



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**CAMPUS DO SERTÃO – UNIDADE EDUCACIONAL DE SANTANA DO IPANEMA**  
**GRADUAÇÃO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**O MERCADO AGROALIMENTAR LOCAL EM SANTANA DO IPANEMA,  
ALAGOAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DE DUAS FEIRAS LIVRES.**

**ALOBENIA KELVIA FERREIRA DA SILVA**

**ALAGOAS, SETEMBRO/2020**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**CAMPUS DO SERTÃO – UNIDADE EDUCACIONAL DE SANTANA DO IPANEMA**  
**GRADUAÇÃO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**O MERCADO AGROALIMENTAR LOCAL EM SANTANA DO IPANEMA,  
ALAGOAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DE DUAS FEIRAS LIVRES.**

**ALOBENIA KELVIA FERREIRA DA SILVA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetida à Universidade Federal de Alagoas como exigência à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

**Orientador: Prof. Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa, DSc.**

**ALAGOAS, SETEMBRO/2020**

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Unidade Santana do Ipanema**  
Responsável: Rafaela Lima de Araújo – CRB4 - 2058

S586m Silva, Alobenia Kelvia Ferreira da.  
O mercado agroalimentar local em Santana do Ipanema, Alagoas: um análise a partir de duas feiras livres / Alobenia Kelvia Ferreira da Silva. - 2020.  
63 f.: il.  
Orientador: Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Alagoas. Unidade Santana do Ipanema. Curso de Ciências Econômicas. Santana do Ipanema, 2020.  
Bibliografia: f. 52-59.  
Apêndice: f. 60-63.

1. Economia local. 2. Feira livre. 3. Agricultores. 4. Feirantes.  
5. Santana do Ipanema – Alagoas. I. Título.

CDU: 330

ALAGOAS, SETEMBRO/2020



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**CAMPUS DO SERTÃO – UNIDADE EDUCACIONAL DE SANTANA DO IPANEMA**  
**GRADUAÇÃO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE TRABALHO DE  
CONCLUSÃO DE CURSO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

***O MERCADO AGROALIMENTAR LOCAL EM SANTANA DO IPANEMA,  
ALAGOAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DE DUAS FEIRAS LIVRES.***

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o candidato ALOBENIA KELVIA FERREIRA DA SILVA.

Orientador:

---

Prof. Doutor Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa  
Universidade Federal de Alagoas

Banca Examinadora:

---

Prof. Mestre Alcides José de Omena Neto  
Universidade Federal de Alagoas

---

Prof. Mestre Mauricio de Siqueira Silva  
Autarquia de Ensino Superior de Arcoverde

## DEDICATÓRIA

Dedico aos bons momentos que tive nesta “pequena” jornada, assim com aos momentos ruins em que aprendi a ter paciência para entender que tudo acontece no tempo certo. “Nasço amanhã Ando onde há espaço – Meu tempo é quando” (Vinicius de Moraes).

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus (frase clichê, mas que de fato é verdade), pois sem ele para me guiar nesta jornada seria difícil, só Ele para saber das dificuldades e turbulências que ocorreram neste percurso. Agradeço também a minha querida mãe, Simone Ferreira, pelo apoio, carinho, puxões de orelha, mas que acima de tudo, sempre acreditou no meu esforço, e mesmo em meio às dificuldades sempre esteve ao meu lado e nunca me deixou desistir. Mulher guerreira e merecedora de toda a minha admiração!

Não posso deixar de agradecer também a minha irmã, Kelly Ferreira, pelo o incentivo, pelas conversas em alguns momentos, pela ajuda, apoio e dedicação para que tudo desse certo. E claro, também agradeço a três pessoas maravilhosas que não posso deixar de ressaltar e que com toda certeza foram muito importantes para a construção deste trabalho, são elas: Fabine Roberta, Amanda Ferreira e Tereza Guimarães, meu muito obrigado, meninas. Agradeço também a um amigo de longa data, Luilson da Silva Santos, por todo apoio. Não posso esquecer também do meu orientador, pela paciência e ajuda, pois sem a sua orientação, a construção deste trabalho não seria possível. Agradeço imensamente, Prof. Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa. Agradeço a toda comunidade acadêmica, aos demais professores e, claro, ao Centro acadêmico de Economia (CAECO), onde pude fazer parte dessa história.

Para finalizar, agradeço a todos os meus amigos e familiares (que acima não foram citados, mas que ajudaram de alguma forma) pelo apoio direto e indireto neste trabalho, pelo carinho, troca de ideias, informações e etc., no qual de certo modo também contribuiu para finalização desta monografia. Sou muito grata por ter pessoas em que pude contar nesta jornada que estou encerrando agora e, pretendo continuar contando nas próximas que iniciarão.

Gratidão!

## RESUMO

A feira é o meio de comercialização mais obsoleto dentro da economia, englobando tanto a questão da renda e/ou subsistência para população da zona rural, como também se trata da segurança alimentar para os consumidores através dos produtos com/sem agrotóxicos. Portanto, a questão abordada na construção deste trabalho foi de analisar os atores participantes de duas feiras livres em Santana do Ipanema/AL, assim como os agricultores/feirantes, consumidores e produtos que ali estão inseridos para compreender um pouco da dinâmica deste mercado. Foi aplicado um questionário para obter uma melhor resolução do que ocorre dentro deste cenário, assim como o intuito de descrevê-lo (de forma qualitativa) mostrando um pouco da história e a importância para economia local.

**Palavras-chaves:** Feira livre; agricultor; renda e economia local.

## **ABSTRACT**

The fair is the most obsolete means of marketing within the economy, encompassing both the issue of income and / or subsistence for the rural population, as well as food security for consumers through products with / without pesticides. Therefore, the question addressed in the construction of this work was to analyze the actors participating in two open markets in Santana do Ipanema / AL, as well as the farmers / marketers, consumers and products that are inserted there to understand a little of the dynamics of this market. A questionnaire was applied to obtain a better resolution of what occurs within this scenario, as well as the purpose of describing it (in a qualitative way) showing a little of the history and the importance for the local economy.

**Keywords:** Open market; farmer; income and local economy.



## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – População total, por Gênero, Rural/Urbano, Santana do Ipanema – AL, 1991 a 2010 .....	30
Tabela 02 – Estabelecimento e área da agricultura familiar, Santana do Ipanema – AL, 2006.....	30
Tabela 03 – Produto Interno Bruto a preço corrente e Produto Interno Bruto <i>per capita</i> segundo as Grandes Regiões, as unidades da Federação e os municípios – 2004-2008 .....	33
Tabela 04 – PIB por Município: Santana do Ipanema – AL, 2017.....	34

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Valor adicionado bruto e preços correntes da agropecuária, Santana do Ipanema – AL, 2002 a 2009 (unidade: R\$ X 1000) .....	31
Gráfico 02 – Valor adicionado bruto e preços correntes da Indústria (unidade: R\$ X 1000) .....	32

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**EMATER** - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

**EBIA** - Escala Brasileira de Insegurança Alimentar

**SAGI** - secretaria de Avaliação e Gestão da Informação

**PIB** – Produto Interno Bruto

**SAA** - Subsecretaria de Assuntos Administrativos

**FLV** - Frutas, legumes e verduras

**IBGE** - O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**VA** - Valor Adicionado

**PAM** - Pesquisa Agrícola Municipal

**CEASA** - Centrais Estaduais de Abastecimento

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.2. Objetivos: Geral e Específicos .....	16
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>17</b>
2.1. Sistema Agroalimentar .....	17
2.2. Mercados Localizados.....	19
2.3. Feira Livre e Sua Importância Para os Agricultores e a Economia .....	22
2.4.1. Atravessadores e as implicações para feira livre e a agricultura familiar .....	26
2.4.2. Formação de Preço dos Alimentos nas Feiras Livres .....	27
<b>3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>29</b>
<b>4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>31</b>
4.1. Agropecuária no Município de Santana do Ipanema.....	31
4.2. Breve Apresentação das Feiras Livres Pesquisadas .....	36
4.2.1. Feira Livre – Tertuliano Nepomuceno .....	36
4.2.2. A Feira da Agricultura Familiar .....	37
4.3. O Mercado Agroalimentar Local em Santana do Ipanema.....	38
4.3.1. Perfil dos Feirantes Pesquisados e sua Atuação na Feira Livre .....	40
4.3.2. Comercialização nas Feiras Livres Pesquisadas .....	42
4.3.3. O Preço dos Produtos Comercializados nas Feiras Livres Pesquisadas .....	45
4.3.4. Renda dos Feirantes Pesquisados.....	46
4.3.5. As Feiras Livres Avaliadas: Cenário e Perspectivas .....	46
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>52</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>60</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo (ROMCY et al., 2017) As feiras livres são, historicamente, o local de comercialização do excedente da produção agrícola de subsistência pela família camponesa e local de socialização destes com a população consumidora urbana. É o meio de tradição rustica, desde os primórdios aos dias atuais. Com o decorrer do tempo, podemos observar a estrutura da feira como vem se adequando ao meio capitalista, porém, sem perder sua essência.

A feira livre é importante para o meio econômico e social da agricultura familiar. Do ponto de vista econômico, os feirantes reunidos vendem uma produção que não alcançaria outros mercados, já que os produtos comercializados, muitas vezes, estão ligados à cultura alimentar local. Entretanto, a agricultura familiar vem sendo vista com outros olhos, tanto por agregar na economia do município, como por desenvolvimento ambiental, se tornando fundamental na renda do agricultor. Mostrando uma dinâmica de mercado totalmente diferente, tanto pela adaptação das feiras ao setor capitalista, como sua estrutura.

As feiras livres, por sua vez, além de representarem importantes relações comerciais, desempenhando um relevante papel na economia das cidades planetárias ao longo da História, possuem uma significância cultural antiga e uma função social representativa, proporcionando distração e divertimento aos seus frequentadores (RIOS; SILVA, 2018, p. 81).

Muitos dependem das feiras como o único meio de renda através da agricultura familiar, aonde vem ganhando espaço ao longo do tempo. Antigamente, a agricultura familiar era vista como um meio de miséria perante os processos sociais, ambientais, econômicos e políticos, buscando ainda, manter seu espaço principalmente diante do mundo capitalista que está cada vez mais competitivo (SILVEIRA, 2017). A feira é o meio econômico mais antigo estabelecendo a inclusão dos produtos rurais e o meio direto de comercialização.

De acordo com (ÂNGULO, 2011; SÁ, 2010), “a feira é fundamental na renda do agricultor familiar da região. Em muitos casos, se apresenta como a única alternativa de obtenção de renda proveniente da propriedade.” Sendo assim, o único meio viável para muita dessas pessoas que não conseguem emprego ou possuem condição precária no mercado de trabalho. É importante ressaltar que a agricultura familiar é umas das grandes fontes de abastecimento no mercado interno brasileiro.

Segundo (CASTRO, 2012 p. 7) “No Nordeste brasileiro, a agricultura tem papel de destaque na economia regional. 82,6% da mão de obra do campo equivalem à agricultura familiar”.

Agricultura Familiar, mesmo não tendo a visibilidade que a produção baseada em modelos de grande escala tem principalmente aquelas direcionadas à exportação. O trabalho exercido dentro dos empreendimentos familiares é a garantia de um abastecimento interno alinhado às demandas alimentares da população, criando um ambiente propício para a redução da fome e do desenvolvimento e bem estar no campo (CODAF, 2016).

O bem estar que a agricultura familiar pode proporcionar a população e a eles mesmos, é muito significativo dentro do município como na região, trata do desempenho de uma alimentação saudável. A segurança alimentar é um dos grandes indicadores socioeconômicos de suma importância para qualquer população.

No âmbito da segurança alimentar e nutricional e pelo seu caráter intersetorial ou transversal, diversos aspectos da realidade social devem ser abordados e analisados simultaneamente, estabelecendo correlações. Essa perspectiva permite abordar questões que nos apresentem diagnósticos precisos sobre a fome e a desnutrição, tratando conjuntamente das mais diversas áreas sociais como saúde e nutrição, educação, habitação, saneamento, acesso à água, agricultura e abastecimento, acessibilidade às políticas públicas, trabalho e renda, hábitos de consumo alimentar, de sustentabilidade alimentar entre outras (GALESI, 2009, p. 222-223).

Quando tratado sobre políticas públicas em qualquer lugar do mundo, segurança alimentar é um dos pontos principais a serem abordados pelos indicadores, pois é um direito do cidadão ter acesso a uma alimentação de qualidade e saudável.

Escala Brasileira de Insegurança Alimentar (EBIA), validada para a população urbana e rural do país. Esse instrumento avalia primeiramente a preocupação do entrevistado em relação à falta de alimento, em seguida a qualidade da alimentação da família e a deficiência em termos quantitativos, primeiro para adultos e depois para crianças, classificando a família em segurança alimentar, insegurança alimentar leve, moderada e grave (DE CASTRO MORAIS et al, 2018, p. 3).

É feito uma análise minuciosa pela EBIA nas famílias da zona rural e urbana, identificando os principais problemas que estão relacionados à segurança alimentar. Contudo, os indicadores não se baseiam apenas em questões alimentares, como o próprio nome diz, é tudo que engloba o social e econômico serão analisados.

A definição de indicadores requer muita clareza sobre os objetivos e a lógica de cada programa. É sempre possível calcular um número grande de indicadores, os quais nem sempre conseguem expressar os fenômenos ou as condições mais significativas para o programa. Com a função de avaliar e monitorar as políticas e programas em de desenvolvimento social, uma secretaria de Avaliação e Gestão da Informação (SAGI) foi criada no Ministério de Desenvolvimento Social, uma inovação da gestão pública brasileira, uma vez que até então não existia, em nenhum ministério, uma

secretaria com essa finalidade exclusiva. Na construção de indicadores de monitoramento e avaliação devem existir as características de validade, confiabilidade, sensibilidade, desagregação territorial e periodicidade (GALESI, 2009, p. 222).

O indicador inclui dados sobre a caracterização geográfica, aspectos demográficos, econômicos, sociais, políticos e da infraestrutura existente no município de Santana do Ipanema, com intuito de mostrar os aspectos atuais por cada setor, sendo atualizada anualmente. As principais atividades econômicas são: agropecuária (feijão, milho, mandioca, castanha e caju), comércio, construção civil, indústrias e serviços. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – Renda, Educação e Longevidade; esses são alguns aspectos característicos dos indicadores socioeconômicos (PEFIL MUNICIPAL, 2015).

A feira é um indicador que engloba dentro dela o social e econômico e apesar de apresentar uma pequena parcela dentro do Produto Interno Bruto (PIB) do Município, é de total relevância o seu processo e resistência às temáticas impostas pelas atividades capitalistas e de suma importância que, este processo rustico no qual as feiras se enquadram são ainda benéficos para as famílias dentro do município e região. De fato a feira além de agregar ao setor econômico local, também é propício do maior meio de interação e relações entre os frequentadores e feirantes; frisando que a maioria das cidades foi construída em torno das atividades das feiras, refletindo as tradições e costumes nos dias atuais (DOS SANTOS, 2014).

Um dos principais aspectos importantes da feira dentro desse cenário atual, além da economia local, é o desenvolvimento rural e a ajuda que é capaz de proporcionar para as famílias que são dependentes deste mercado por falta de oportunidade em outros setores. Interessante ressaltar que, a feira não é composta apenas pelos agricultores de zona rural, mas até os próprios moradores da área urbana estão migrando para este mercado, mas de fato, a tradição das famílias como agricultoras e feirantes ainda são existentes. Além disso, é um dos maiores abastecimentos para o município e região, principalmente quando os produtos são oriundos da agricultura familiar (CHAVES, 2011).

Esta pesquisa teve como intuito analisar o cenário de ambas as feiras do município de Santana do Ipanema, a feira tradicional e da agricultura familiar. A partir das análises e pesquisas bibliográficas junto a aplicação da pesquisa, foram feitas as definições como de descrever a agricultura familiar neste cenário, o comportamento atual da feira e dos feirantes, assim como o processo de

comercialização, formação de preço. Enfatizando ainda a suas importâncias não só para a economia, mas para a população como um todo.

## 1.2. Objetivo Geral e Específico

Como objetivo geral, este trabalho busca realizar uma análise de ambas as feiras, tanto a feira tradicional como a feira do agricultor, com o intuito de entender a organização e funcionamento deste mercado local, bem como, o papel e comportamento dos atores participantes deste mercado. Já como objetivos específicos essa pesquisa busca:

- Descrever a estrutura da feira através das pesquisas bibliográficas e questionário;
- Analisar a feira e a agricultura familiar e descrevê-las;
- Analisar o comportamento dos vendedores através dos produtos comprados ou cultivados para comercialização.



## 2. REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1. Sistema Agroalimentar

Segundo (ASCENÇÃO, 2016) o setor agroalimentar trata-se das atividades relacionadas à matéria-prima em bens alimentares e bebidas, no qual são processadas e disponibilizadas para os consumidores. Abrangendo atividades como, agricultura, silvicultura, a indústria de alimentos, bebidas e distribuição das mesmas. Porém, (MALUF, 2004, p. 304) diz que o “[...] sistema agroalimentar caracteriza-se pela coexistência de processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos cujos reflexos vão até a etapa da produção agrícola”.

Ou seja, (MALASSIS, 1973) diz que o sistema agroalimentar é definido como a soma total dos insumos disponíveis de produção nas unidades agrícolas de armazenamento, transformação e distribuição de alimentos.

De maneira mais específica, o setor agroalimentar pode ser distribuído da seguinte forma: Abate e Fabricação de Produtos de Carne; Preservação do Pescado e Fabricação de Produtos do Pescado; Fabricação de Conserva de Frutas, Legumes e Outros Vegetais; Fabricação de Óleos e Gorduras Vegetais e Animais; Laticínios; Moagem, Fabricação de Produtos Amiláceos e de Alimentos para Animais; Fabricação e Refino de Açúcar; Torrefação e Moagem de Café e Fabricação de outros Produtos Alimentícios. No que se refere à Fabricação de Bebidas, esta abrange a Fabricação de Bebidas Alcoólicas e Bebidas Não Alcoólicas<sup>1</sup>.

“O conceito de cadeia agroalimentar é muito útil porque permite uma representação integral das novas formas e dos vínculos que se desenvolvem hoje na agricultura mundial, as quais se agregam a um marco conceitual em termos de sistema” (ROESSING, 2002, p. 14).

Nas abordagens adotadas pelo sistema agroalimentar, destaca-se as ligações entre produção agrícola, às empresas agroindustriais e de serviços (fornecedores, processadores e distribuidores) e o ambiente socioeconômico. Essas abordagens interpretativas são formadas por três grandes segmentos, o segmento “antes da porteira” os fornecedores para a agropecuária (ou agricultura), o “dentro da porteira” a produção agropecuária e os segmentos “depois da porteira”, as empresas agroindustriais, as indústrias de alimentos e as distribuidoras do produto final (DE MORAES, 2013).

---

1 Fonte: IBGE. Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE 2.0.

O sistema agroalimentar (doravante chamado de SAA) dos países em desenvolvimento, particularmente do Brasil, deve ser entendido como um tema vinculado à evolução geral da economia mundial. Não se pode estudar a produção agropecuária sem vínculo com os setores agroindustriais e de serviços. Dessa forma, o bom entendimento do que está se passando na agricultura não pode se fundamentar mais em análises exclusivas das partes, senão também na análise cada vez mais profunda das relações existentes entre cada elo que liga os setores agrícola, industrial e de serviços. Significa dizer que a visão sistêmica, pela qual se utiliza o conceito de SAA, deve ser entendida como a totalidade dos fluxos de bens e serviços que resultam na satisfação dos consumidores, em um espaço geográfico determinado, resultado de uma rede de interdependências entre atores (empresas, instituições financeiras, organizações públicas, consumidor) que garantem a existência daqueles fluxos (ROESSING, 2002, p. 9).

A expansão do setor está atrelada desde o século XIX a atividade cafeeira, dando início em 1960/70 as diversificações do setor através das atividades agropecuárias. Desde então, foram surgindo indústrias voltadas diretamente para agropecuária e em seguida, a indústria agroalimentar ampliou sua área de atuação, sendo um dos processos mais importantes da industrialização (IDEIES, 2019).

O sistema agroalimentar brasileiro vem apresentando um bom desempenho desde o início da década de 90. Entre 1990 e 1993, beneficiou-se de um aumento de sua produção, conseguido essencialmente graças à melhoria de sua produtividade, e apresentou evidentes potencialidades de expansão (Associação Brasileira de Agribusiness<sup>2</sup>, 1993). Seu bom desempenho destacou-se notadamente na agroindústria, que foi objeto de várias iniciativas de inovação tecnológica e organizacional, observadas tanto nos segmentos de conservas, massas e laticínios quanto nos de carnes, moagem, biscoitos, sucos naturais, refrigerantes e cervejas (CRIBB, 2004, p. 170).

O sistema do setor agroalimentar vem se reposicionando como setor estratégico da inserção global da economia brasileira. No início da industrialização brasileira, segundo (CUNHA; DIAS; GOMES, 2006.) em 1910, a produção de alimentos era a segunda maior atividade industrial do país, com 20,6% da produção industrial brasileira (a primeira era a indústria têxtil, com 29,6%). Após 20 anos, este valor de 20,6% passou para 24,2% na produção.

No Nordeste brasileiro, a agricultura tem papel de destaque na economia regional. 82,6% da mão de obra do campo equivalem à agricultura familiar. A região é a maior produtora nacional de banana, respondendo pelo montante de 34% do total. Lidera, ainda, a produção da mandioca, com 34,7% do total. Segunda maior produtora de arroz. Também ocupa a segunda posição na produção frutícola, com cerca de 27% da produção nacional em 2008. [...] Volume do setor agropecuário: Norte, 4,2%; Nordeste, 13,6%; Centro-Oeste, 10,4%; Sudeste, 41,8%; e Sul, 30,0%, dados estes que revelam a concentração nestas duas últimas regiões de

---

2 A Associação Brasileira de Agrobusiness tem como principal objetivo buscar o equilíbrio nas cadeias do agronegócio, de modo a valorizá-las, ressaltando sua fundamental importância para o desenvolvimento sustentado do Brasil.

mais de 70% de todo o montante do agronegócio brasileiro (CASTRO, 2012, p. 7).

## 2.2. Mercados Localizados

O mercado trata-se do meio de troca entre bens e serviços, ou, podendo ser um meio de instituição ou organização para ofertantes (vendedores) e os demandantes (compradores) com a finalidade de fazer transações ou acordos entre trocas comerciais. Logo, o mercado se mostra presente a partir do momento em que o mesmo articule um meio de oferta e procura. O termo mercado designa de um local onde seja ele físico ou não, porém que estabeleça uma relação comercial de venda e compra de produtos (MERCADO, 2011).

De forma mais específica sobre o mercado local ou também podendo ser denominado de mercado de ponto, trata-se das mercadorias que são vendidas a vista (dinheiro). Neste modelo, as mercadorias são liquidadas e entregues imediatamente ao consumidor ou em um determinado período curto de tempo. No local, os preços podem variar de acordo com a demanda e oferta, tornando os preços mais voláteis, como no caso dos perecíveis que também é um fator no qual pode afetar os preços, porém, os grãos ou frutas afetam o preço através da oferta e procura (SUPRIMENTO, 2018). O mesmo dá o exemplo do tomate, tomates “comprados em julho vai refletir o atual excedente de mercadoria e serão mais baratos do que em janeiro, quando surge a demanda por unidades de menores custos. Um investidor não pode comprar tomates para uma entrega em janeiro a preços de julho”.

Cassiolato; Szapiro (2003) ressaltam que mercado local/regional são empresas participantes do aglomerado que fornecem insumos para grandes empresas localmente estabelecidas ou vendem produtos finais nestes mercados. Segundo a EMATER (2005, p. 1) o “mercado deve ser entendido como o ‘local’ em que operam as forças da oferta e demanda, através de vendedores e compradores, de tal forma que ocorra a transferência de propriedade da mercadoria através de operações de compra e venda”. Outra definição importante para o mercado local é:

O chamado mercado local que normalmente é usado para designar as operações comerciais existentes dentro de uma área geográfica bem definida, como uma cidade, um estado ou mesmo de um país. Às vezes ele também é chamado de mercado doméstico, mas neste caso sempre em oposição ao mercado exterior que é aquele envolvido com as importações e exportações de um país (BANCO, 2019).

Os mercados locais surgem como ponto de estratégia para os agricultores familiares, que muitas vezes acabam sendo “esquecidos” pelos processos de comercialização. Alguns dos produtos são oriundos de outras regiões, contudo, esses mercados são construídos através das redes de movimentos sociais, redes vizinhas e familiares, organizações cooperativas e não cooperativas, parcerias, alianças e etc. (SEPULCRI; TRENTTO, 2010).

Os produtos: são alimentos, produtos de agricultura familiar e FLV<sup>3</sup>;  
Canais de comercialização: feiras municipais, centros de comercialização, cooperativas locais, supermercado local, mercearias e assemelhados, circuito local de turismo rural;  
Estratégias de comercialização: melhorar o poder de barganha dos produtores de FLV com o fortalecimento das cooperativas e a organização de redes de comercialização, redes sociais, parcerias e alianças (SEPULCRI; TRENTTO, 2010, p. 6).

O atual mercado no Brasil se destaca bastante devido ao envolvimento social que o compõe, no sentido da relação do produtor com o consumidor final. Atualmente muitas pessoas vêm mudando alguns hábitos alimentares e passam a querer consumir produtos de mais qualidade e saudáveis, com isso, a relação entre os agricultores e os consumidores vão ganhando vínculos mais fortes (CONTERATO et al., 2013).

Através dos canais de comercialização de produtos de origem, os consumidores passam a confiar mais nos produtores através do aumento das garantias e qualidades dos produtos comercializados que passam a ser fundamentais para o acesso seguro dos compradores sobre os produtos (WÜLFING, 2002). “Cooperativas de consumo e entrega direta de cestas de alimentos são alguns exemplos de iniciativas que buscam reduzir a distância entre produtores e consumidores, valorizando circuitos locais de comercialização e reforçando formas comunitárias de organização social” (CONTERATO et al., 2013, p. 115).

O mercado institucional é um dos mais importantes instrumentos que o poder público possui a sua disposição para incentivar a construção de mercados locais e promover mudanças no sistema produtivo dos agricultores familiares. Apesar disso ele é pouco explorado no Brasil. A garantia de mercado para os seus produtos e a disponibilidade de crédito estimula os agricultores a se estruturar para conquistar novos mercados. Dependendo do porte do município, as compras públicas podem representar um volume significativo de produtos e a possibilidade concreta de viabilização de unidades familiares de produção, através da abertura do mercado institucional para associações de agricultores, organizadas e formalmente constituídas (WÜLFING, 2002).

---

3 FLV: Frutas, legumes e verduras.

Os mercados locais tem como intuito uma competitividade ampla e sistêmica, no qual possa inserir os seus produtores, como também, a agroindústria (CONTERATO, 2013). Estes mercados de ponto podem ser definidos também como o excedente da agricultura familiar, além de ser um espaço cultural. Além das feiras o mercado local também pode ser composto por supermercado, artesanato e dentre outros meios de venda e compra de produto local. Os mercados de locais são o dinamismo da economia, fazendo com que o dinheiro permaneça nos municípios (SILVESTRE et al., 2005).

A construção dos mercados locais obtém como produtos ou serviços os alimentos em geral, e FLV. Os principais canais de comercialização são compostos por feiras municipais, cooperativas locais, centros de comercialização, supermercados locais, mercearias ou assemelhados, circuitos locais de turismo etc. A estratégia principal de competição são os custos e qualidades, como no caso da FLV, adotando a estratégia de diferenciação. A estratégia de comercialização funciona a base de melhorias sobre o poder de barganha dos produtores de frutas, legumes e verduras, fortalecendo as cooperativas e organizações, redes sociais, parcerias e alianças (SEPULCRI, 2010).

Segundo Meirelles (2004), os mercados locais não podem ser subjugados apenas como uma localização geográfica, mas como um processo fundamental no qual busca “(1) democratizar, popularizar e massificar o consumo de produtos ecológicos; (2) encurtar a distância entre produtores e consumidores, estimulando relações solidárias entre eles; (3) valorizar os serviços socioambientais gerados; (4) fazer com que os benefícios da comercialização sejam compartilhados entre todos os envolvidos; (5) promover a cooperação, a transparência e a complementaridade entre os agentes do processo de comercialização e; (6) possibilitar uma crescente inclusão de agricultores e consumidores no mercado” (MEIRELLES, 2004, p. 13). O mesmo ainda ressalta que, um mercado pautado nesses princípios pode trazer uma melhoria para os agricultores em sua renda, preços acessíveis aos consumidores e os baixos custos operacionais aumentando a parcela dos produtores sobre o produto como também, um aumento na capacidade do próprio consumo.

Sem contar que, a implementação dos mercados locais além de poder gerar renda para os agricultores e mais empregos entre os meios de comercialização local, o comércio e o fornecimento de materiais é fundamental para a própria

economia local no qual fortalece muito esse mercado e ambos saem “ganhando”, pelo fácil acesso e pelos custos dos produtos que saem mais acessíveis aos consumidores e pelos produtores/comerciantes que acabam por reduzir os custos de deslocamento de cargas. A movimentação do mercado faz com que a economia gire através dos consumos dos produtos e serviços que os mesmos oferecem a própria localidade.

Apesar do semiárido o nordeste e a sua produção agrícola, as feiras livres, as pequenas redes de supermercados e dentre outros meios de comercialização ainda se destaca no Brasil. Segundo revista Exame especializada em economia, destacou que o nordeste vem mostrando um bom desempenho na economia brasileira, dando um grande “boom” no mercado de trabalho e nas regiões que vem apresentando bons resultados com as pequenas empresas locais (EXAME, 2013).

O nordeste é um bom exemplo para o mercado local e sua resistência e contribuição para a economia, tanto pelos benefícios de preço e acesso aos consumidores, como pela renda e melhor desempenho por parte da agricultura familiar em si, como para os demais agricultores que depende do campo e que são capacitados para o cultivo é de total relevância para o crescimento e aperfeiçoamento local contribuindo ainda mais para subsistência, ou até mesmo os empreendedores da região que montam os pequenos pontos de mercados/negócios. Todos esses fatores influenciam na renda, influenciam os empregos e os empregadores. Sem contar que, fortalecem o comércio da própria localidade e, conseqüentemente, a economia local (TORRES, 2012).

### 2.3. Feira Livre e Sua Importância Para os Agricultores e a Economia

A feira livre é um processo de tradição urbana é o lugar do encontro, da troca, da vivência coletiva é o meio de troca mais antigo, tornada obsoleta pela expansão do setor varejista e as demais transformações com as tecnologias da atualidade, a mesma continua com sua tradição e se torna mais que espaço e comércio, são locais que representam a dinâmica de uma sociedade em determinado momento, pois demonstram a produção local e a circulação de mercadoria. As feiras são espaços ricos culturalmente onde circulam os comerciantes, consumidores, agentes de fiscalização, todos com um papel de gerenciar o comportamento dos determinados indivíduos que ali estão inseridos e comercializando seus produtos, agregando assim, na sua cultura (MASCARENHAS, 2008).

“As feiras apresentam o método mais antigo para comercialização de produtos agrícolas” (SILVEIRA, 2017, p. 2). “As feiras livres existem no Brasil desde o tempo da colônia. Apesar dos ‘tempos modernos’ e dos contratempos que elas causam em grandes cidades, elas não desaparecem. Em muitos lugares no interior do país elas são o principal e, às vezes, o único local de comércio da população” (AGAPIO).

Conforme Silveira (2017), algumas feiras se destacam, não só pelos produtos que são diversificados, mas, também, passaram a serem considerados pontos turísticos nos municípios do Brasil. As mesmas se caracterizam pela venda dos produtos e pelo espaço local que ocupa. Porém, com o passar dos tempos os espaços das feiras vêm sendo reduzidas devido ao crescimento do setor varejista e outros meios de comercialização. Contudo, as feiras continuam resistentes em meio ao processo capitalista, sobrevivendo à evolução dos supermercados localizados e as demais redes de comercialização. A feira livre permanece intacta, mantém sua essência rústica, e o meio de barganha como negociação dentro da feira, fazendo jus ao homem do campo. O processo da feira ocorre da seguinte maneira:

Essa atividade implica dispor cuidadosamente os produtos sobre uma armação de madeira coberta por uma lona, tecido grosso ou plástico preso a duas hastes laterais. É a preparação para o dia que vai começar. Os produtos, os mais variados (frutas, verduras, legumes, queijos, carnes, peixes, raízes, cereais, artefatos eletrônicos, roupas, calçados, entre muitos outros) começam a ser disponibilizados de maneira que se tornem mais visíveis e atrativos, para, dentro de alguns instantes, serem apalpados, analisados e, por fim, mercadejados (LUCENA; GERMANO, 2017, p. 16).

A feira também passa por um processo de organização até o momento em que é feita a comercialização dos produtos. Dependendo do município, esses processos podem chegar a ocorrer apenas em um dia, dois ou até três dias na semana (isso vai variar de feira e localidade não é um método padrão).

As primeiras feiras a surgirem no Brasil se desenvolveram onde havia mais fluxo de pessoas e foram se dissipando. E assim, aos poucos, foram surgindo mais feiras pelo interior do Nordeste, onde teve destaque na comercialização de gados e do algodão. Mesmo com muitos municípios espalhados pelos Estados do Brasil que possuem a comercialização de feiras, é no Nordeste que elas se incorporam com mais intensidade tendo maior importância para localidade e sua economia (CHAVES, 2011).

No decorrer dos anos a feira vem sendo moldada a estrutura capitalista, não por ser uma opção dos feirantes, mas, devido à modernização do sistema econômico, se tornando necessária essa adaptação. Mesmo assim, a feira não deixa de ser um grande contribuinte para a economia local e continua sendo meio de renda de muitas famílias que dependem da agricultura. A feira tem como importância não só para agregar a economia do sertão e a tradição como um todo, mas a agricultura familiar, o meio de subsistência de muitas famílias na área rural que depende da agricultura, e o cultivo das terras que depende apenas do núcleo familiar. Muitas pessoas que trabalham na feira livre acabam tendo um meio de renda extra ou apenas esse acaba sendo o único meio de renda para muitas famílias do campo. São muitas situações que engloba essas famílias, continuar cultivando para vender, ou, começam a comprar de outros produtores para revenderem na feira; sair do campo e migrar para cidade, porém, continuam trabalhando na feira.

O campesinato, sob um olhar econômico, pode apresentar duas características fundamentais: a integração parcial aos mercados e o caráter imperfeito destes mercados. Primeiramente, esta noção de “integração parcial” pode ser entendida em um agricultor jogando com as condições de mercado, optando por vender ou consumir os seus próprios produtos, se a situação dos preços cumprir sua expectativa ou não. Em segundo lugar, o que caracteriza este “mercado imperfeito” são as diferentes capacidades de compra dos consumidores, os produtos que não são homogêneos, as vantagens e desvantagens dos pontos de vendas, além de fatores extra mercado que interferem no mesmo. [...] O que diferencia este agricultor de um outro comerciante comum é que, caso o mercado não lhe seja adequado, a alimentação da sua família não estará comprometida. (PEREIRA; BRITO; PEREIRA, 2017, p. 2 – 3).

Um ponto importante sobre a feira e os agricultores é que os produtos possuem característica local, o que significa que, além de serem mais acessível aos consumidores os produtos têm garantia sobre a segurança alimentar, além dos benefícios aos compradores dos produtos. A feira é um local que representa a interação social o que agrega muito na hora da comercialização. A mesma passa a ser fundamental para a renda dos agricultores familiares da região. Em algumas situações dos agricultores, a feira se apresenta como o único meio de obtenção de renda através de suas propriedades para plantação. Com isso, a feira pode ser o único meio de adquirir renda para essas famílias, devido à questão de não conseguirem inserir-se no mercado de trabalho ou pela situação ser precária no mercado de trabalho em questões das exigências da mão de obra (ÂNGULO, 2011).



Luciano (2017) destaca que a feira é um meio de resistência comercial, pois a mesma agrega muitos valores para a localidade em que é existente. Destaca fortemente o quanto contribui para muitas famílias que são consideradas pequenos agricultores, sem contar aos consumidores que buscam por qualidade de produto e preços acessíveis, contribuindo assim, para o desenvolvimento rural local.

Na Europa durante a idade média principalmente com o advento das cruzadas as feiras tiveram uma grande importância no processo de desenvolvimento das cidades e do comércio, pois atendia as necessidades dos comerciantes e dos viajantes contribuindo com o chamado renascimento comercial do século XVIII. Os Camponeses que não conseguiam vender a sua a sua produção excedente trocavam por outros produtos, essas trocas comerciais possibilitaram uma padronização dos meios de trocas, exercendo um importante papel para a implantação do dinheiro e para a manutenção, consolidação e desenvolvimento do capitalismo (LUCIANO, 2017, p. 7).

Pereira, Brito, Pereira (2017) e Luciano (2017) concordam na percepção de que é notória a importância que a feira livre exerce sobre o mercado local, sobre os agricultores e sobre os consumidores. Apesar da concorrência com o comércio local e os demais supermercados, os consumidores sempre estão dispostos de ir atrás de produtos frescos e de qualidade para consumo, valorizando os produtos que são de origem da própria agricultura local. Outro ponto também é que, a mesma além de fazer a inclusão dos agricultores locais no comércio urbano, ao mesmo tempo em que abastece a cidade e as cidades circunvizinhas, agregando fortemente à econômica.

“Responsáveis pela produção da maioria dos alimentos consumidos pelos brasileiros, os agricultores familiares contribuem para uma alimentação com qualidade nutricional. Os orgânicos, por exemplo, têm tido grande procura pelas pessoas que se preocupam em manter uma rotina saudável” (CAISAN, 2016). E assim fazem muitos consumidores que frequentam a feira, é a busca pelos produtos com menos substâncias de agrotóxicos, alimentos que apresentam maior qualidade, além de estarem frescos, pois os feirantes vendem todos os seus produtos na feira ou utilizam para consumo, diferente das redes de supermercado que utilizam produtos para conservarem por mais dias os alimentos oriundos da agricultura.

#### 2.4.1 Atravessadores e as Implicações Para Feira Livre e a Agricultura Familiar

Os atravessadores são comerciantes que participam indiretamente da feira livre por meio de repasse para outros compradores que vendem esses produtos na feira local. Ocorre muito esse meio de negociação devido à falta de transporte de alguns agricultores que ali comercializam e acabam se sujeitando a compra e revenda das mercadorias de repasse. Os mesmos são conhecidos como intermediários que passam o processo entre agricultores e consumidores (OLIVEIRA; MAYORGA, 2005).

Os atravessadores implicam no preço dos produtos vendidos na feira, diminuindo o ganho para os agricultores e aumentando o preço para os consumidores (LOPES, 2018). Onde os produtores em alguns casos passam a serem dependentes deste processo, implicando na receita líquida do mesmo além de ser um processo que implica em um subdesenvolvimento local e socioeconômico.

Já os agricultores que tem sua própria produção, além de obter uma receita líquida maior do que os que compram o repasse dos atravessadores, o mesmo ainda tem um poder de negociação mais amplo sobre o produto na hora da venda, sem contar na qualidade do produto, pois os agricultores pegam apenas o processo final, que é o produto pronto para comercialização o que deixa a desejar para os consumidores (LOPES, 2018).

Os atravessadores quando fazem o repasse das mercadorias para os agricultores, automaticamente já incluem o próprio lucro, por isso as mercadorias de repasse são tão mais caras do que as dos próprios agricultores que as cultivam. E os agricultores estão em constante contado, tanto com mercado quando as recebem como na comercialização e contato direto com os consumidores, mesmo assim, os preços continuam elevados. Alguns dos atravessadores têm mais conhecimento sobre a mercadoria e o meio de negociação, pois os agricultores ou, pelo menos a maioria, não tem tanto conhecimento devido a pouca escolaridade, assim os atravessadores tomam mais proveito da situação na hora da negociação; acaba por se tornar uma dependência por parte dos produtores, limitando seu lucro durante a negociação com os consumidores, não sendo na maioria das vezes, vantajoso este processo (SOUZA, 2001).

#### 2.4.2 Formação de Preço dos Alimentos nas Feiras Livres

(SILVEIRA et al, 2017) diz que para ter uma compreensão melhor sobre o assunto da formação de preço na feira, é necessário compreender algumas vertentes no qual os produtores se baseiam para aplicação do mesmo.

Essas vertentes estão distribuídas em analisar qual a quantidade mínimo-máxima no qual se deve produzir e vender, calculando isso para que não haja prejuízo com relação às perdas, baseado além da quantidade o serviço também é incluso. Outra vertente são os custos aplicados na produção, à mão de obra, todo o material utilizado para a fabricação. Todo esse processo faz parte da produção, pois sem custos e investimento para o cultivo do produto além da mão de obra, não haveria produção e nem o que vender.

Os custos se destacam em duas formas, basicamente: Custos Diretos que podem ser facilmente identificados nos produtos ou serviços gerados, podendo ser contados ou controlados na fabricação desse produto e os Custos Indiretos, que são aqueles de difícil identificação, e, para que sejam adicionados aos produtos é necessário o uso de um rateio, método arbitrário para alocação de custos (SILVEIRA et al, 2017, p. 7).

Figueiredo (2018) afirma que a aplicação dos custos no meio rural difere bastante das grandes indústrias, pois os custos vão variar desde o clima para produção até o tipo de cultura escolhida, sazonalidade e etc., porém, é de suma importância a identificação dos custos para a aplicação do preço.

Para isso há os custos fixos e os custos variáveis, no qual ambos têm que ser identificados com segurança. O custo fixo significa que independente de qualidade/volume o mesmo existirá, já o custo variável é classificado como o uso direto na produção.

Silveira et al (2017) ressalta que além dos custos que serão inevitáveis e sempre estarão presentes na produção, o mesmo diz que os clientes influenciam também na formação dos preços, sem contar no mercado e nos outros feirantes, a concorrência no geral, ambos terão sua parcela para agregar a composição do preço. São os clientes que determinarão se o negócio será rentável ou não, de forma direta ou indireta.

Ali e Menelau (2014) diz que há uma certa dificuldade na formação de preço sobre as FLV, pois os mesmos não têm total conhecimento sobre o mercado e suas regras de preço, principalmente nos perecíveis. O mesmo ainda ressalta que,

independente dos feirantes estipulem o preço, estes preços se tornam inconsistentes, sendo que o mercado que define o valor da mercadoria, mas, o consumidor que vai realmente “dizer” se é válido ou não o preço estipulado pelos feirantes tornando-os voláteis.

“É imprescindível conhecer o custo de uma produção agrícola, pois cada cultura em andamento representa um centro de custos” (FIGUEIREDO, 2018, p. 8). Como há essa dificuldade de identificar todos os custos por parte dos agricultores, (ALI; MENELAU, 2014) dá o exemplo do método *mark-up*<sup>4</sup> que é muito utilizado nas feiras livres. Para ser utilizado este método é estipulada uma porcentagem que é um padrão nos custos da produção para que possa concluir um preço de venda. O *mark-up* é usado para facilitar o processo de preço sobre as mercadorias principalmente nas feiras livre.

---

<sup>4</sup> A tradução mais comum de *mark-up* é “taxa de marcação”, um termo que indica quanto do preço do produto esta acima de seu custo de produção e distribuição. Assim, o *mark-up* pode ser definido como um índice aplicado sobre o custo unitário de produtos e serviços para definição de preços de venda, que garante a obtenção da margem de lucro desejada.

### 3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso se constitui num estudo de caso sobre duas feiras: (i) a Feira Livre tradicional da cidade, que está localizada Rua Tertuliano Nepomuceno bairro centro, (ii) e a Feira do Agricultor que fica na Avenida Dr. Arsênio Moreira Silva, em frente à sede da EMATER (ao lado da Caixa Econômica Federal) no município de Santana do Ipanema, no Estado de Alagoas.

Possui como objetivo geral realizar uma análise de ambas as feiras, tanto a feira tradicional como a feira do agricultor, com o intuito de entender a organização e funcionamento deste mercado local, bem como, o papel e comportamento dos atores participantes do mesmo.

Para a execução deste Trabalho, uma vez que apresentava uma discussão teórica e um estudo de caso aplicável à região é importante para o rural e para a segurança alimentar da região.

Buscando compreender diversas vertentes dentro do campo de pesquisa, e analisar todas as formas possíveis para coleta de dados, tendo como base o social.

Sua execução se deu por meio da utilização de dados qualitativos e quantitativos, sendo realizada a pesquisa de campo, momento no qual ocorreram observações e foram feitas entrevistas, a partir da aplicação de questionário semiestruturado aos feirantes. Neste sentido, Vergara (1998, p. 57) ressalta que:

Os dados podem ser tratados de forma quantitativa, isto é, utilizando-se procedimentos estatísticos, como o teste de hipóteses. Os dados podem ser analisados de forma qualitativa como, por exemplo, codificando-os, e apresentando-os de forma mais estruturada e analisada.

A realização das entrevistas se apresentou como uma atividade importante para a pesquisa, pois permitiu uma melhor coleta de informações sobre ambas às feiras, além de possibilitar uma análise mais consistente acerca da estrutura e perfil dos feirantes, bem como, o seu papel na localidade, contribuindo para a mensuração dos dados coletados durante a pesquisa. Para Oliveira (2013, p. 50): “[...] a entrevista semiestruturada tem, como uma de suas metas revelar o conhecimento existente para que ele seja expresso na forma de resposta, tornando-se, assim, acessível a interpretação”.

A coletada de dados/informações ocorreu no período de fevereiro de 2020, aplicando um questionário para feira tradicional com 24 questões abertas e fechadas

entre 07 feirantes. Contudo, para a feira do agricultor foi aplicado o mesmo questionário, porém, contendo 02 questões a mais, totalizando assim 26 questões e também com 07 feirantes. Assim, a pesquisa entrevistou 14 feirantes, feirantes produtores e não produtores.

Além da pesquisa de campo, este trabalho realizou uma revisão de literatura, com o intuito de coletar dados bibliográficos e documentais sobre a temática proposta, que, além de traçar um quadro referencial sobre o assunto, auxiliou nas análises das informações coletadas na pesquisa de campo. Esta revisão de literatura ocorreu por meio da utilização de: trabalhos científicos publicados em revistas científicas e anais de eventos científicos, livros, monografias, dissertações e teses, relacionados ao tema desta pesquisa e que subsidiem as análises dos dados coletados na pesquisa de campo.

No que se refere à revisão de literatura, Gil (2008, p. 79) expõe que:

Qualquer que seja a pesquisa, a necessidade de consultar material publicado é imperativa. Primeiramente, há a necessidade de se consultar material adequado à definição do sistema conceitual da pesquisa e à sua fundamentação teórica. Também se torna necessária a consulta ao material já publicado tendo em vista identificar o estágio em que se encontram os conhecimentos acerca do tema que está sendo investigado.

Tanto a pesquisa de campo, quanto a revisão de literatura buscou viabilizar, não só o processo de coleta das informações, mas de compreensão da situação do que se passa: (i) no mercado pesquisado (feira livre local); (ii) com os indivíduos que estão inseridos neste mercado; e (iii) como é o cotidiano destes indivíduos.

Por isso, a importância da escolha correta do caso a ser estudado, pois o mesmo foi essencial para identificar o cenário/ambiente no qual se encontra os feirantes e para um melhor entendimento e análise acerca de determinadas situações, ou, até mesmo, para se conhecer novos métodos de negociações e como eles funcionam.

Porém, não só a determinação do caso estudado foi importante. A definição do escopo teórico que daria base e nortearia a pesquisa se constituiu num elemento-chave para: (i) a determinação do caso a ser estudado; (ii) a definição do instrumental a ser utilizado; e (iii) o desenvolvimento da pesquisa.

## 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1. Agropecuária no Município de Santana do Ipanema

A agricultura familiar é o meio de subsistência de muitas famílias na área rural que depende da agricultura, é o cultivo da terra que depende apenas do núcleo familiar. Muitas pessoas que trabalham na feira livre acabam tendo um meio de renda extra ou apenas esse acaba sendo o único meio de renda para muitas famílias do campo. De acordo com Ângulo (2011) e Sá (2010), “nesse sentido, pode significar uma alternativa viável para as pessoas que não conseguem emprego ou possuem condição precária no mercado de trabalho”.

Apesar de fazer parte, atualmente, de um “pequeno” grupo como é a agricultura familiar, a mesma não perde suas características positivas com relação à alimentação e ao meio ambiente. Sem contar que, é um meio de gerar renda para a população rural que depende do cultivo e ainda assim, para população que busca produtos sem agrotóxicos e com preços mais acessíveis. O destaque da agricultura familiar está baseado no cuidado com o meio ambiente que se sobressai nas demais produções de alimentos. O mesmo possui métodos naturais, no qual mantem a qualidade do produto e da terra em que é cultivado. Sendo assim, é um diferencial positivo para o mercado alimentício no qual está inserido e, bom para os consumidores que buscam literalmente alimentos saudáveis e com responsabilidade socioambiental (CODAF, 2016). “A Feira da Agricultura Familiar de Santana do Ipanema [...] segue contribuindo para a geração de renda e valorização dos agricultores do município, além de levar uma alimentação saudável até a mesa dos santanenses” (PORTAL, 2020).

Santana do Ipanema possui uma população estimada de 47.564 (IBGE, 2019) pessoas, no qual obteve um aumento se comparado ao último censo que foi em 2010 de 5,85%. Seguindo a atualização do censo, a população está distribuída da seguinte forma descrita na tabela 01:

Tabela 01 – População total, por Gênero, Rural/ Urbano, Santana do Ipanema – AL, 1991 a 2010.

População	População (1991)	% do total (1991)	População (2000)	% do total (2000)	População (2010)	% do total (2010)
<b>População Total</b>	36.088	100	41.485	100	44.932	100
<b>População residente masculina</b>	17.306	47,95	20.185	48,66	21.811	48,54
<b>População residente feminina</b>	18.782	52,05	21.300	51,34	23.121	51,46
<b>População urbana</b>	20.146	55,82	23.993	57,84	27.185	60,5
<b>População rural</b>	15.942	44,18	17.492	42,16	17.747	39,5

**Fonte:** Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil.

Através dos dados da tabela 01 acima, podemos identificar que a população rural/urbana vem crescendo com o passar do tempo, conseqüentemente a produção e o consumo vêm aumentando na mesma proporção como as necessidades de emprego para gerar renda.

Tabela 02 – Estabelecimento e área da agricultura familiar, Santana do Ipanema – AL, 2006.

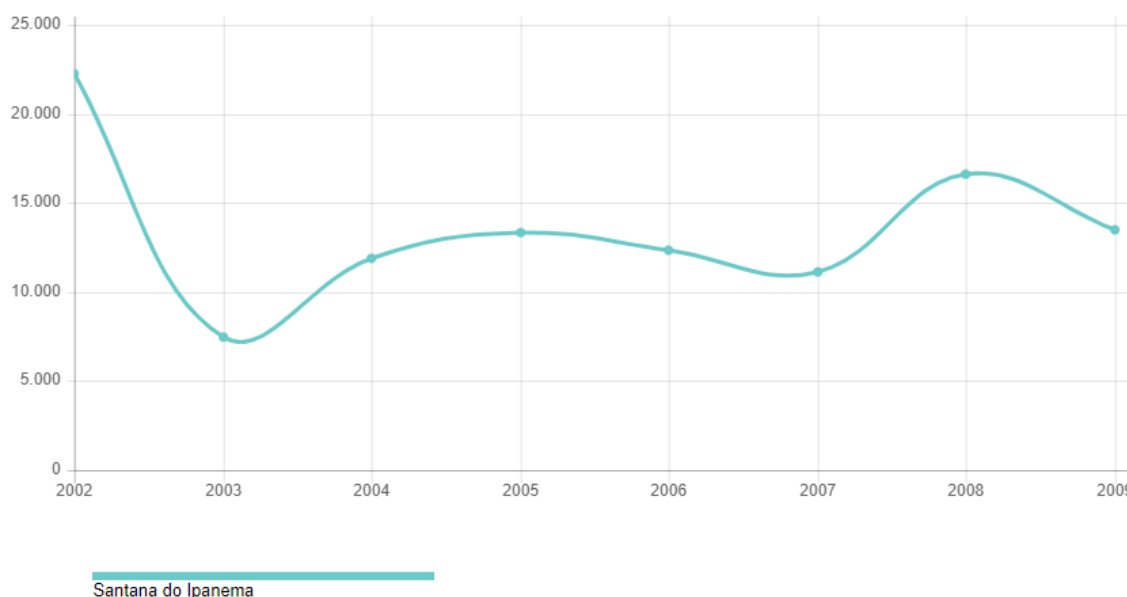
Grandes Regiões e Unidades de Federação	Agricultura familiar - Lei nº 11.326		Não familiar	
	Estabelecimentos	Área (há)	Estabelecimentos	Área (há)
Alagoas	111.751	682.616	11.580	1.425.745
Santana do Ipanema	16.426	156.849	1.640	62.307

**Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Segundo o censo agropecuário de Santana do Ipanema em 2006, vemos as áreas da agricultura familiar e não familiar e seus estabelecimentos. Através desses dados podemos identificar a grande diferença entre a área da agricultura familiar e não familiar, assim como os estabelecimentos dentro dessa área. Onde 16.426 estabelecimentos o que corresponde a 14,70% de 111.751 estabelecimentos, ocupam uma área de 156.849 (há), sendo 22,97% da área total da agricultura familiar apenas em Santana do Ipanema. Já a não familiar, seu estabelecimento é equivalente a 14,16% de uma total de 11.580 e ocupam uma área de 62.307, ou seja, 4,37% de 1.425.75 (há).



Gráfico 01 – Valor adicionado bruto e preços correntes da agropecuária, Santana do Ipanema – AL, 2002 a 2009 (unidade: R\$ X 1000).

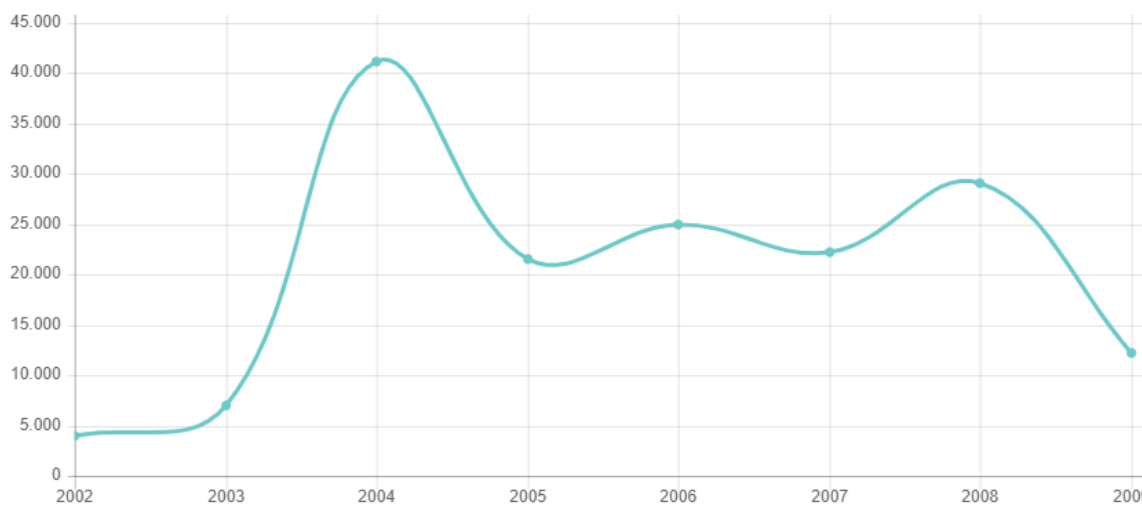


**Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

De acordo com censo do PIB 2006 de Santana do Ipanema, vemos um período de oscilação no gráfico acima e, observamos o pico em dois determinados períodos que foi em 2002 e um crescimento de 2007 para 2008, em seguida, tendo uma queda em seu valor adicionado bruto de 2008 para 2009.

O PIB da agropecuária caiu 5,51% em 2009, queda que interrompeu uma sequência de indicadores positivos para o setor. Números da CNA mostram que, em 2007, o PIB da agropecuária cresceu 7,89%. Em 2008, o crescimento ainda foi positivo (6,95%), apesar da crise porque os problemas financeiros que limitaram a oferta mundial de crédito vieram à tona no final do ano. As projeções da CNA para 2010 foram feitas com base em dados acumulados até setembro que indicam crescimento de 4% no PIB (BEEFPOINT, 2010).

Gráfico 02 – Valor adicionado bruto e preços correntes da Indústria (unidade: R\$ X 1000).



Santana do Ipanema

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Assim como no PIB agropecuário, o PIB industrial de Santana também obteve oscilações no período de 2002 para 2009 diferentemente do PIB agropecuário o seu pico foi em 2004, contudo, o crescimento em 2007 para 2008 foram quase na mesma proporção, assim como obteve um declínio de 2008 para 2009, contudo, o declínio foi bem mais elevado se comparado com o valor bruto agropecuário.

Os impactos negativos se mostraram na economia brasileira, no último trimestre de 2008, de forma que o PIB recuasse 3,9% na comparação com o trimestre anterior e depois -1,5% no primeiro trimestre de 2009 (na mesma base de comparação), quando se caracterizou a recessão da economia brasileira. A queda da produção industrial foi nitidamente mais forte do que a queda do PIB. A produção industrial (na média trimestral) mostrou queda de 10,3% no quarto trimestre de 2008 frente ao trimestre anterior e de 5,9% no primeiro trimestre de 2009, na mesma base de comparação (AVILA, 2012, p. 19 e 20).

Tabela 03 - Produto Interno Bruto a preço corrente e Produto Interno Bruto *per capita* segundo as Grandes Regiões, as unidades da Federação e os municípios – 2004-2008.

Grandes Regiões, Unidades da Federação e Municípios	Produto Interno Bruto					<i>Per capita</i> (R\$) 2008 (1)
	A preços correntes (1.000 R\$)					
	2004	2005	2006	2007	2008 (1)	
<b>Alagoas</b>						
<b>Matriz de Camaragibe</b>	71.384	76.229	79.962	85.996	96.231	3.792,22
<b>Messias</b>	31.513	35.191	42.012	44.659	51.963	3.342,29
<b>Minador do Negrão</b>	13.141	14.360	15.886	18.393	21.480	4.048,31
<b>Monteirópolis</b>	12.509	15.417	17.432	19.294	22.476	3.081,85
<b>Murici</b>	58.272	66.497	75.122	85.251	104.284	3.901,23
<b>Novo Lino</b>	23.739	27.120	30.119	34.821	41.276	3.365,05
<b>Olho D'água das Flores</b>	88.573	91.735	106.026	125.485	76.211	3.726,97
<b>Olho D'água do Casado</b>	13.323	17.063	18.936	22.219	25.291	3.015,13
<b>Olho D'água Grande</b>	9.707	11.152	11.923	13.650	15.269	3.081,01
<b>Oliveira</b>	17.225	19.867	22.888	26.311	31.297	2.890,42
<b>Ouro Branco</b>	16.977	19.860	22.667	28.438	30.504	2.680,29
<b>Palestina</b>	8.574	10.364	11.263	12.438	14.535	2.893,10
<b>Palmeira dos Índios</b>	223.338	239.958	263.789	307.711	336.319	4.658,03
<b>Pão de Açúcar</b>	49.304	60.395	66.088	68.704	78.094	3.182,71
<b>Pariconha</b>	16.425	22.402	24.280	25.633	30.453	2.898,94
<b>Parupueira</b>	25.204	29.260	32.229	33.617	38.229	3.812,61
<b>Passo de Camaragibe</b>	38.736	41.377	44.704	46.997	52.331	3.678,79
<b>Paulo Jacinto</b>	14.914	17.175	18.354	20.132	23.408	3.019,66
<b>Penedo</b>	200.336	233.772	228.203	250.138	277.544	4.568,62
<b>Piaçabuçu</b>	39.386	44.342	50.715	54.982	57.615	3.204,41
<b>Pilar</b>	131.003	157.506	181.445	201.445	211.186	6.488,86
<b>Pindoba</b>	7.093	7.926	9.842	11.095	12.513	3.888,34
<b>Piranhas</b>	37.660	46.309	50.606	57.810	65.245	2.646,75
<b>Poço das Trincheiras</b>	19.711	23.427	24.545	29.062	33.744	2.690,03
<b>Porto Calvo</b>	93.850	98.642	80.085	84.041	116.551	4.505,25
<b>Porto de Pedras</b>	21.526	23.082	26.009	28.343	32.957	3.103,28
<b>Porto Real do Colégio</b>	34.698	38.001	41.468	45.168	53.702	2.909,28
<b>Quebrangulo</b>	22.241	27.355	30.377	34.315	40.676	3.504,44
<b>Rio Largo</b>	239.433	304.130	263.472	287.296	333.861	4.956,44
<b>Roteiro</b>	31.719	32.012	37.220	37.185	37.106	5.392,53
<b>Santa Luzia do Norte</b>	70.069	49.179	54.075	69.649	69.480	9.303,64
<b>Santana do Ipanema</b>	<b>126.957</b>	<b>122.450</b>	<b>139.599</b>	<b>160.341</b>	<b>184.857</b>	<b>4.246,94</b>
<b>Santana do Mandaú</b>	26.846	37.861	36.326	39.199	44.925	3.743,09
<b>São Brás</b>	15.174	18.510	21.637	21.984	24.269	3.457,08
<b>São José da Laje</b>	92.450	112.418	105.767	119.546	127.879	5.574,24
<b>São José da Tapera</b>	41.554	49.626	57.865	67.167	78.132	2.517,79
<b>São Luís do Quitunde</b>	162.895	155.454	159.149	187.862	182.786	5.608,99
<b>São Miguel dos Campos</b>	409.314	448.214	503.690	545.333	589.504	11.108,05
<b>São Miguel dos Milagres</b>	15.493	17.573	21.480	23.040	26.364	3.541,23
<b>São Sebastião</b>	64.533	79.063	86.018	97.183	113.188	3.545,77
<b>Satuba</b>	32.177	36.569	44.869	51.843	54.644	3.746,87
<b>Senador Rui Palmeira</b>	18.257	21.838	24.052	27.605	31.733	2.438,18
<b>Tanque d'Árca</b>	11.773	12.891	14.254	15.030	17.354	2.967,44
<b>Taquarana</b>	35.997	41.756	43.294	50.144	63.346	3.388,39
<b>Teotônio Vilela</b>	116.950	134.538	145.489	123.634	162.502	3.915,91
<b>Traipu</b>	39.576	44.574	48.382	53.118	63.292	2.467,53
<b>União dos Palmares</b>	200.546	218.052	244.244	278.586	313.855	5.030,13
<b>Viçosa</b>	57.515	64.572	71.939	76.008	86.494	3.227,52

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (tabela simplificada com relação ao PIB de todos os municípios de Alagoas no período de 2004 a 2008).

Tabela 04 - PIB por Município: Santana do Ipanema – AL, 2017.

<b>PIB Municipal</b>	<b>R\$ X 1.000</b>
<b>PIB a preço correntes</b>	513.982,27
<b>Imposto, líquido e subsídios, sobre produtos, a preço corrente</b>	39.591,63
<b>PIB per capita</b>	10.656,46
<b>Valor adicionado bruto a preços correntes</b>	474.390,65
<b>Agropecuária</b>	18.742,64
<b>Indústria</b>	31.917,05
<b>Serviços - Exclusive Administração, defesa, educação e saúde pública e seguridade social</b>	264.986,77
<b>Administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social</b>	158.744,19

**Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Esta tabela mostra todos os bens e os demais serviços que são contabilizados no PIB de forma geral e simplificados, porém, seguindo o período de 2010 a 2015. É interessante destacar também, de forma geral que “O Setor primário (Agropecuária) na região Nordeste exibiu, para o ano de 2014, um VA de R\$ 44,841 bilhões, com variação real de 15,2%, motivada pelo subsetor da agricultura, o qual apresentou evolução de 19,7%. No tocante à produção, os dados da Pesquisa Agrícola Municipal (PAM) demonstram um aumento de 5,1%, para a lavoura temporária e 2,8% para a lavoura permanente” (ALAGOAS, 2016, p. 2).

## 4.2. BREVE APRESENTAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES PESQUISADAS

### 4.2.1. Feira Livre - Tertuliano Nepomuceno

A cidade de Santana do Ipanema teve sua criação em 1875, que na época era considerada apenas uma vila na qual foi denominada de Traipu, mas, apenas em 1921 que Traipu se tornou oficialmente cidade e recebeu o nome de Santana do Ipanema. Desde sua criação, os fundadores da cidade os irmãos Martins e Pedro Vieira Rego trouxeram consigo a ideia e interesse de desenvolver nessas terras a agricultura e pecuária, e no decorrer desse processo, a cidade começou a possuir uma cultura muito rica, não só com o manejo de suas terras junto com o cultivo, mas com o passar do tempo em que foi crescendo, também desenvolveu artesanato e uma culinária muito rica para as tradições, e as festas (CIDADES, 2013).

Assim como a cidade, a feira livre também é baseada na agricultura e pecuária, no cultivo de alimentos frescos para meio de subsistência, para a venda no comércio e abastecimento das famílias da cidade e região. A cidade cresceu e desenvolveu não só a agricultura, mas passou a se diversificar com os seus produtos, os alimentos, temperos, plantas, artesanatos e etc. Trazendo a população rural e urbana para um único âmbito social no qual permite uma interação e comercialização de seus produtos. A princípio, a cidade contava apenas com seus produtores locais, com suas pequenas plantações, mas, atualmente este ramo da feira vem se diversificando e encontrando novos meios para vendas e a comercialização. Hodiernamente podem-se identificar numa feira os produtores, os não produtores, os atravessadores e até mesmo as redes de abastecimento (ROMCY, 2018).

Santana do Ipanema, o município difusor dos fluxos e expressividade nas trocas comerciais, é exemplo do perfil produtivo que abrange o território em questão. Segundo o IBGE, para o ano de 2014 (referentes à lavoura permanente, lavoura temporárias e leguminosas e oleaginosas), temos a produção de feijão, mandioca, milho, algodão e castanha de caju. Esse perfil produtivo nos afirma sobre o passado destas pessoas que continuam a produzir no campo, respeitando o tempo da natureza, mantendo traços indígenas como elementos culturais já incrustados inclusive na base alimentar (ROMCY, 2018, p. 6).

Com o passar do tempo, essas tradições foram quebradas e os padrões antigos foram deixados um pouco de lado (não sobre a feira em si, mas como os agricultores se comportam dentro dela). Atualmente o cenário da feira livre de Santana com relação aos agricultores vem buscando uma perspectiva diferente, deixando suas plantações por não serem contínuas e passando a comprar de atravessadores/produtores para revenderem na feira. A mesma ocorre com maior fluxo aos sábados a partir das 05h00min da manhã, mas, toda semana sempre tem alguns agricultores/revendedores com suas bancas comercializando seus produtos. Dependendo de suas necessidades, têm feirantes que colocam suas bancas a semana toda, já há outros feirantes que preferem apenas o fluxo do final de semana (sexta e o sábado).

#### 4.2.2. A Feira da Agricultura Familiar

A feira é promovida pela Prefeitura de Santana do Ipanema, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural, Meio Ambiente e Recursos Hídricos. A feira oferece frutas, raízes, hortaliças entre outros produtos

orgânicos e tem o objetivo de fortalecer a agricultura familiar, apresentar os produtos e potencialidades do local. Isso gera emprego e renda por meio da gastronomia e do turismo local, possibilitando o crescimento dos agricultores (PORTAL, 2020).

Este projeto foi implementado no ano de 2017 e vem ganhando espaço no comércio pela a organização da feira, qualidade nos produtos e sem contar no preço que é acessível aos consumidores. A feira do agricultor familiar ainda é um projeto recente, tanto que inicialmente ocorria de 15 em 15 dias e passou a acontecer semanalmente as 06h00min da manhã todas as sextas, mas, mesmo ainda sendo um projeto “novo”, a feira já ganhou reconhecimento na cidade. Segundo o site da Prefeitura Municipal de Santana do Ipanema, 2020, a feira do agricultor “foi destaque no balanço das ações realizadas em 2019 pelo Governo da Reconstrução”. E assim segue o trabalho dos agricultores que estão empenhados em suas produções, potencializando assim o produto local e trazendo para a mesa dos cidadãos da cidade uma alimentação mais saudável e sustentável, sem contar no crescimento que agrega para os agricultores e o desenvolvimento local.

#### 4.3.O MERCADO AGROALIMENTAR LOCAL EM SANTANA DO IPANEMA

O sistema agroalimentar em Santana do Ipanema conta com uma diversificação muito grande atualmente, tanto pelos setores varejistas como a produção rural. Essa produção local se torna uma das mais importantes, pois além de ser um meio de subsistência e renda para muitas famílias que dependem da agricultura e não possuem uma mão de obra qualificada, a mesmo tem como papel fundamental proporcionar uma alimentação saudável para a população do município e região. Se tornando crucial para o crescimento econômico local.

O setor agroalimentar é historicamente importante para a economia mundial, nacional e estadual. A sua atividade econômica engloba uma complexa cadeia de valor, que abrange desde a atividade primária (agricultura, a pecuária, a aquicultura, pesca, a horticultura, floricultura e silvicultura), o beneficiamento da sua produção (fabricação de alimentos e bebidas), a distribuição e o consumo final. Esses elos interagem de forma dinâmica entre si, configurando-se em um sistema produtivo complexo altamente competitivo (IDEIES, 2019, p. 12).

O meio de sobrevivência junto com o crescimento do povo implicou severamente na adaptação e criação de novos meios para produção, passando de pequena escala para grande escala. Santana conta com produtores que ainda estão

muito ativos no campo e que não fazem a utilização desses venenos “naturais” (agrotóxico), assim como os agricultores que não estão mais ativos nos campos, mas ainda trabalham com o manejo de produtos agrícolas. Esses agricultores se adaptaram ao processo urbano-capitalista, assim como as empresas dos setores varejistas, acabam seguindo seu processo de mercado devido à necessidade de adaptação.

Deste modo, a estratégia de desenvolvimento do setor necessita de concepções e prognósticos diversos, que abrangem as necessidades de cada subsetor mencionado e as possibilidades de se adequarem aos avanços, principalmente, em relação às tecnologias de ponta, o uso intensivo de maquinário, logística e informatização (IDEIES, 2019, p. 12).

Porém, é interessante enfatizar que os processos rurais pelo cultivo dos produtos sem agrotóxicos e produtos caseiros acabam assumindo um papel importantíssimo para o desenvolvimento rural e agregando valor a esses produtos que são feitos e cultivados de forma natural.

O campesinato, sob um olhar econômico, pode apresentar duas características fundamentais: a integração parcial aos mercados e o caráter imperfeito destes mercados. Primeiramente, esta noção de “integração parcial” pode ser entendida em um agricultor jogando com as condições de mercado, optando por vender ou consumir os seus próprios produtos, se a situação dos preços cumprir sua expectativa ou não. Em segundo lugar, o que caracteriza este “mercado imperfeito” são as diferentes capacidades de compra dos consumidores, os produtos que não são homogêneos, as vantagens e desvantagens dos pontos de vendas, além de fatores extra mercado que interferem no mesmo. [...] o que diferencia este agricultor de um outro comerciante comum é que, caso o mercado não lhe seja adequado, a alimentação da sua família não estará comprometida. O meio pelo qual se integra aos mercados faz do agricultor familiar a representação mais moderna do sujeito camponês. Essa ressignificação ocorre, pois [...] “a agricultura familiar corresponde a uma certa camada de agricultores, capazes de se adaptar às modernas exigências do mercado em oposição aos demais “pequenos produtores”, incapazes de assimilar tais modificações”. Graças a essa visão pode-se considerar a capacidade de resistência e de adaptação dos agricultores aos novos contextos econômicos e sociais, tal qual sua inserção nos mercados. [...] o fato de permanecer o seu caráter familiar não é anódino e tem como consequência o reconhecimento de que a lógica familiar, cuja origem está na tradição camponesa, não é abolida; ao contrário, ela permanece lhe inspirando e orientando as novas decisões que o agricultor deve tomar nos novos contextos a que está submetido. (PEREIRA et al., 2017, p. 69 e 70).

Ambas as feiras estão inseridas num contexto de mercado muito diferente do período obsoleto, contudo, procuram se adaptarem de acordo com o que esse novo cenário exige delas. Na feira tradicional vemos “desde os legumes, frutas e verduras, que são os protagonistas do ambiente, até roupas íntimas e sandálias

de couro por preços que agradam o consumidor. As barracas de pastel também são destaque e fazem sucesso entre os frequentadores” (VOLKERS; CERRI, 2017).

Entretanto, na feira do agricultor familiar não possui essa diversificação de produtos além do “tradicional”. O que realmente as tornam distintas de fato não é a questão da variedade de produtos em si ou até mesmo o “tamanho” da feira, quantas barracas possuem e etc., mas sim, o contexto tradicional e a qualidade que podemos identificar/saber sobre os produtos que ali estão sendo inseridos.

Na feira do agricultor familiar encontramos os produtos ecológicos sem agrotóxicos, produtos cultivados naturalmente pelos agricultores que fazem parte da agricultura familiar da localidade de Santana do Ipanema. Os consumidores buscam esses produtos locais devido às procedências e por questões de segurança alimentar e com preços mais acessíveis. Esse fator se tornar um impulsionador para os agricultores que cultivam os seus produtos de maneira sustentável e para o desenvolvimento rural. Como as feiras estão constantemente em processo de adaptação no mercado local, tentando competir com os setores varejistas compostos pelos supermercados e mercados, a mesma continua a resistir ao sistema e aos processos industrializados que os agregam. O que na feira tradicional se torna menos maleável, devido a poucas informações sobre as procedências dos produtos comercializados.

“As feiras são mercados ambulantes onde pode ocorrer a comercialização tanto de mercadorias produzidas pelos próprios feirantes como pode haver a terceirização, que constitui na compra do produto de uma pessoa ou empresa e a comercialização na feira” (OLIVEIRA et al. 2014, p. 6). Esta feira é uma mistura do tradicional e uma adaptação ao processo capitalista atual, perdendo um pouco de sua essência rústica e abrindo espaço para os produtos com agrotóxicos e poucas informações, assim como nos supermercados e mercados da cidade.

#### 4.3.1. Perfil dos Feirantes Pesquisados e sua Atuação na Feira Livre

Através do questionário aplicado em ambas a feiras pode-se identificar que há um grupo considerativo de mulheres que estão inseridas neste mercado e ativas como agricultoras/feirantes da localidade e região, claro que este resultado não



define que há uma predominância feminina nas feiras, mas uma base sobre o grupo de entrevistados.

Foram entrevistadas 14 pessoas, entre eles são 64,29% mulheres e 35,71% homens. Os perfis desses feirantes variam entre as idades de 19 a 65 anos, em média, desse grupo, 71,43% são residentes na cidade de Santana do Ipanema e 28,57% residem nas cidades vizinhas. Os feirantes que fazem parte do Projeto da Agricultura Familiar proporcionado pela EMATER são 100% residentes na zona rural de Santana do Ipanema, enquanto os feirantes da feira tradicional apenas 42,86% residem na zona rural e 57,14% na área urbana.

A feira por ser um dos meios de comercialização mais arcaico que existe, conseqüentemente acabou se tornando tradição entre as famílias de agricultores que foi passado de geração em geração e, acabou por afetar o desempenho de muitas famílias com relação à escolaridade, o que muito ocorreu pela necessidade de começar a trabalhar cedo e ter que ajudar a família na produção. Dos entrevistados sobre o nível de escolaridade, apenas 7,14% nunca estudou; 57,14% fez ensino fundamental incompleto; 7,14% fizeram ensino médio incompleto e apenas 28,57% concluiu o ensino médio, ou seja, 71,43% não concluiu o ensino médio. Na aplicação do questionário semiestruturado foi feito um questionamento aos entrevistados sobre como eles se “classificariam” dentro do cenário da feira livre, onde 7,14% disse ser apenas agricultor; 28,57% como feirante e 64,29% como agricultor/feirante.

O período de atividade desses feirantes e agricultores neste mercado vareia entre 01 a 35 anos de trabalho, no qual 7,14% trabalham a menos de 01 ano; 21,43% trabalham de 01 a 05 anos; 50% trabalham de 10 a 15 anos e 21,43% trabalham a mais de 15 anos. Desses feirantes e agricultores, 7,14% estão na feira porque gostam do trabalho, 7,14% estão na feira por falta de oportunidades no comércio, 7,14% por ser tradição de família e 78,57% trabalham por necessidade. Podemos observar que a necessidade deste trabalho para a mão de obra na maioria das vezes não qualificada, contribui muito, apesar de estarem neste ramo devido às condições e questões familiares, é através deste meio de trabalho que a maioria desses agricultores e feirantes conseguem suas rendas e ainda é útil como meio de subsistência.

Os feirantes e agricultores na maioria das vezes eles mesmo fazem suas rotinas, ou melhor, decidem os dias em que vão trabalhar; exceto os que fazem

parte do projeto Agricultura Familiar (pois é fixo o dia de trabalho dos mesmos). O período trabalhado varia entre 01 a 06 dias por semana, sendo da feira tradicional 28,57% de segunda a sábado; 7,14% segunda e sábado; 7,14 sexta e sábado; 7,14 apenas aos sábados e 50% apenas nas sextas-feiras que são os feirantes que fazem parte da feira do agricultor.

O projeto da feira do agricultor ainda é recente na cidade de Santana do Ipanema e nem todos que atualmente trabalham na feira, já eram feirantes. Dos dados coletados apenas na feira do agricultor, 14,29% já trabalhava na feira; 57,14% é apenas agricultor e 28,57% é agricultor, porém já vendia seus produtos em casa. O acesso a este projeto ocorreu meramente entre os entrevistados da seguinte maneira, 42,86% foram convidados pelo secretário (Luiz Carlos) da agricultura; 28,57% receberam o convite da cooperativa/projeto e 28,57% recebeu o convite de um amigo que já trabalhava na feira.

#### 4.3.2. Comercialização nas Feiras Livres Pesquisadas

Na feira do agricultor familiar podem-se encontrar os produtos com uma variedade menor se comparado com a feira tradicional, até pelo fato do porte da feira ser menor e conseqüentemente a variedade também. Nesta feira foram vistos os produtos: coquinho, laranja lima, seriguela, umbu, cajá, manga, pimenta, macaxeira, acerola, goiaba, batata doce, alface, abobora, coentro, cebolinha, maxixe, mamão, pimentão, coentro, couve, limão, feijão de corda. Já na feira tradicional, os produtos são mais variados, pois a feira é bem maior do que a do agricultor e pelo fato de que eles não cultivam os próprios produtos, e sim compram, o pedido de produtos é variado.

Na feira tradicional encontram-se os produtos como: tomate, batatinha, cenoura, pimentão, coentro, cebolinha, mamão, laranja, maçã, goiaba, melão, cebola, maracujá, limão, acelga, rúcula, batata doce, chuchu, pepino, melancia, uva, melão, banana, couve, alface, inhame e macaxeira. Podemos perceber que há alguns produtos em comum entre ambas as feiras, mas sendo uma variedade pequena.

Os produtos advindos da feira do agricultor familiar são 100% produzidos em suas terras, e segundo os agricultores/feirantes, são produzidos naturalmente sem a utilização de agrotóxicos (o que também é exigido pela EMATER devido ao projeto), tomando todos os cuidados tanto com a produção como na hora da comercialização.

Ambos esses produtos são separados e organizados em pacotes para facilitar o processo de venda, pois a feira é visivelmente bem organizada, desde a colocação das barracas como os devidos cuidados com os produtos. Já a feira tradicional, por ser maior e possuir uma variedade de produtos mais elevada, a feira não é tão organizada como deveria (se comparado com a feira do agricultor), assim como os produtos, claro que na feira possui bancas mais cuidadosas com as suas mercadorias do que outras, contudo, ainda deixa a desejar quando se trata de organização.

Apesar de ambas serem feiras, os cuidados e procedências são bem diferentes. A feira livre tradicional atualmente a maior parte dos feirantes não cultivam seus produtos, e dos entrevistados apenas 14,28% cultivam batata, macaxeira e banana; 14,28% cultivam coentro, couve, cebolinha, pimentão e alface; 42,58% não produzem e 28,57% não produzem mais, ou seja, 71,43% compram os produtos para revenderem na feira. Dessa porcentagem sobre os feirantes que não produzem mais e, optam pela compra para revender, os 71,43% não sabem ao certo de onde são os produtos e nem as procedências, contudo, foram citadas algumas cidades, como: Pernambuco, Bahia, Petrolina, Arapiraca etc. onde eles acreditam que seja o lugar de origem desses produtos; 14,28% compram pelo CEASA<sup>5</sup> aonde os produtos vêm de Irajá – RJ e 14,28% não sabem de onde vem e nunca procurou informações a respeito.

Mesmo assim, alguns dos feirantes se mostraram interessados pelos produtos locais quando foram questionados a respeito, mas não buscaram informações, preferiam continuar comprando em suas redes de abastecimento. Os feirantes da agricultora familiar não tinham interesse, pois ambos já produzem e vendem localmente, contudo, 71,43% da feira tradicional tinham interesse em produtos locais, mas não encontram vendedores para comprar; 14,28% não tem interesse, pois acham caro os produtos locais e 14,28% não tem interesse nestes produtos.

Com relação à comercialização, ambas as feiras mostram a necessidade de estarem trabalhando mesmo que o rendimento não seja como o esperado, a feira livre é um meio muito importante de subsistência para muitas famílias tanto rural

---

<sup>5</sup> CEASA é a sigla para Centrais Estaduais de Abastecimento. As Ceasas são empresas estatais ou de capital misto (público e privado), destinadas a aprimorar a comercialização e distribuição de produtos hortifrutigranjeiros.

como urbana sem contar no quanto agrega a economia local e o desenvolvimento rural (mesmo não tendo o retorno esperado). Na feira do agricultor 14,28% diz que agora tem a oportunidade para vender; 42,87% possui uma ajuda extra na renda; 14,28% ressalta que dá para comprar o básico; 14,28% acredita que se tiver uma boa produção, compensa o trabalho na feira e 14,28% acredita que é melhor trabalhar na feira do que estar sem emprego.

Contudo, a feira livre tradicional discorda em partes, 57,14% diz que não compensa, só comercializa porque não tem outra opção, segundo os feirantes “a mercadoria esta cara, está ruim o movimento e apenas comercializa para não ficar sem fazer nada”; 42,86% diz que sim, compensa, segundo os feirantes “tudo é ajuda, gosta de trabalhar na feira e a venda ao cliente é boa”.

A locomoção desses feirantes e os produtos até as respectivas feiras em alguns casos se torna trabalhoso e muito gasto assim como é para vender. Na feira tradicional 28,57% diz não ter dificuldades em levar os produtos, porque já possui transporte certo, porém, para vender tem dificuldades devido ao movimento; 42,86% afirma não ter problemas com transporte e nem para vender e 28,57% diz ter dificuldades, pois tem muito gasto com transporte e às vezes não tem muitos clientes.

Na feira do agricultor quanto aos transportes não houve problemas, mas com as vendas sim. 42,86% diz não ter dificuldades para levar os produtos até a feira e nem para vender; 42,86% também não possuem dificuldades para levar os produtos até a feira, mas, tem dificuldade para vender e 14,28% também diz não ter problemas com a locomoção dos produtos, mas acredita que devido à falta de divulgação da feira do Agricultor Familiar isso implica nas vendas.

Para alguns dos agricultores desde que iniciaram suas atividades como feirantes, perceberam que as pessoas passaram a frequentar mais a feira e suas bancas/barracas. Na feira do agricultor, 85,71% diz que desde que começaram a trabalhar na feira, o movimento com clientes/frequentadores aumentou, contudo, 14,29% dizem que não houve aumento com clientes ou frequentadores na feira.

Já na feira tradicional, 71,43% diz que aumentou o número de frequentadores e clientes e 28,57% diz que não teve aumento do tempo em que trabalham na feira continua a mesma coisa. Mas, quando se trata de suas mercadorias, apesar das dificuldades para alguns dos feirantes os mesmos afirmam ser notória a aceitação dos seus produtos para com os clientes na feira. Segundo os próprios feirantes, não

há reclamações com os produtos, tanto na feira do agricultor como na feira tradicional. A diferença é que na feira do agricultor eles que regulam a qualidade de seus produtos agregando mais qualidade pelo fato de não usarem agrotóxicos, e na feira livre tradicional eles recebem dos fornecedores que compram, não acompanham o processo e conseqüentemente não sabem da qualidade real dos produtos.

Caso haja algum problema com os produtos, eles mesmos já fazem as reclamações devido às condições das mercadorias. Mas em todo caso, não recebem reembolso, acabam levando prejuízo (segundo eles, é raro acontecer, mas já ocorreram situações como essa).

#### 4.3.3. O Preço dos Produtos Comercializados nas Feiras Livres Pesquisadas

As dinâmicas dos preços dos produtos neste mercado vareiam de acordo com a qualidade, as negociações com os clientes e os custos das mercadorias que implicam no resultado. Totalmente diferente de um mercado varejista, onde todos os preços estão tabelados e não há alterações e/ou negociações para o consumidor final.

Na feira do agricultor o preço é baseado nos custos da produção de seus produtos, não há uma análise/pesquisa direta no mercado para que possam basear os seus preços, e não fazem transações de compra e revenda, apenas as vendas diretamente com os clientes.

Contudo, a feira tradicional opta trabalhar com este processo de compra das mercadorias para revenderem, a mesma tem mais dificuldades para negociar com os clientes por terem apenas a base do preço em que compram essas mercadorias, mas para não ficarem sem vender acabam baixando os seus preços, e claro que nem todos os feirantes seguem esse processo de negociação, pois nem todos teriam lucro caso baixassem os preços.

As transações de compra de mercadoria para efetuarem a revenda ocorrem da seguinte forma: sendo em sacos, cebola, batatinha, pimentão, limão, inhame, batata doce e maracujá no qual vareiam de 20,00 a 150,00 reais; produtos em caixas: tomate, manga, mamão, goiaba, melão, laranja, cenoura, maçã, acelga e rúcula os preços variam de 20,00 a 150,00 reais. Na unidade são os produtos mais comuns como: coentro 100 unidades 50,00 reais, cebolinha 100 unidades 50,00 reais e banana 100 unidades 30 reais. Esses valores não são fixos, vareiam

segundo questões climáticas, sazonalidade, questões biológicas e etc., são muitas características que podem influenciar a questão dos preços.

Na feira tradicional as vendas dos produtos variam de 1,00 a 5,00 reais dependendo do produto, assim como na feira tradicional. Apenas 71,43% costumam fazer negociações com os clientes e baixar os preços, 28,57% diz não negociar, pois não teriam lucro. De acordo com Chaves (2011, p. 75):

A oscilação depende muito da relação entre comprador e vendedor e da época do ano. Em certa época quando a oferta de produtos na feira é menos, os preços aumentam, já quando há mais opções dos produtos ocorre de forma inversa, os preços diminuem. Constatou-se que no início da feira, por causa da melhor qualidade dos produtos, os preços são mais elevados, na medida em que diminuem a qualidade dos produtos, sobretudo no final da feira, os preços baixam. A relação amigável entre o feirante e o consumidor também faz os preços variarem, já que se não vender corre o risco de ter prejuízo no final da feira.

#### 4.3.4. Renda dos Feirantes Pesquisados

Este mercado não se trata de uma alta lucratividade e nem de grandes negociações, mas para muitas famílias é o sustento, o complemento para suas rendas ou até mesmo apenas o meio de subsistência. A feira é um mercado que está sempre oscilando de acordo com suas mercadorias, e assim funciona a renda desses feirantes, nada é fixo. De ambas as feiras 92,86% dos feirantes recebem até um salário mínimo, e apenas 7,14% recebem de um a dois salários mínimos.

Claro que este resultado não é satisfatório para todos, somente 28,57% diz está satisfeito com a renda na feira, já 71,43% diz não está satisfeito com o resultado que vem obtendo. Como a renda que ambos os feirantes recebem através da feira não é o suficiente para todos, alguns tem a necessidade de buscar outras atividades para complementar o sustento de suas famílias. 71,43% não possui outro meio de renda, apenas a feira é o sustento de suas famílias e, 28,57% possuem outras atividades para complemento de suas rendas.

#### 4.3.5. As Feiras Livres Avaliadas: Cenário e Perspectivas

Ambas as feiras apresentam muitas possibilidades para pesquisas como no âmbito social, econômico e estrutural. A feira de fato é uma resistência ao sistema capitalista, um meio de renda aos moradores da área rural e urbana; é diversificada de produtos e consumidores que buscam sempre suprir suas necessidades assim como os próprios feirantes através de suas vendas.

A feira necessita proteger os seus aspectos folclóricos e culturais, principal fator de diferenciação, pois existe uma clientela fiel, que a frequenta sem incomodar-se com seus mais graves problemas, em busca de produtos mais naturais e artesanais, pelos preços populares, pelo burburinho dos transeuntes e comerciantes, pela variedade de produtos, pela possibilidade da pechincha, pelos encontros (COUTINHO, 2006, p. 6).

Sob uma ótica geral referente as feiras é possível notar a grande diferença de arrumação, tanto do local como com os seus produtos. O cenário é composto por diversificados tipos de hortaliças, hortifrúti, lanches, artesanatos, etc., mas este mercado em si pelo fato de ser anacrônico ainda deixa a desejar em alguns aspectos de organização. Mesmo assim, desde 1920 é um dos meios econômicos mais importantes para a cidade e região (SILVA, 2019)

Ainda que com o passar do tempo as feiras livres tiveram seu espaço reduzido pelo crescimento de outros canais de comercialização, como os supermercados, observa-se que, ainda hoje, este canal ainda desempenha um papel fundamental na consolidação econômica e social da agricultura familiar, sob a perspectiva do feirante, e socioeconômico-cultural, sob a perspectiva do consumidor (SALES; REZENDE; SETTE, 2011, p. 02).

Frisando ainda assim a perspectiva do desenvolvimento rural e pessoal para esses feirantes que tiveram seus estudos interrompidos pela necessidade de trabalhar e seguir as tradições de família. Dessa forma, mesmo com as dificuldades buscam estar ativos para gerar renda através das terras onde moram, plantam, cultivam, colhem e vendem para população. A feira não apresenta apenas um cenário de negócios e “transações” de vendas, mas a feira pode ser vista como um meio de interação entre os feirantes e consumidores, é um encontro marcado todas as semanas.

A feira livre é o palco dos feirantes e fregueses protagonizarem um espetáculo de interação, são os feirantes que dinamizam a feira atraindo fregueses para adquirirem seus produtos, e nesse ambiente de trocas de estratégias, gestos, sons e linguagens próprios que a feira se caracteriza como o palco das relações. A sonoridade emitida pelo feirante ao anunciar os seus produtos chamando a atenção do freguês para um determinado produto em especial (DAMERCÊ; JESUS, 2016, p. 38).

E o fato de ser uma feira “livre” dá muito sentido a palavra, são negociações abertas entre o feirante e o freguês, eles fazem suas ofertas, negociam livremente com seus clientes, amigos e conhecidos. Na perspectiva do homem, com o passar

do tempo é desenvolvido um afeto pelo lugar e pelas pessoas que os cercam, isso acontece pela questão da convivência, e pela rotina do dia a dia (DAMERCÊ; JESUS, 2016).

Mas, apenas a boa convivência ou amizades não são o suficiente para esses feirantes se “estabilizarem”, pois existem muitas dificuldades devido ao crescimento do comércio. (JAILSON, 2019 p. 33) afirma que “O comércio local e a tradicional feira livre ampliaram-se” o que de fato ocorreu, contudo, não na mesma proporção. Diferente do sistema capitalista, a agricultura familiar apresenta um perfil flexível, dando ênfase em suas atividades culturais e notoriamente em suas diversificações produtivas, baseado em agricultura camponesa e ecológica. Ao contrário das empresas capitalizadas, que possuem alta concentração de renda e produtos a base artificial para comercialização (ARAUJO; RIBEIRO, 2018).

A feira apesar do seu crescimento e a sua grande importância para economia local, ainda tem dificuldade em alguns aspectos, tanto que alguns dos feirantes adotaram algumas características do setor varejista, como é o método de compra e revenda; mesmo assim o movimento em algumas bancas em ambas as feiras vem diminuindo, assim como o rendimento desses feirantes para com suas famílias. E devido às necessidades, buscaram outras atividades para fazer o complemento de suas rendas. A perspectiva desses feirantes é que haja melhoras em suas vendas, consequentemente em seu rendimento.

Assim, as opções vão varear de feirante para feirante, os que fazem parte da feira tradicional dependem de um bom preço para efetuarem as compras de suas mercadorias e comercializá-las, quanto mais barato, melhor para vender; já os feirantes da feira da agricultura familiar, dependem do clima e as sazonalidades que também influenciam em seus produtos para fazer uma boa produção e vendê-los na feira. São diferentes aspectos, mas o intuito sempre será o mesmo, ter um bom rendimento. E uma melhor renda para sustento de suas famílias.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da busca por conteúdo bibliográfico, a história da feira em si, desde os seus primórdios é difícil ter acesso a este conteúdo, pois há uma escassez de material histórico disponível diretamente com o tema sobre a feira em Santana do Ipanema. Sobretudo, o material proposto para o decorrer da pesquisa, trouxe um bom aspecto de como funciona este mercado, desde os pontos do setor agroalimentar até como é feita a formação de preço.

Entretanto, num perceptiva geral, ambas as feiras possuem dificuldades com a comercialização de seus produtos, assim como em qualquer setor que trabalhe com vendas, há oscilações nos preços e conseqüentemente em suas vendas. No entanto, a feira trabalha ainda com um sistema arcaico, é de sua origem, apesar de tentar se adaptar aos processos capitalistas, deixa um pouco a desejar em seu setor.

Então, quando se trata de comercializar, a princípio, na feira, independente da organização ou como é feita a propaganda, a questão que sempre entrará em pauta para uma boa venda é a qualidade dos produtos e o seu preço, é um mercado mais acessível e “simples” de manusear. Os feirantes que compram para revender não podem ter tal controle sobre estes produtos, sob sua qualidade, pois apenas recebem a mercadoria que foi pedida e repassam para os consumidores; já os feirantes/agricultores além de cultivarem sem a utilização de agrotóxicos, de estar à frente do manuseio do produto podem sempre estarem verificando a qualidade de suas mercadorias e estarem cientes se terá uma boa venda ou não.

A principal característica da feira desde que iniciei as pesquisas sobre, é que não se trata apenas da venda de produtos oriundos da agricultura familiar ou produtos que vem das redes de abastecimento, mas que retrata uma boa convivência entre os feirantes no seu dia a dia; a feira é característica de interação social, tanto entre os comerciantes, como com os clientes e amigos que chegam para comprar os produtos. São pessoas simples que vêm de uma geração de agricultores e/ou feirantes e que gostam do que fazem dentro deste cenário, e mesmo que não gostem se adaptam pelas necessidades de trabalho.

Buscam sempre se adaptarem aos processos novos, a mostrar os seus produtos mesmo que não sejam sofisticados se comparado com o setor varejista, mas buscam no dia a dia melhorar suas condições embaixo de suas bancas em dia

de sol ou chuva, sempre se fazem presentes para mais um dia em busca de uma boa renda.

De acordo com Dos Santos, et al. (2014, p. 61) o mesmo enfatiza que:

De uma maneira geral as feiras livres são parte do processo de existência das pequenas cidades, sobretudo no Nordeste brasileiro, em que é demasiadamente grande o número daquelas cidades que surgiram a partir de uma feira livre. Nessa região, essas atividades econômicas, socioculturais e espaciais se tornaram berçários de relações materiais e imateriais, cujo reflexo é a materialização de tradições e costumes, fato que se constituem em importantes funções de relações diversas estabelecidas entre os sujeitos frequentadores de interesses diversos, no processo de busca de suas satisfações e necessidades. E nesse processo, fica evidente que o modo de vida camponês perpassa o seu espaço de acontecimento e se materializa na cidade (na feira livre) sem perder sua identidade cultural, política e socioespacial.

De fato, a feira não é apenas importante por representar uma cultura, mas porque é através das feiras que muitas famílias até hoje, sobrevivem, mesmo que seja apenas para subsistência. Porém, é visível às mudanças na estrutura da feira e a da qualidade de alguns produtos, o que se torna um dos pontos principais para o interesse dos consumidores. A questão é que houve muitas mudanças no decorrer do surgimento das feiras livres para os dias atuais.

A mesma teve que se adaptar a estrutura urbana, ao comércio varejista e, a saber, competir com os supermercados além dos próprios feirantes. Por isso os agricultores optam por comprar, para poupar mais trabalho e gastos com a produção. Não se sabe se a plantação será bem-sucedida, principalmente quando se planta na região do semiárido, como em Santana do Ipanema, o verão é longo, escaldante, seco e de céu quase encoberto; o inverno é curto, morno e de céu quase sem nuvens.

Alguns dos feirantes optam por atravessadores<sup>6</sup> ou rede de abastecimento devido à falta de transporte, assim o acesso para a feira com os produtos é garantido e acabam se tornando mais viáveis pro seu rendimento, quebrando a tradição de cultivo para venda, passando a comprar para revender seguindo o padrão do setor varejista.

Mas com a implementação da feira do agricultor, diz muito sobre este processo, principalmente que ainda é possível ter um rendimento através dos

---

<sup>6</sup> Atravessadores: São comerciantes livres, que atuam na função de repassar o produto para outros compradores.

produtos agrícolas de qualidade sem agrotóxico e através da agricultura familiar. O projeto desenvolvido pela EMATER é pouco divulgado na cidade e região, falta mais incentivo, mesmo assim, através da pesquisa aplicada nas feiras, pode-se perceber que há resultado quando comparado com a feira tradicional (Tertuliano Nepomuceno) onde a maioria dos feirantes utilizam produtos comprados e não cultivados.

Frisando ainda assim que, os produtos oriundos da agricultura familiar além do preço acessível como na feira tradicional, o grande diferencial e crucial fator, é que são produtos naturais que influenciam na qualidade e numa alimentação mais saudável para os consumidores, sem contar que agrega muito ao desenvolvimento rural, social e econômico.

Seria interessante para o projeto e para a cidade, que houvesse uma divulgação maior diretamente na feira tradicional dentro da cidade e até mesmo pela região; analisar os feirantes que ainda moram na zona rural e incentiva-los através de algumas políticas públicas e mostrar meios de que ainda é possível produzir seus produtos com maior qualidade para que possam vender na feira com organização e cuidados com suas mercadorias, assim como é feito na feira do agricultor, enfatizando ainda a questão de segurança alimentar que agregaria muito em suas vendas.

## REFERÊNCIAS

AGAPIO, Roberto. **Feira Livre (\*)**. Homepage. Disponível em: <http://www.robertoagapio.fot.br/texto01.htm>. Acesso em: 05 de Fevereiro de 2020.

ALAGOAS, Notas Técnicas. **Produto Interno Bruto de Alagoas (PIB) Para o Ano de 2014, 2016**. Disponível em: <http://dados.al.gov.br/dataset/7d522cea020a4ddcb323efc3df8f5c03/resource/252540cb7f4e4b1d8794a61a13df97bc/download/nt49prodointernobrutodealagoaspibpara oanode2014.pdf>. Acesso em: 27 de Março de 2020.

ALI, Vanessa Priscila Mamed; MENELAU, Almir Silveira. **Formação de Preços nas Principais Feiras Livres Associadas aos Mercados Públicos do Recife**. Revista Científico, v. 14, n. 27, p. 83-94, 2014. Acesso em: 27 de Março de 2020.

ÂNGULO, José Luis Gutiérrez. **Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG**. Organizações Rurais & Agroindustriais, v. 5, n. 2, 2011. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2020.

ARAUJO, Alexandro Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Feiras e desenvolvimento: impactos de feiras livres do comércio urbano no Jequitinhonha**. Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento, v. 7, n. 2, p. 300-327, 2018. Acesso em: 27 de Março de 2020.

ARBAGE, Alessandro Porporatti; REYS, Marcos Alves dos. **Análise de cadeias produtivas. 2009**. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16173/Curso\\_Agric-Famil-Sustent\\_Analise-Cadeia-Produtiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/16173/Curso_Agric-Famil-Sustent_Analise-Cadeia-Produtiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 22 de Janeiro de 2020.

ASCENÇÃO, Paula. **O presidente do COMPETE 2020 visita um setor estratégico para Portugal: o agroalimentar**. COMPETE 2020, 2016. Disponível em: <https://www.compete2020.gov.pt/noticias/detalhe/VISITA-PRESIDENTE-COMPETE2020-Setor-agroalimentar>. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO AGRONEGÓCIO, (ABAG). **Há 20 anos contribuindo para o agronegócio crescer**. Disponível em: <http://www.abag.com.br/media/Caderno-20-anos.pdf>. Acesso em: 14 de Janeiro de 2019.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. **Santana do Ipanema/AL**. Censo 2010. Disponível em: [http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/santana-do-ipanema\\_al](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/santana-do-ipanema_al). Acesso em: 08 de Junho de 2020.

ÁVILA, Marcelo de. **Impacto da crise no mercado de trabalho da indústria de transformação: uma análise das horas trabalhadas e do emprego**. 2012. Acesso em: 01 de setembro de 2020. Acesso em: 01 de Maio de 2020.

BANCO, Guia: **Referências e informações bancárias. Tipos de mercados: Global, fornecedor, consumidor e organizacional, 2019.** Disponível em: <https://www.guiabanco.com.br/tipos-de-mercados.html>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

BEEFPOINT EDUCAÇÃO. **CNA: Agropecuária retoma níveis pré-crise de 2008.** 2010. Disponível em: <https://www.beefpoint.com.br/cna-agropecuaria-retoma-niveis-pre-crise-de-2008-68296/>. Acesso em 31 de Agosto de 2020.

CÂMARA INTERMINISTERIAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL, (CAISAN). **Agricultura Familiar Contribuindo para promoção da saúde**, 2016. Disponível em: <http://mds.gov.br/caisan-mds/noticias/agricultura-familiar-contribuindo-para-promocao-da-saude>. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2020.

CADEIA Produtiva. **Quais são os processos de distribuição de produtos.** Ploomes, 2019. Disponível em: <https://blog.ploomes.com/index.php/2019/07/02/cadeia-produtiva/>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2019.

CASTRO, César Nunes de. **A agricultura no nordeste brasileiro: Oportunidades e limitações ao Desenvolvimento.** Texto para Discussão, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2012. Acesso em: 01 de Maio de 2020.

CASSIOLATO, José Eduardo; SZAPIRO, Marina. **Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, p. 35-50, 2003. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

CERDAN, Claire et al. **O estudo das cadeias produtivas para o desenvolvimento da agricultura familiar.** In: Embrapa Semiárido-Artigo em anais de congresso (ALICE). In: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 3., 1998, Florianópolis. Anais... Florianópolis: SBSP/EPAGRI/EMBRAPA/IAPAR/UFSC, 1998.

CIVIL, Casa da Presidência da República. **Relatório de Análise de Mercados de Terras do Estado de Alagoas**, 2018. Disponível em: [http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/relatorios-analise-mercados-terras/sr-22-alagoas/ramt\\_sr22\\_2018.pdf](http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/relatorios-analise-mercados-terras/sr-22-alagoas/ramt_sr22_2018.pdf). Acesso em: 28 de Janeiro de 2020.

CONCEITO DE. **Conceito de Mercado**, 2011. Disponível em: <https://conceito.de/mercado>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

CONTERATO, Marcelo Antônio et al. **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos.** Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. Acesso em: 31 de Janeiro 2020.

COMPETÊNCIAS DIGITAIS PARA AGRICULTURA FAMILIAR (CODAF). **A importância da agricultura família**, 2016. Disponível em: <http://codaf.tupa.unesp.br/agricultura-familiar/a-importancia-da-agricultura-familiar>. Acesso em: 20 de Março de 2020.

COUTINHO, Edilma Pinto. **et al. Feiras livres do brejo paraibano: crise e perspectivas**. 2006. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/148163/>. Acesso em 10 de Maio de 2020.

CHAVES, Gilvando Rodrigues. **Análise Socioeconômica e Cultural da Feira Livre do Município de Remígio - PB**, Campina Grande - PB, 2011. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4044/1/PDF%20%20Gilvando%20Rodrigues%20Chaves.pdf>. Acesso em: 04 de Maio de 2020.

CRIBB, André Yves. **Sistema agroalimentar brasileiro e biotecnologia moderna: oportunidades e perspectivas**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, v. 21, n. 1, p. 169-195, 2004. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

CRESOL. **Entenda a importância de fomentar a economia local entre empresas, 2017**. Disponível em: <https://blog.cresol.com.br/a-importancia-de-fomentar-a-economia-local-entre-empresas/>. Acesso em: 01 de Fevereiro de 2020.

DAMERCÊ, Naiane Oliveira; JESUS, Danuzia Xavier de. **Feira e lugar: um olhar humanista sobre a feira-livre de Jacobina-BA**. 2016. Disponível em: <http://saberaberto.uneb.br:8080/jspui/handle/20.500.11896/399>. Acesso em: 01 de Fevereiro de 2020.

DA CUNHA, Denis Antônio; DIAS, Roberto Serpa; GOMES, Adriano Provezano. **Uma análise sistêmica da indústria alimentícia brasileira**, 2006. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

DE CASTRO, Dayane Morais et al. **Indicadores socioeconômicos, nutricionais e de percepção de insegurança alimentar e nutricional em famílias rurais**. Segurança Alimentar e Nutricional, v. 25, n. 2, p. 1-11, 2018. Acesso em 15 de Fevereiro de 2020.

DE MORAES, Jorge L. Amaral. **O papel dos Sistemas e Cadeias Agroalimentares e Agroindustriais na formação das aglomerações produtivas dos territórios rurais**. COLÓQUIO, v. 10, n. 1, p. 71-97, 2013. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

DE CASTRO, Antônio Maria Gomes; LIMA, Suzana Maria Valle. EMBRAPA. **Cadeia Produtiva e Prospecção Tecnológica Como Ferramentas Para a Formulação de Estratégia**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3es2003-59.pdf>. Acesso em: 01 de Junho de 2020.

DOS SANTOS, José Erimar *et al.* **Feira livre: lugar privilegiado para a (Re) produção e (Re) invenção de práticas espaciais e socioculturais populares—a feira livre de Ceará-Mirim (RN)**. Sociedade e Território, v. 26, n. 1, p. 58-75, 2014.

DICIONÁRIO informal. **Atravessador, 2009**. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/atravesador/8051/>. Acesso em: 01 de Junho de 2020.

EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO DISTRITO FEDERAL, (EMATER-DF). **Conceitos de Mercado**, 2005. Disponível em: <http://www.emater.df.gov.br/agronegocio/>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

EXTRATIVISMO. *Só Geografia. Virtuoso Tecnologia da Informação, 2007-2020*. Disponível em: <https://www.sogeografia.com.br/Conteudos/GeografiaEconomica/extrativismo/>. Acesso em: 24 de Janeiro de 2020.

FEDERAL, Governo do Distrito. **Conceitos de Mercado, 2005**. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/proext/images/conceitosmercado.pdf>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

FIGUEIREDO, Andréia Moreira Beling. **Análise de custos e formação do preço de venda de hortifrúteis praticados por agricultores familiares feirantes de Cacoal-RO**. 2018. Acesso em: 15 de Maio de 2020.

GALESI, Lílian Fernanda; QUESADA, Karina Rodrigues; OLIVEIRA, MRM de. **Indicadores de segurança alimentar e nutricional**. Rev Simbio-Logias, v. 2, n. 1, p. 1-10, 2009. Acesso em: 01 de Março de 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. Acesso em: 01 de Março de 2020.

INFORMAÇÃO sobre o mundo agrícola. **O que é CEASA**. Disponível em: [http://www.agric.com.br/comercializacao/o\\_que\\_e\\_ceasa.html](http://www.agric.com.br/comercializacao/o_que_e_ceasa.html). Acesso em: 15 de Maio de 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, (IBGE). **População no último censo, 2019**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/al/santana-do-ipanema/panorama>. Acesso em: 06 de Junho de 2020.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL E INDUSTRIAL DO ESPÍRITO SANTO, (IDEIES). **O Setor agroalimentar no espírito santo, 2019**. Disponível em: [https://portaldaindustria-es.com.br/system/repositories/files/000/000/434/original/setor\\_agroalimentar.pdf?1568664972](https://portaldaindustria-es.com.br/system/repositories/files/000/000/434/original/setor_agroalimentar.pdf?1568664972). Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

LOPES, Angelica Correia. **Economia Popular e Solidária e Agricultura Familiar: Uma Parceria na Produção de Alimentos Saudáveis na Cantina do Módulo I**. Anais Seminário de Iniciação Científica, n. 20, 2018. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2020.

LUCENA, Thiago Isaias Nóbrega de; GERMANO, José Willington. **Feiras livres: cidades de um só dia, aprendizados para uma vida inteira**. 2017. Acesso em 05 de Fevereiro de 2020.

LUCIANO, Wilyan Rodrigo. **Agricultura familiar no contexto da Feira do Produtor Rural Feira Corujão no município de Rio Claro-SP**. 2017. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2020.

MALASSIS, Louis. **Économie agro-alimentaire: économie de la consommation et de la production agro-alimentaire**. Paris: Cujas, 1973. t. 1. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

MALUF, Renato Sergio. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais**. Ensaios FEE, v. 25, n. 1, 2004. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam CS. **Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Ateliê Geográfico, v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008. Acesso em: 12 de Junho de 2020.

MEIRELLES, Laércio. **Soberania Alimentar, agroecologia e mercados locais**. Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v. 1, p. 11-14, 2004. Acesso em: 01 de Fevereiro de 2020.

O CONCEITO de **Cadeia Produtiva**. BetaEQ, 2019. Disponível em: <https://betaeq.com.br/index.php/2019/05/13/o-conceito-de-cadeia-produtiva/>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2020.

OLIVEIRA, Antônio Dimas Simão de; MAYORGA, Maria Irles de Oliveira. **Os impactos da participação do atravessador na economia do setor agrícola: um estudo de caso**, 2005. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2020.

OLIVEIRA, S. R. **Configuração do mercado de alimentação local: um estudo com base na teoria ator-rede**. Lavras: UFLA, 2013.

OLIVEIRA, Mauricio. Nordeste a mil, Revista Exame. 2013. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/nordeste-a-mil/>. Acesso em: 04 de Fevereiro de 2020.

OLIVEIRA, Kaio Vasconcelos de. *et al.* **Avaliação do Perfil dos Feirantes da Cidade de Dourados-MS na Comercialização de Produtos Alimentícios**. Encontro de ensino, Pesquisa e Extensão (ENEPEX), 2014. Disponível em: <http://eventos.ufgd.edu.br/enepex/anais/arquivos/519.pdf>. Acesso em: 01 de Agosto de 2020.

PEREIRA, Viviane; BRITO, Tayrine; PEREIRA, Samanta. **A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG)**. Revista Ciências Humanas, v. 10, n. 2, 2017. Acesso em: 16 de Junho de 2020.

PORTAL, Santana do Ipanema. **Feira da Agricultura Familiar de Santana do Ipanema completou dois anos em 2019**, 2020. Disponível em: <http://santanadoipanema.al.gov.br/noticia/Feira-da-Agricultura-Familiar-de-Santana-do-Ipanema-completou-dois-anos-em-2019>. Acesso em: 20 de Março de 2020.

PORTAL, Santana do Ipanema. **Segunda edição da Feira da Agricultura Família acontece nesta sexta (12), em Santana do Ipanema**. Prefeitura Municipal de Santana do Ipanema, 2020. Disponível em: [http://www.santanadoipanema.al.gov.br/noticia/Segunda-edi%C3%A7%C3%A3o-da-Feira-da-Agricultura-Familiar-acontece-nesta-sexta-\(12\),-em-Santana-do-Ipanema](http://www.santanadoipanema.al.gov.br/noticia/Segunda-edi%C3%A7%C3%A3o-da-Feira-da-Agricultura-Familiar-acontece-nesta-sexta-(12),-em-Santana-do-Ipanema). Acesso em: 30 de Março de 2020.



PROCHNIK, Victor; HAGUENAUER, Lia. **Cadeias produtivas e oportunidades de investimento no nordeste brasileiro**. Análise Econômica, v. 20, n. 38, 2002. Acesso em: 05 de Agosto de 2020.

RIOS, Emille Mena Lima Menezes; SILVA, Adriana Maria Cunha Da. **ECOLOGIA HUMANA DAS FEIRAS LIVRES: Uma abordagem sobre sociabilidades e socioambientalidades**. Revista Científica da FASETE 2018.1. Disponível em: [https://www.fasete.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/18/ecologia\\_humana\\_das\\_feiras\\_livres.pdf](https://www.fasete.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/18/ecologia_humana_das_feiras_livres.pdf). Acesso em: 06 de Junho de 2020.

ROESSING, Antônio Carlos. **Cadeias produtivas: roteiro para estudo de sistemas agroalimentares**. Embrapa Soja-Documents (INFOTECA-E), 2002. Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

ROMCY, Priscila de Oliveira *et al.* **Feira livre em Santana do Ipanema/AL: autonomia dos feirantes que atuam no espaço público de Santana do Ipanema**. Cadernos de Agroecologia, v. 13, n. 1, 2018.

SÁ, Marcio Gomes de. **Feirantes: quem são? Como administram seus negócios?** In: Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, 34, 2010, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD ROM. Acesso em: 15 de Fevereiro de 2020.

SALES, Aline Pereira; REZENDE, Liviane Tourino; SETTE, R. de S. **Negócio feira livre: um estudo em um município de Minas Gerais**. III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, ANPAD, Anais..., João Pessoa/PB, 2011.

SERTÃO NA HORA. **Feira da Agricultura Familiar de Santana do Ipanema completou dois anos em 2019**. Sertão na Hora, 2020. Disponível em: <https://www.sertaonahora.com.br/noticia/26665/feira-da-agricultura-familiar-de-santana-do-ipanema-completou-dois-anos-em-2019.html>. Acesso em: 30 de Março de 2020.

SILVA, Jailson Costa da *et al.* **O Mobral no sertão alagoano: das histórias e memórias às sínteses possíveis após quatro décadas**. 2019.

SANTANA do Ipanema, AL. **Perfil Municipal, 2015**. Disponível em: <http://dados.al.gov.br/dataset/addcb1c398694cd2991de843d6155ee4/resource/6df3b3f6f72c436885a6e56274139f36/download/perfilsantanadoipanema2015.pdf>. Acesso em: 07 de Junho de 2020.

SANTANA do Ipanema. **CIDADES, 2013**. Disponível em: <https://www.cidades.com.br/cidades-do-brasil/estado-alagoas/62-santana-do-ipanema.html>. Acesso em: 27 de Março de 2020.

SBCOACHING. **Markup: O que é, Exemplos e Como Calcular o Seu, 2018**. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/blog/markup/>. Acesso em: 08 de Fevereiro de 2020.

SEPULCRI, Odílio; TRENTO, Edison José. **O mercado e a comercialização de produtos agrícolas. Curitiba: Instituto Emater, 2010.** Acesso em: 31 de Janeiro 2020.

SILVEIRA, Vítor Cardoso et al. **AVALIAÇÃO DA IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS LIVRES E A FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO ADOTADA PELOS FEIRANTES NA CIDADE DE NOVA ANDRADINA-MS.** Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), v. 1, n. 1, 2017. Acesso em: 22 de Janeiro de 2019.

SILVESTRE, Luiz Henrique Aparecido; CALIXTO, Juliana Sena; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Mercados locais e políticas públicas para a agricultura familiar: um estudo de caso no município de Minas Novas, MG.** In: CONGRESSO DA SOBER. 2005. Acesso em: 01 de Fevereiro de 2020.

SOUZA, Jamerson Raniere Monteiro de. **A agricultura familiar e a problemática com o atravessador no município de Lagoa Seca-PB: Sítios Oití, Santo Antônio, Alvinho e Floriano.** 2001. Acesso em 09 de Junho de 2020.

SUPRIMENTO, Manutenção e. **Como funciona o mercado local,** 2018. Disponível em: <https://www.manutencaoesuprimentos.com.br/como-funciona-o-mercado-local/>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2020.

TORRES, Vagna Da Silva. **Estratégias para o desenvolvimento de uma comunidade margeada pelo Rio Ipanema e o Canal do Sertão em Santana do Ipanema/AL.** In: VII CONNEPI-Congresso Norte Nordeste de Pesquisa e Inovação. 2012. Acesso em: 12 de Maio de 2020.

UNIVERSO ONLINE, (UOL). **Agropecuária no Sertão Nordestino.** Mundo Educação. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/agropecuaria-no-sertao-nordestino.htm>. Acesso em: 25 de Janeiro de 2020.

VIDAL, M. de F.; SANTOS, JAN dos; SANTOS, MA dos. **Setor sucroalcooleiro no Nordeste brasileiro: estruturação da cadeia produtiva, produção e mercado.** Fortaleza, CE: Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2006.

VOLKERS, Mikaelen; CERRI, Nathália. **Importância Cultural das Feiras Livres.** FAESA Centro Universitário, 2017. Disponível em: <https://faesadigital.com/2017/12/13/importancia-cultural-das-feiras-livres/>. Acesso em: 01 de Maio de 2020.

WEATHER SPARK. **Condições meteorológicas médias de Santana do Ipanema/AL.** Disponível em: <https://pt.weatherspark.com/y/31166/Clima-caracter%C3%ADstico-em-Santana-do-Ipanema-Brasil-durante-o-ano>. Acesso em: 01 de Junho de 2020.

WÜLFING, Astor Fernando. **Mercados Locais e não comoditários para produtos da Agricultura Familiar: Ensaio de uma Análise no Rio Grande do Sul**, 2002. Seropédica, Rio de Janeiro. Acesso em: 31 de Janeiro de 2020.

## APÊNDICE

### Questionário para coleta de dados

1. A pessoa entrevistada é:  Homem ou  Mulher
2. Qual é a idade do(a) senhor(a)?
3. O(A) senhor(a) reside em que município?
4. A residência do(a) senhor(a) está situada na área urbana ou rural do município?
5. Qual o grau de escolaridade do(a) senhor(a)?
 

<input type="checkbox"/> Nunca estudou	<input type="checkbox"/> Ensino técnico completo
<input type="checkbox"/> Ensino fundamental incompleto	<input type="checkbox"/> Ensino técnico incompleto
<input type="checkbox"/> Ensino fundamental completo	<input type="checkbox"/> Ensino superior completo
<input type="checkbox"/> Ensino médio completo	<input type="checkbox"/> Ensino superior incompleto
<input type="checkbox"/> Ensino médio incompleto	
6. O(A) senhor(a) é?
 

<input type="checkbox"/> Agricultor(a)	<input type="checkbox"/> Feirante	<input type="checkbox"/> Agricultor(a) e feirante
----------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------
7. Se o(a) senhor(a) mora em outra cidade, por que escolheu vir trabalhar na feira de Santana do Ipanema?
8. A quanto tempo o(a) senhor(a) é agricultor(a)/feirante?
 

<input type="checkbox"/> Menos de 01 ano	<input type="checkbox"/> De 05 a 10 anos	<input type="checkbox"/>
------------------------------------------	------------------------------------------	--------------------------

Mais de 15 anos

De 01 a 05 anos

De 10 a 15 anos

**9.** Quais são os produtos que o(a) senhor(a) comercializa na feira?

**10.** Se for agricultor(a), quais produtos o(a) senhor(a) produz em seu estabelecimento rural?

**11.** Os produtos comercializados pelo(a) senhor(a) na feira é produzido em Santana do Ipanema? (Se não for, de onde eles procedem?)

**12.** Por qual preço o(a) senhor(a) compra esses produtos?

**13.** O(A) senhor(a) em interesse pelo produto local?  Sim  Não

Se sim, então, por que não compra os produtos produzidos localmente? Se não, teria interesse em adquirir os produtos produzidos localmente?

**14.** Por qual preço o(a) senhor(a) vende esses produtos na feira?

**15.** Qual é a renda do(a) senhor(a)?

Até 01 salário mínimo

De 03 até 04 salários mínimos

De 01 até 02 salários mínimos

De 04 até 05 salários mínimos

De 02 até 03 salários mínimos

Mais que 05 salários mínimos

**16.** A renda que o(a) senhor(a) recebe é satisfatório/suficiente para o(a) senhor(a) e sua família?

Sim  Não

**17.** O(A) senhor(a) possui uma outra fonte de renda?

Sim. Qual? \_\_\_\_\_

Não.

**18.** Há quanto tempo o(a) senhor(a) trabalha na feira? Por que decidiu trabalhar na feira?

**19.** Quantos dias na semana ou no mês o(a) senhor(a) trabalha na feira? Por que o(a) senhor(a) só trabalha neste período?

**20.** O(A) senhor(a) considera que compensa comercializar os produtos na feira? Explique.

**21.** O(A) senhor(a) possui alguma dificuldade para trazer os produtos para a feira ou alguma dificuldade para vender?

**22.**O(A) senhor(a) costuma alterar o preço na hora da venda ou negociação com o cliente? (Às vezes o cliente pode chegar a reclamar do preço e pedir para baixar?...)

Sim    Não.

**23.**Desde quando começou a trabalhar na feira o(a) senhor(a) percebeu algum aumento no número de clientes que frequentam sua barraca/banca ou na feira?

Sim    Não.

**24.**O que os clientes falam sobre os produtos comercializados pelo(a) senhor(a) na feira? (Estão sendo aceito ou reclamam de algo?...)

**25.**Se participa de algum projeto: Antes do projeto, o(a) senhor(a) já era feirante?

Sim    Não.

Se sim, onde era a feira que o(a) senhor(a) trabalhava? Se não, o(a) senhor(a) trabalhava com o quê?

**26.**De que forma o(a) senhor(a) foi escolhido para participar do projeto? (Foi a partir do convite de algum amigo? Ou foi selecionado pelo corpo técnico do projeto? Ou foi indicado por algum agricultor, técnico ou feirante que já conhecia o(a) senhor(a)?)