apresenta de modo espontânea, representada através do mercado periódico. Já a natureza dos fluxos divide-se em mercadorias, que tem como exemplo o produto agrícola específico neste estudo: o feijão; quanto as pessoas, essas se dividem entre aquelas que circulam no espaço, os consumidores, e os que estão fixos no local, os comerciantes. Quanto a função, especifica-se através da realização tendo como exemplo o comércio atacadista e varejista. A finalidade dessa rede volta-se para a acumulação refletida na formação de uma rede comercial.

Ao analisar a rede segundo a existência é real e tem como exemplo o espaço específico para a comercialização, nesse caso, o Centro de Abastecimento. Sua construção ocorre de modo material, onde essa rede comercial baseia-se no transporte rodoviário. Dentro dessa dimensão, a formalização pode ser detalhada como espaços determinados com o pagamento de impostos, aparece também de modo informal quando as relações comerciais ocorrem sem nota fiscal. Quanto a organizacidae, essa se divide em hierárquica, sendo o comércio de feijão no Centro de Abastecimento de Feira de Santana parte de uma rede comercial; a complementaridade deve-se a ser este local um centro especializado em comércio de produtos agropecuários.

A dimensão temporal pode ser analisada segundo três itens: a duração, nesse estudo demonstrou-se como longa, por ter iniciado no último quartel do século XX; a velocidade dos fluxos aponta como lenta, pois depende basicamente do transporte rodoviário; e a frequência é especificamente periódica, pois, apresenta um mercado com atividades diárias e aumentos nos fluxos nos dias de segunda-feira e sábado.

Em relação a dimensão espacial observa a sua existência a partir da escala nos níveis local, representada pelos comerciantes do centro e consumidores da microrregião geográfica de Feira de Santana; regional, pelos comerciantes que adquirem produtos de outras microrregiões próximas e dos consumidores de outros municípios mais distantes; e nacional, a partir da relação dos comerciantes com fornecedores de outros Estados. Já a forma espacial, a que melhor se enquadra neste estudo é a dendrítica, representada através de Feira de Santana, as cidades vizinhas e os outros Estados. A conexão divide-se em interna, sendo muito integrada, principalmente através da presença de consumidores da microrregião geográfica de Feira de Santana, e externa com algumas ligações, como, por exemplo, as que ocorrem com os municípios de Barreiras, Irecê e os estados de São Paulo e Paraná.

## **6 Considerações Finais**

Após a análise desenvolvida nos capítulos anteriores, a pretensão neste item é sintetizar as questões aqui discutidas, que têm por objetivo explicar o papel de Feira de Santana, enquanto centro comercial e o Centro de Abastecimento, como espaço de efetivação do processo de formação de uma rede, através do comércio atacadista e varejista de feijão. A organização espacial de Feira de Santana é um fator importante e incontestável, evidenciando a transformação econômica da cidade, fornecendo a esta pesquisa os elementos necessários para investigar a posição atual da mesma nos cenários regional e nacional.

O Centro de Abastecimento é importante para o desenvolvimento da cidade, não apenas como regulador de preços, mas também pelas mudanças ocorridas na organização espacial da cidade, haja vista que depois de sua implantação chegaram inúmeros benefícios naquela área, que vão desde os trabalhos de infra-estrutura, até a abertura de ruas e construção de outros órgãos públicos estaduais e municipais, contribuindo para o aumento da especulação imobiliária, principalmente nas áreas comerciais. Pode-se dizer que todas as mudanças ocorridas ao longo das últimas décadas naquela área da cidade se devem a construção do Centro de Abastecimento, organizado num período voltado para a modernização e evolução urbana. Surge um novo local para o comércio agropecuário, não perdendo sua força de centralizar a venda desses produtos, como também abrange diversos espaços fora da sua microrregião geográfica.

Este órgão é importante por ser o elo entre a produção da microrregião de Feira de Santana, de microrregiões dentro do estado da Bahia e de outros Estados, e os consumidores de diversos segmentos, residentes no município, na microrregião ou em municípios das microrregiões próximas que têm o Centro de Abastecimento de Feira de

Santana como referência de entreposto comercial e distribuidor microrregional. O Centro de Abastecimento foi confirmado enquanto espaço de concretização da comercialização do feijão. É nele que os comerciantes, das mais diversas cidades do Estado e de outras regiões do país, encontram-se para a realização da atividade de compra e venda. Trata-se de um espaço administrado pela Prefeitura Municipal de Feira de Santana, que buscou modificar os moldes da tradicional feira livre que havia no centro da cidade, porém não criando nenhum tipo de suporte para que o referido Centro acompanhasse a modernização pela qual passou o centro urbano da cidade, espaço no qual a feira livre, inicialmente, surgiu dando ênfase a cidade.

Quando comerciantes atacadistas e varejistas, consumidores desses dois segmentos e fornecedores locais, regionais e nacionais procuram por este espaço para realizar suas atividades, estão direta ou indiretamente contribuindo para a formação de uma rede comercial. A identificação desta rede nos níveis local, regional e nacional concretiza o papel do Centro de Abastecimento, enquanto centralizador do comércio de feijão nos seus limites e agente atuante na formação de rede comercial de feijão.

Apesar do Centro de Abastecimento possuir uma nítida divisão entre os setores atacadista e varejista de cereais, a movimentação comercial entre eles é, algumas vezes, confusa. A idéia inicial formada é a de que num centro de abastecimento, os comerciantes atacadistas captam toda a produção local, a regional e a nacional, repassando estes produtos para os comerciantes varejistas, e estes por sua vez, vão ter a interação com os consumidores. Entretanto, percebe-se que o Centro de Abastecimento de Feira de Santana não segue essa regra, os fornecedores locais mantêm um contato direto e constante com os comerciantes varejistas. Esta situação permite relacionar uma série de fatores que caracterizam o Centro de Abastecimento de forma singular.

O comércio é fator relevante para o crescimento urbano de Feira de Santana. Esse é fundamental para o entendimento da sua evolução urbana, perante os demais

municípios do estado da Bahia. O setor comercial também compõe importante estímulo para a expansão urbana e o fortalecimento da centralidade.

A diversidade de origem dos comerciantes, consumidores e fornecedores presentes no Centro de Abastecimento é um importante elemento para a organização espacial de Feira de Santana, expressando o quanto esse município, em especial o centro urbano da cidade, atrai pessoas para os seus limites, por conta da possibilidade de trabalho nos diversos ramos, aí se incluindo o nosso objeto de estudo. O Centro de Abastecimento contribui para a urbanização da cidade, por estar localizado dentro do perímetro urbano, resguardando um espaço para os diversos produtos agropecuários.

A organização espacial de Feira de Santana é um fator importante, incontestável, e que evidencia a transformação econômica da cidade, fornecendo os elementos necessários para investigar a posição atual da mesma nos cenários regional e nacional, estabelecendo-se como um centro receptor e distribuidor de feijão, nos núcleos urbanos a nível local, regional e nacional, contribuindo para a tradição comercial da cidade, que desde os tempos coloniais já promovia, através desta atividade econômica, uma significativa relação urbano-rural.

A antiga feira livre, origem comercial da cidade, determinou regras tão fortes, que mesmo passadas mais de duas décadas da sua relocação, os comerciantes, que utilizam o espaço do Centro de Abastecimento, transformaram-no de acordo com as suas necessidades, ao invés de adequar-se a ele. O discurso modernizador apresentado para justificar a sua construção não é ratificado no seu efetivo funcionamento. Feira de Santana, com a presença deste espaço, consegue atuar como centro polarizador, de tal modo que as relações comerciais - aí estabelecidas - fazem desta cidade um local passível de se formar uma rede comercial com as mais variadas regiões do país, através do comércio atacadista e varejista do feijão.

Observamos a importância do Centro de Abastecimento de Feira de Santana para as relações comerciais estabelecidas na cidade, a partir do momento em que integra a rede de comercialização do feijão, independente da quantidade comercializada, da origem do produto ou do seu destino. O Centro de Abastecimento foi confirmado enquanto espaço de concretização da comercialização regional, onde os comerciantes das diversas cidades do Estado, e de outras regiões do país encontram-se para a realização da compra e venda do feijão. O espaço apresenta graves problemas de infra-estrutura, mas isto não inviabiliza o seu papel, quando este é colocado como referência para o desenvolvimento da atividade aqui estudada.

## 7 Referências bibliográficas

A FEIRA LIVRE. **A Tarde**, Salvador, 11 jan. 1977. Caderno 2, p. 13.

ASSIS, F. L. As redes de comércio e de serviço entre a cidade média de Sobral e algumas cidades pequenas da região norte do Ceará. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 10., 2005, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2005. 1 CD-ROM.

BAHIA. Decretos Simples, de 15 de agosto de 1975. **Diário Oficial [do] Estado da Bahia**, Poder Executivo, Salvador, 16 e 17 ago. 1975.

BORGES, E. Feira tem maior safra em 5 anos. **A Tarde**, Salvador, 29 ago. 2005. Caderno Rural, p. 5.

CARDOSO, M. F. T.; AZEVEDO, L. M. P. Rede de localidades centrais: uma tipologia aplicada ao Brasil. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, ano 44, n. 4, p. 639-675, out./dez. 1982.

CARLOS, A. F. A. **A Cidade**. São Paulo: Contexto, 1992. 98 p.

CARVALHO, A. D. da S. Feira de Santana e o comércio do gado. **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, n. 28, mar. 1958.

CENTRO DE ESTATÍSTICA E INFORMAÇÕES (Bahia). **Informações básicas dos municípios baianos**. Salvador, 1994. nv.

CLARK, D. **Introdução à geografia urbana**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991. 286 p.

COELHO, M. S. A. Análise das redes urbanas nordestinas. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, v. 52, n. 2, p. 59-74, abr./jun. 1990.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias geográficas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 302 p.

CORRÊA, R. L. Rede urbana e formação espacial – uma reflexão considerando o Brasil. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano 5, n. 8, jan./jun. 2000.



CORRÊA, R. L. Redes geográficas – 5 pontos para discussão. In: VASCONCELOS, P. A.; SILVA, S. C. B. M. (Org.). **Novos estudos de geografia urbana brasileira**. Salvador; EDUFBA, 1999. p. 65-70.

CORRÊA, R. L. Dimensões de análise das redes geográficas. In: SILVA, J. B.; COSTA, M. C. L.; DANTAS, E. W. C. (Org.). **A cidade e o urbano**. Fortaleza: EUFC, 1997.

CORRÊA, R. L. Metrôpoles, corporações e espaço: uma introdução ao caso brasileiro. In: CASTRO, I. E., GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Brasil: questões atuais da reorganização do território**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996. p. 67-114.

CORRÊA, R. L. **Região e organização espacial**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1995. 93 p.

CORRÊA, R. L. **O Espaço urbano**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1993. 94 p.

CORRÊA, R. L. **A Rede urbana**. São Paulo: Ática, 1989. 96 p.

CORRÊA, R. L. A rede de localidades centrais nos países subdesenvolvidos. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, ano 50, n. 1, p. 61-83, jan./mar. 1988.

CRUZ, R. C. **A inserção de Feira de Santana (BA) nos processos de integração produtiva e desconcentração econômica nacional**. 1999. Tese (Doutorado em Economia) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1999.

DIAS, L. C. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 141-164.

DOLLFUS, O. **A análise geográfica**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1973. 130 p.

DOURADO NETO, D.; FANCELLI, A. L. **Produção de feijão**. Guaíba: Agropecuária, 2000. 385 p.

EMBRAPA. EMBRAPA ARROZ E FEIJÃO. (Santo Antônio de Goiás, GO). **Sistemas de produção do feijoeiro**. Disponível em: <<http://www.cnpaf.embrapa.br>>. Acesso em: 10 nov. 2002.

FEIRA DE SANTANA. Prefeitura Municipal. **Pesquisa do perfil sócio-econômico dos vendedores do centro de abastecimento**. Feira de Santana, 2001.

FEIRA DE SANTANA. Prefeitura Municipal. **Projeto cabana**. Feira de Santana, 1974.

FREITAS, N. B. **Urbanização em Feira de Santana**: influência da industrialização: 1970-1996. 1998. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1998.

GEIGER, P. P. **Evolução da rede urbana brasileira**. Rio de Janeiro: Centro Brasileiro de Pesquisas Educacionais, 1963. 462 p.

HAESBAERT, R. **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002. 186 p.

IBGE. Banco de Dados Agregados. **Quantidade de feijão produzida**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 02 set. 2005.

IBGE. Cadastro Geral de Empresas. **Pessoal ocupado por atividade**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 06 set. 2005.

IBGE. Dados do Censo Demográfico Populacional. **Cidades**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 25 mai. 2005.

IBGE. Dados do Censo Demográfico Populacional. **População residente**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 02 set. 2005.

IBGE. **Normas de apresentação tabular**. 3. ed. Rio de Janeiro, 1993. 61 p.

INAUGURAÇÃO do Centro de Abastecimento. **Jornal Feira Hoje**, Feira de Santana, 07 nov. 1976.

MONBEIG, P. **Pioneiros e fazendeiros de São Paulo**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1998. 392 p.

OLIVEIRA, B. S. A Rede urbana em tese: contribuições teóricas rumo ao novo milênio. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 10., 2005, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2005. 1 CD-ROM.

POPPINO, R. E. **Feira de Santana**. Salvador: Editora Itapuã, 1968. 328 p.

PORTO, E. **Desenvolvimento e território na Bahia**. Salvador: SEI, 2003. 111 p.

ROCHEFORT, M. **Redes e sistemas: ensinando sobre o urbano e a região**. São Paulo: HUCITEC, 1998. 174 p.

SANTANA, M. R. C. **Redes Técnicas: os avatares geográficos da cidade mediada eletronicamente**. In: SANTOS, J. M. dos.; FARIA, M. (Org.). **Reflexões e construções geográficas contemporâneas**. Salvador: [s. n.], 2004. p. 58-86.

SANTOS, C. R. **Interações espaciais do Centro de Abastecimento de Feira de Santana**. 2003. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade Estadual de Feira de Santana, Feira de Santana, 2003.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 471 p.

SANTOS, M. **O Espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979. 345 p.

SANTOS, M. **A Urbanização brasileira**. São Paulo: HUCITEC, 1993. 157 p.

SANTOS, M. **A Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1997. 308 p.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. 5 ed. São Paulo: HUCITEC, 1997. 124 p.

SENRA, N. C. Contribuição para estudos sobre comercialização de produtos agrícolas. **Boletim de Geografia Teorética**, Rio Claro, v. 7, n. 14, p. 47-60, 1977.

SILVA, B.-C. N. et al. **Atlas escolar Bahia: espaço geo-histórico e cultural**. 2. ed. João Pessoa: Grafset, 2004. 198 p.

SILVA, S. C. B. de M.; SILVA, B.-C. N. **Cidade e região no estado da Bahia**. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1991. 206 p.

SILVA, S. C. B. de M.; SILVA, B.-C. N.; LEÃO, S. O. **O Subsistema urbano-regional de Feira de Santana**. Recife: SUDENE-CPR, 1985. 376 p.

SILVA, S. C. B. de M.; SILVA, B.-C. N. **Urbanização e metropolização do estado da Bahia** – evolução e dinâmica. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1989. 262 p.

SILVA, S. C. B. de M. Teorias de localização e de desenvolvimento regional. **Geografia**, Rio Claro, v. 1, n. 2, p. 1-23, 1976.

VASCONCELOS, P. A. **Dois séculos de pensamento sobre a cidade**. Ilhéus: Editus, 1999. 596 p.

# Anexos

## Anexo A

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
MESTRADO EM GEOGRAFIA

Nº - \_\_\_\_  
DATA - \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

### Questionário – Comerciantes Atacadistas e Varejistas

#### I – Identificação do Comerciante

2 – Idade: \_\_\_\_\_

3 – Sexo: M ( ) F ( )

4 – Local onde nasceu: \_\_\_\_\_

5 – Onde mora hoje:

Feira de Santana (cidade)	
Feira de Santana (distritos)	
Outro município	
Outro estado	

#### II – Caracterização do local / equipamento de trabalho

1 – Qual o tipo de equipamento utilizado para a comercialização dos produtos:

Box	( )	Banca de Cimento (Pedra)	( )	Cesta	( )
Toldo	( )	Barraca Fixa	( )	Tabuleiro	
Chão	( )	Banca de Madeira	( )	Carrinho	
Outro	( )	_____			

2 – Como conseguiu este ponto:

2.1 - Prefeitura

Comprado	( )	Alugado	( )
Cedido	( )	Ocupado	( )
Outro	( ) _____		

2.2 – Terceiros

Comprado	( )	Alugado	( )
Cedido	( )	Ocupado	( )
Outro	( ) _____		

3- É o dono do ponto:

Sim	( )	Não, familiar	( )
Não, empregado	( )	Outro _____	( )

4 – Quem está sempre no local:

Dono	( )	Familiar	( )
Empregado	( )	Outro _____	( )

5 – Qual é a área ocupada pelo seu ponto (em metros quadrados)? \_\_\_\_\_

6 – Na sua opinião quais são os melhores equipamentos para a comercialização (escolher um item):

Box	( )	Banca de Cimento (Pedra)	( )	Chão	( )
Toldo	( )	Barraca Fixa	( )	Tabuleiro	
Cesta	( )	Banca de Madeira	( )	Carrinho	

Outro	( )	_____			
-------	-----	-------	--	--	--

6.1 – Por que considera o equipamento acima citado como melhor?

\_\_\_\_\_

7 – Onde guarda a mercadoria comercializada:

No local ( ) Em depósito particular fora do Centro de Abastecimento( )

8 – Possui estoque:

8.1 - Caso afirmativo,

Produto	Quantidade aproximada
Amendoim	
Arroz	
Farinha*	
Feijão	
Milho	
Soja	

\* Todas as vezes que nos referirmos a farinha estaremos falando de farinha de mandioca.

8.2 – Caso negativo,

Por que não estoca? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### III – O trabalho no Centro de Abastecimento

1 - Há quanto tempo trabalha no Centro de Abastecimento?

Menos de 5 anos	( )	Entre 15 e 20	( )	Mais de 30 anos*	( )
Entre 5 e 10 anos	( )	Entre 20 e 25 anos	( )		
Entre 10 e 15 anos	( )	Entre 25 e 30 anos	( )		

\* Remanescentes da feira livre na avenida principal da cidade.

2 – Tinha outra profissão antes de vir trabalhar no Centro de Abastecimento?

Sim ( ) _____	Não ( ) _____
---------------	---------------

3 – Só vive do comércio no Centro de Abastecimento ou tem outra fonte de renda?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4 – Outras pessoas da família trabalham com o senhor (a)?

Grau de Parentesco	Pai	Mãe	Irmão (ã)	Marido	Mulher	Filho(a)	Outro Parente
Número de dias que trabalha							
Horas por dia							

5 – Outras pessoas da família trabalham no Centro de Abastecimento em outros setores:

Grau de Parentesco	Setor	Nº de dias
Pai		
Mãe		
Irmão (ã)		
Marido		
Mulher		
Filho(a)		
Outro Parente		

6 - Quais os dias da semana\* que comercializa?

Segunda-feira	( )	Quinta-feira	( )	Todos os dias	( )
Terça-feira	( )	Sexta-feira	( )		
Quarta-feira	( )	Sábado	( )		

\* Não funciona aos domingos

7 – Em média, quantas horas por dia o senhor permanece no seu local de comércio?

\_\_\_\_\_

8 – Quais os dias da semana de maior movimento?

Segunda-feira	( )	Quinta-feira	( )	Todos os dias	( )
Terça-feira	( )	Sexta-feira	( )		
Quarta-feira	( )	Sábado	( )		

#### IV – Caracterização dos produtos vendidos

1 – Locais de origem dos produtos vendidos:

Locais de origem	Produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Próprio município												
b) Municípios vizinhos												
c) Outros municípios												
d) Outros Estados												

1.1 – Quais os municípios de origem? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.2 – Quais os estados de origem? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.3 – A origem dos produtos vendidos muda durante o ano:

( ) Diária	( ) Quinzenal	( ) Semestral
( ) Semanal	( ) Mensal	( ) Anual

2 – Locais de destino dos produtos vendidos:

Locais de origem	Produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Próprio município												
b) Municípios vizinhos												
c) Outros municípios												



d) Outros Estados													
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2.1 – Quais os municípios de destino? \_\_\_\_\_

2.2 – Quais os estados de destino? \_\_\_\_\_

2.3 – O destino dos produtos vendidos muda durante o ano:

<input type="checkbox"/> Diária	<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual

3- Com quantos fornecedores trabalha? \_\_\_\_\_

4 – O (A) Senhor (a) muda de fornecedores:

<input type="checkbox"/> Diária	<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual

5 - Quem são os fornecedores?

Fornecedores	Especificar por produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Pequenos produtores												
b) Grandes produtores												
c) Intermediários												
d) Produção própria												
e) Outros												

6 – Quantas sacas / 60 kg compra de cada fornecedor?

Fornecedores	Especificar por produto:						Quantidade:					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Pequenos produtores												
b) Grandes produtores												
c) Intermediários												
d) Produção própria												
e) Outros												

7 – Qual a frequência da compra:

Produtos	Frequência de compras					
	Diária	Semanal	Quinzenal	Mensal	Semestral	Anual
Amendoim						

Arroz						
Farinha						
Feijão						
Milho						
Soja						

8 – Como mantém contato com os fornecedores?

<input type="checkbox"/> Telefone	<input type="checkbox"/> Correios
<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Pessoalmente
<input type="checkbox"/> Outros	

9 – Como o produto chega até o senhor (a)?

<input type="checkbox"/> Frete pago pelo comerciante	<input type="checkbox"/> Frete pago pelo intermediário
<input type="checkbox"/> Frete pago pelo produtor	<input type="checkbox"/> Outros meios _____

### V – Perfil dos compradores

1 – Quem são os compradores?

Compradores	Produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Restaurantes												
b) Grandes supermercados												
c) Supermercados de bairros												
d) Supermercados de cidades vizinhas												
d) Mercarias												
e) Varejistas do Próprio Centro de Abastecimento												
f) Comerciantes de outras feiras livres da cidade												
g) Comerciantes de feiras de outras cidades												
h) Comerciantes de feiras livres de outros estados												

2 – Tem compradores que voltam sempre:

Compradores	Regularidade				
	Semanal	Quinzenal	Mensal	Semestral	Anual
a) Restaurantes					

b) Grandes supermercados					
c) Supermercados de bairros					
d) Supermercados de cidades vizinhas					
d) mercearias					
e) Varejistas do Próprio Centro de Abastecimento					
f) Comerciantes de outras feiras livres da cidade					
g) Comerciantes de feiras de outras cidades					

3 – Qual o produto mais vendido (por ordem de importância/ em sacas)?

Farinha	( )	Soja	( )
Feijão	( )	Arroz	( )
Amendoim	( )	Milho	( )

4 – Como o (a) senhor (a) caracteriza os compradores que freqüentam o Centro de Abastecimento no setor de cereais? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5 – O que mudou nos últimos anos em relação à venda de feijão?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### **VI – Perspectivas para o comércio no Centro de Abastecimento**

1 – O que espera para o futuro comercial no Centro de Abastecimento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2 – Sugestões para a melhoria do Centro de Abastecimento. O que a Prefeitura Municipal pode fazer? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Anexo B

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
MESTRADO EM GEOGRAFIA

Nº - \_\_\_\_  
DATA - \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**Questionário – Consumidores Atacadistas e Varejistas**

**I – Identificação do Consumidor**

- 1 – Nome: \_\_\_\_\_  
2 – Idade: \_\_\_\_\_ 3 – Sexo: M ( ) F ( )  
4 – Local onde nasceu: \_\_\_\_\_  
5 – Onde mora hoje: \_\_\_\_\_

Feira de Santana (cidade)	
Feira de Santana (distritos)	
Outro município	
Outro estado	

6 – Profissão: \_\_\_\_\_

**II – Caracterização dos contatos entre consumidores e o Centro de Abastecimento**

1 – Como obteve conhecimento do Centro de Abastecimento:

<input type="checkbox"/> Jornal	<input type="checkbox"/> Rádio	<input type="checkbox"/> Correios	<input type="checkbox"/> Outras pessoas
<input type="checkbox"/> Televisão	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Outdoor	<input type="checkbox"/> Outros meios _____

2 - Há quanto tempo consome os produtos do Centro de Abastecimento?

Menos de 1 ano	<input type="checkbox"/>	Entre 10 e 15 anos	<input type="checkbox"/>	Mais de 25 anos	<input type="checkbox"/>
Entre 1 e 5 anos	<input type="checkbox"/>	Entre 15 e 20	<input type="checkbox"/>		
Entre 5 e 10 anos	<input type="checkbox"/>	Entre 20 e 25 anos	<input type="checkbox"/>		

3 – Consome feijão?

Sim  Não

4 – Além do feijão, compra produtos de outros setores (marcar quantos utilizar):

<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Produtos de fumo
<input type="checkbox"/>	Frutas	<input type="checkbox"/>	Legumes e verduras
<input type="checkbox"/>	Aves abatidas	<input type="checkbox"/>	Ovos
<input type="checkbox"/>	Bebidas	<input type="checkbox"/>	Produtos de limpeza
<input type="checkbox"/>	Condimentos	<input type="checkbox"/>	Artigos da flora medicinal
<input type="checkbox"/>	Miúdos e vísceras	<input type="checkbox"/>	Produtos para embalagens
<input type="checkbox"/>	Produtos de artesanato	<input type="checkbox"/>	Hortaliças
<input type="checkbox"/>	Castanhas de caju, amendoim e camarão seco	<input type="checkbox"/>	Artigos de armarinho, bijuterias, miudezas
<input type="checkbox"/>	Derivados de mandioca	<input type="checkbox"/>	Aves vivas
<input type="checkbox"/>	Carnes secas e salgadas	<input type="checkbox"/>	Carne do sol
<input type="checkbox"/>	Artigos de mobiliário	<input type="checkbox"/>	Artigos de calçados
<input type="checkbox"/>	Pescados	<input type="checkbox"/>	Rações balanceadas para animais

<input type="checkbox"/>	Derivados de leite	<input type="checkbox"/>	Artigos de tecidos e confecções
<input type="checkbox"/>	Artigos de cutelaria, ferragens e ferramentas	<input type="checkbox"/>	Artigos de alumínio, utensílios domésticos
<input type="checkbox"/>	Artigos religiosos e de cultos	<input type="checkbox"/>	Outros

4 – Utiliza serviços no Centro de Abastecimento:

<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Açougue
<input type="checkbox"/>	Mercearias	<input type="checkbox"/>	Lanchonetes e similares
<input type="checkbox"/>	Armazéns	<input type="checkbox"/>	Depósito
<input type="checkbox"/>	Empórios	<input type="checkbox"/>	Jogos
<input type="checkbox"/>	Mercadinhos	<input type="checkbox"/>	Reparação de objetos pessoais e domésticos
<input type="checkbox"/>	Farmácia	<input type="checkbox"/>	Outros _____
<input type="checkbox"/>	Agências e postos bancários		

5 – Só faz compras no Centro de Abastecimento?

Sim

Não. Outros locais: \_\_\_\_\_

6 – Alguém da sua família trabalha aqui:

Grau de Parentesco	Pai	Mãe	Irmão (ã)	Marido	Mulher	Filho(a)	Outro Parente
Número de dias que trabalha							
Horas por dia							
Setor							

7 – Outras pessoas da família compram no Centro de Abastecimento:

Grau de Parentesco	Setor
Pai	
Mãe	
Irmão (ã)	
Marido	
Mulher	
Filho(a)	
Outro Parente	

8 – Quais os dias da semana que faz compras:

Segunda-feira	<input type="checkbox"/>	Quinta-feira	<input type="checkbox"/>	Todos os dias	<input type="checkbox"/>
Terça-feira	<input type="checkbox"/>	Sexta-feira	<input type="checkbox"/>		
Quarta-feira	<input type="checkbox"/>	Sábado	<input type="checkbox"/>		

9 – Em média quanto tempo gasta fazendo compras: \_\_\_\_\_

10 – Há um dia do mês específico para fazer compras: \_\_\_\_\_

## II – Relações comerciais com atacadistas e varejistas

1 – Compra sempre do mesmo comerciante?

Sim. Por que \_\_\_\_\_

Não. Por que \_\_\_\_\_

2 – Muda de adquirir a mercadoria com um mesmo comerciante:

<input type="checkbox"/> Diária	<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual

3 – Qual o meio de transporte utilizado entre a sua casa e o Centro de Abastecimento:

Avião <input type="checkbox"/>	Carro pequeno alugado <input type="checkbox"/>	Caminhão alugado <input type="checkbox"/>
Ônibus <input type="checkbox"/>	Carro pequeno próprio <input type="checkbox"/>	Caminhão próprio <input type="checkbox"/>
A pé <input type="checkbox"/>	Carroça <input type="checkbox"/>	Outro _____ <input type="checkbox"/>

4 – Dos produtos comercializados no Centro de Abastecimento, no setor de cereais quais e senhor (a) costuma comprar:

Produtos	Quantidade aproximada em Kg
Amendoim	
Arroz	
Farinha	
Feijão	
Milho	
Soja	

5 – Por que compra feijão no Centro de Abastecimento? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6- Como mantém contato com os comerciantes:

<input type="checkbox"/> Telefone	<input type="checkbox"/> Correios
<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Pessoalmente
<input type="checkbox"/> Outros _____	

7 – Como o produto é transportado do Centro para o seu local de residência:

<input type="checkbox"/>	Comerciante manda entregar no local de residência
<input type="checkbox"/>	Providencia sua própria condução e da mercadoria que compra
<input type="checkbox"/>	O Centro de Abastecimento tem serviço de entrega independente do setor
<input type="checkbox"/>	Outro meio

8 – Os produtos comprados são levados para:

Locais de destino	Produto:						Quantidade (Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Próprio município												
b) Municípios vizinhos												
c) Outros municípios												

8.1 – Quais os municípios de destino? \_\_\_\_\_

8.2 – Quais os estados de destino? \_\_\_\_\_

9 – Compra para:

Compradores	Produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Restaurantes												
b) Grandes supermercados												
c) Supermercados de bairros												
d) Supermercados de cidades vizinhas												
d) Mercarias												
e) Varejistas do Próprio Centro de Abastecimento												
f) Comerciantes de outras feiras livres da cidade												
g) Comerciantes de feiras de outras cidades												
h) Comerciantes de feiras livres de outros estados												

10 – Retorna ao Centro para efetuar compra de feijão:

Compradores	Regularidade				
	Semanal	Quinzenal	Mensal	Semestral	Anual
a) Restaurantes					
b) Grandes supermercados					
c) Supermercados de bairros					
d) Supermercados de cidades vizinhas					
d) Mercadorias					
e) Varejistas do Próprio Centro de Abastecimento					
f) Comerciantes de outras feiras livres da cidade					
g) Comerciantes de feiras de outras cidades					

### III - Perfil dos comerciantes e do Centro de Abastecimento de Feira de Santana na visão dos consumidores

1 – Como o (a) senhor (a) caracteriza o comércio de cereais no Centro de Abastecimento? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2 – Quais as vantagens de comprar no Centro de Abastecimento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3 – Quais as desvantagens de comprar no Centro de Abastecimento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4 - O que mudou nos últimos anos em relação à venda de cereais, especificamente o feijão?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5 – O que espera para o futuro comercial no Centro de Abastecimento? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6 – Sugestões para a melhoria do Centro de Abastecimento.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Anexo C

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
MESTRADO EM GEOGRAFIA

Nº - \_\_\_\_  
DATA - \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

### Questionário - Fornecedores

#### I – Identificação do Fornecedor

1 – Nome: \_\_\_\_\_

2 – Idade: \_\_\_\_\_

3 – Sexo: M ( ) F ( )

4 – Local onde nasceu: \_\_\_\_\_

5 – Onde mora hoje:

Feira de Santana (cidade)	
Feira de Santana (distritos)	
Outro município	
Outro estado	

7 – Tinha outra profissão antes de ser fornecedor para os comerciantes do Centro de Abastecimento?

Sim ( ) _____	Não ( ) _____
---------------	---------------

8 – Só vive do fornecimento de cereais para os comerciantes do Centro de Abastecimento ou tem outra fonte de renda? \_\_\_\_\_

9 – Outras pessoas da família trabalham com o senhor (a)?

Grau de Parentesco	Pai	Mãe	Irmão (ã)	Marido	Mulher	Filho(a)	Outro Parente
Número de dias que trabalha							
Horas por dia							

#### II – Caracterização dos contatos entre fornecedores e o Centro de Abastecimento

1- Como tomou conhecimento do Centro de Abastecimento de Feira de Santana:

Outros fornecedores	( )
Comerciantes do local que vão a outros Estados	( )
Comerciantes do seu local de origem	( )
Outros comerciantes	( )
Produtores de sua região	( )
Produtores de Feira que comercializam no Centro e em outros estados	( )
Outro meio _____	( )

2 - Há quanto tempo fornece para os comerciantes do Centro de Abastecimento?

Menos de 5 anos	( )	Entre 15 e 20	( )	Mais de 30 anos*	( )
Entre 5 e 10 anos	( )	Entre 20 e 25 anos	( )		
Entre 10 e 15 anos	( )	Entre 25 e 30 anos	( )		

\* Remanescentes da feira livre na avenida principal da cidade.

3 – Existem períodos específicos para sua vinda ao Centro de Abastecimento:

<input type="checkbox"/> Diária	<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual

4 – Em média, quanto tempo o senhor permanece no local?

\_\_\_\_\_

5 – Existe um dia específico para a presença no Centro de Abastecimento:

Segunda-feira	<input type="checkbox"/>	Quinta-feira	<input type="checkbox"/>	Todos os dias	<input type="checkbox"/>
Terça-feira	<input type="checkbox"/>	Sexta-feira	<input type="checkbox"/>		
Quarta-feira	<input type="checkbox"/>	Sábado	<input type="checkbox"/>		

6 – Como mantém contato com os comerciantes:

<input type="checkbox"/> Telefone	<input type="checkbox"/> Correios
<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Pessoalmente
<input type="checkbox"/> Outros _____	

7 – Com que frequência mantém contato com os comerciantes:

<input type="checkbox"/> Diária	<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual

8 – Por que fornece para os comerciantes do Centro de Abastecimento?

\_\_\_\_\_

9 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao Centro de Abastecimento:

Avião <input type="checkbox"/>	Carro pequeno alugado <input type="checkbox"/>	Caminhão alugado	<input type="checkbox"/>
Ônibus <input type="checkbox"/>	Carro pequeno próprio <input type="checkbox"/>	Caminhão próprio	<input type="checkbox"/>
		Outro _____	<input type="checkbox"/>

### III – Relações comerciais no Centro de Abastecimento:

1 – Quais os produtos comercializados (trazidos de seu local de origem):

Produtos	Quantidade aproximada em sacas de 60 Kg
Amendoim	
Arroz	
Farinha*	
Feijão	
Milho	
Soja	

\* Todas as vezes que nos referirmos a farinha estaremos falando de farinha de mandioca.

2 – Quais os produtos comercializados (que leva para seu local de origem):

Produtos	Quantidade aproximada em sacas de 60 Kg
Amendoim	
Arroz	
Farinha	
Feijão	
Milho	
Soja	

Outros	
--------	--

3 - Com quantos comerciantes trabalha:

Comerciantes	Frequência
Atacadistas	
Varejistas	

4 - Para quais comerciantes fornece:

Produto	Quantidade aproximada	
	Varejistas	Atacadistas
Amendoim		
Arroz		
Farinha		
Feijão		
Milho		
Soja		

5 - O (A) Senhor (a) muda de comerciantes:

<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual
<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral	

6 - Como transporta a mercadoria negociada com os comerciantes:

Tipo de veículo	Tamanho	Capacidade da carga
Carroça		
Carro pequeno alugado		
Carro pequeno próprio		
Caminhão alugado		
Caminhão próprio		
Outro tipo de condução		

7 - Fornece só cereais ou outros produtos:

Só cereais:  feijão  milho  arroz  amendoim  farinha  soja.  
Outros produtos, especificar \_\_\_\_\_

8 - Leva só cereais ou outros produtos:

Só cereais:  feijão  milho  arroz  amendoim  farinha  soja.  
Outros produtos \_\_\_\_\_

9 - Qual a frequência do fornecimento:

Produtos	Frequência de compras					
	Diária	Semanal	Quinzenal	Mensal	Semestral	Anual
Amendoim						
Arroz						
Farinha						
Feijão						
Milho						
Soja						

10 – Quais as vantagens de comercializar no Centro de Abastecimento?

---



---

11 – Quais as desvantagens de comercializar no Centro de Abastecimento?

---



---

#### IV – Caracterização da produção comercializada

1- Qual a origem dos produtos comercializados:

Locais de origem	Produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Próprio município												
b) Municípios vizinhos												
c) Outros municípios												

1.1 – Quais os municípios de origem? \_\_\_\_\_

1.2 – Quais os estados de origem? \_\_\_\_\_

1.3 – A origem dos produtos vendidos muda durante o ano:

<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Mensal	<input type="checkbox"/> Anual
<input type="checkbox"/> Quinzenal	<input type="checkbox"/> Semestral	

2 – Como adquire a produção que fornece?

Aquisição	Especificar por produto:						Quantidade (Sacas de 60 Kg):					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Pequenos produtores												
b) Grandes produtores												
c) Outros Intermediários												
d) Produção própria												
e) Outros												

3 – Quantas sacas / 60 kg compra de cada produtor?

Produtor	Especificar por produto:						Quantidade:					
	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho	Feijão	Farinha	Amendoim	Soja	Arroz	Milho
a) Pequenos produtores												
b) Grandes produtores												
c) Outros Intermediários												
d) Produção própria												
e) Outros												

4 – Qual o destino dado a produção adquirida:

<input type="checkbox"/>	Fornece integralmente ao Centro de Abastecimento de Feira de Santana
<input type="checkbox"/>	Fornece parte para o seu próprio município parte para o Centro de Abastecimento
<input type="checkbox"/>	Divide entre regiões diferentes entre seu município até chegar o Centro de Abastecimento
<input type="checkbox"/>	Divide por regiões de acordo a demanda
<input type="checkbox"/>	Outros _____

5 – Como o produto chega até o senhor (a)?

<input type="checkbox"/>	Frete pago pelo comerciante	<input type="checkbox"/>	Produção própria
<input type="checkbox"/>	Frete pago pelo produtor	<input type="checkbox"/>	Outros meios _____

### V – Perfil dos comerciantes e do Centro de Abastecimento de Feira de Santana na visão dos fornecedores

1- Como o (a) senhor (a) caracteriza os comerciantes que trabalham no Centro de Abastecimento no setor de cereais? \_\_\_\_\_

2 - O que mudou nos últimos anos em relação à venda de cereais, especificamente o feijão? \_\_\_\_\_

3 – O que espera para o futuro comercial no Centro de Abastecimento? \_\_\_\_\_

4 – Sugestões para a melhoria do Centro de Abastecimento. \_\_\_\_\_