



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**  
**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**UFAL**

**Identificação de componentes curriculares do Curso de Administração da UFAL na  
organização de uma feira por agricultores familiares.**

**ELENILSON DA SILVA RODRIGUES**

**Maceió - AL**  
**Junho de 2023**

**ELENILSON DA SILVA RODRIGUES**

**Identificação de componentes curriculares do Curso de Administração da UFAL na  
organização de uma feira por agricultores familiares.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Federal de Alagoas como um  
dos requisitos para obtenção do título de  
bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Madson Bruno da Silva  
Monte

**MACEIÓ**

**Junho de 2023**

## FICHA CATALOGRÁFICA

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecária: Helena Cristina Pimentel do Vale CRB-4/ 661

R696i Rodrigues, Elenilson da Silva.  
Identificação de componentes curriculares do curso de Administração da UFAL na organização de uma feira por agricultores familiares / Elenilson da Silva Rodrigue. – 2024.

71 f. (+ 23 f. não numeradas) : il.

Orientador: Madson Bruno da Silva Monte.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Administração) – Universidade Federal de Alagoas, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 54-56.

Apêndices: f. 57-70.

Inclui anexos.

1. Administração – Estudo e ensino. 2. Extensão universitária. 3. Agricultura familiar. 4. Trabalhadores rurais. 5. Construindo conhecimento. I. Título.

CDU: 658:631

**ELENILSON DA SILVA RODRIGUES**

**Identificação de componentes curriculares do Curso de Administração da UFAL na  
organização de uma feira por agricultores familiares.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Federal de Alagoas como um  
dos requisitos para obtenção do título de  
bacharel em Administração.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr Madson Bruno da Silva Monte (Orientador)  
Universidade Federal de Alagoas

\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Claudia Maria Milito (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Alagoas

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr Carlos Everaldo Silva da Costa (Examinador Externo)  
Universidade Federal de Alagoas

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de iniciar este agradecimento com uma homenagem especial à minha mãe, Helena Nunes. Mãe, você foi a minha maior motivadora, sempre acreditando em mim, mesmo nos momentos mais difíceis. Seu apoio incondicional, especialmente após a partida do meu pai, Evanilson Rodrigues, foi o alicerce que me manteve firme e determinado. Sei que ele estaria muito orgulhoso, e este trabalho também é uma forma de honrar a sua memória.

A minha irmã, que sempre me impulsionou a concluir tudo o que eu começava, nunca deixou de me lembrar que sou "o inteligente da família"(risos). Suas palavras de incentivo foram o combustível nos momentos de incerteza, e sou imensamente grato por isso.

Aos meus amigos Matias e Adryelly, meu sincero agradecimento. Vocês foram essenciais logo no início, quando meu tema ainda era outro, e, em meio a tantas conversas, me ajudaram a encontrar o caminho certo.

Danilo, Luana, Ruth e Shirlane suas palavras e encontros me guiaram no percurso do TCC, sempre oferecendo dicas, revisões e abrindo portas para o acesso a informações cruciais. Um agradecimento especial também à Jessica, que recuperou os dados do PIBIC quando eu já havia perdido as esperanças. Seu apoio foi fundamental.

Agradeço de coração à Isabella Alice, Janaina, Julielle, Lyvia e Yasmin. Vocês estiveram ao meu lado nos momentos mais difíceis, quando as crises e a vontade de desistir pareciam tomar conta de mim. Com paciência e carinho, me ajudaram na revisão e, acima de tudo, me ajudaram a acreditar que eu era capaz.

Ao meu orientador, Madson Bruno, sou imensamente grato. Mesmo não sendo sua linha de pesquisa, você se dedicou e me orientou com maestria. Seu olhar cuidadoso fez toda a diferença.

Deixo também minha gratidão à Profa. Ana Paula, minha primeira orientadora, que acreditou no potencial do meu trabalho do PIBIC e me incentivou a seguir nessa trajetória. Ao Prof. Everaldo, minha eterna gratidão por me orientar no projeto do PIBIC, que deu origem a este TCC.

Por fim, agradeço a todos que, de maneira direta ou indireta, contribuíram para a realização deste trabalho. Cada palavra, gesto e apoio foi essencial para que eu chegasse até aqui. Muito obrigado!

**RESUMO**

Este estudo descreve a realidade socioeconômica dos agricultores familiares em Maceió, com foco nos desafios de acesso a apoio institucional, financiamento, tecnologias e impactos das mudanças climáticas. Com caráter descritivo e exploratório, a pesquisa tem como objetivo central a troca de saberes entre o conhecimento acadêmico em Administração e as práticas dos agricultores, explorando especialmente a gestão de feiras de bairro, com foco na feira do Santo Eduardo. A metodologia de Pesquisa-Ação e os conteúdos do curso de Administração foram empregados para facilitar essa troca de experiências e aprimorar a organização e eficiência nas atividades dos feirantes. Entre as preocupações dos feirantes, destacaram-se as questões de infraestrutura, como a falta de banheiros e iluminação, acompanhadas de uma forte resiliência e senso de comunidade. Foram propostas melhorias em áreas como gestão financeira, controle de estoque e uso de tecnologia para maior visibilidade da feira. Ao integrar práticas administrativas ao contexto local, o estudo visa contribuir para um desenvolvimento sustentável e colaborativo na agricultura familiar.

**Palavras-chave:** Trabalhador, Agricultura, Conhecimento, Administração, Extensão.

## ABSTRACT

The study describes the socioeconomic reality of family farmers, who in turn face difficulties in obtaining support, access to finance, technology, also face the challenges of climate change. Since 2018, the market has also played an important role in creating sales spaces for these products. This descriptive and exploratory study aims to connect the academic knowledge of Administration with the practice of family farmers in Maceio, with a focus on the management of fairs. In addition, the research uses the methodology of Action Research to promote the exchange of knowledge between family farmers and the field of Administration, demonstrating how administrative theories can be applied in the organization of neighborhood fairs, specifically at the Santo Eduardo Fair, contributing to practical and strategic improvements in its commercial activities. The stallholders showed concern about the infrastructure, such as the lack of bathrooms and lighting, but also a resilient attitude and gratitude for the space and sense of community. There were suggestions for improvements, such as financial management, inventory control and the use of technologies for promotion and visibility of the fair. Practical proposals were prepared to integrate administrative theories to the reality of the fairgrounds, aiming to improve the organization and management of the event.

**Keywords:** Worker, Agriculture, Knowledge, Administration, Extension.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fotografia da Feira do Santo Eduardo ----- 32

Figura 2 - Fotografia da Feira do Santo Eduardo ----- 37

Figura 3 - Fotografia Avental da Feira do Santo Eduardo ----- 46

## **LISTA DE TABELAS (Se houver)**

Tabela 1 – Perfil socioeconômico da população alagoana, no período de julho de 2010 a abril de 2020

35

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Etapas da pesquisa-ação utilizada no estudo —————	27
Quadro 02 - Resumo do projeto pedagógico do curso de Administração —————	39
Quadro 03 - Relação entre o PPC de Administração e a feira do Sto Eduardo —————	41

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ASA	Articulação do Semiárido Brasileiro
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
DNOCS	Departamento de Obras Contra a Seca
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PIB	Produto Interno Bruto
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PPC	Projeto Pedagógico do Curso
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SUDENE	Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
UFAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

## **SUMÁRIO**

### **1 INTRODUÇÃO**

#### 1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

#### 1.2 OBJETIVOS

##### 1.2.1 Objetivo Geral

##### 1.2.2 Objetivos Específicos

#### 1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

### **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

#### 2.1 Agricultura no Brasil

#### 2.2 Agricultura no Nordeste

#### 2.3 Agricultura Familiar

#### 2.4 Feira Livre

#### 2.5 Componentes Curriculares do Curso de Administração

### **3 METODOLOGIA DA PESQUISA**

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

#### 3.2 Relacionando com o curso

#### 3.3 Linha do Tempo

### **4 ANÁLISE DOS DADOS, RESULTADOS E DISCUSSÃO**

#### 4.1 Análise

#### 4.2 Melhorias relacionadas

### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **REFERÊNCIAS**

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

Em Alagoas, para ilustrar o modo de vida do sertanejo, do agricultor familiar, do camponês, seja do sertão, do semiárido, agreste, ou da zona da mata, a obra do escritor alagoano Graciliano Ramos (2003), *Vidas Secas*, publicada em 1938, é considerada atual pelo fato da mesma retratar a heterogeneidade da vida no interior.

Sobre a representatividade dessa obra literária, com os personagens Fabiano, sua esposa Vitória, seus filhos, sua cadela Baleia e até seu papagaio, os aspectos cotidianos se fazem presentes, tendo em vista, os atuais índices socioeconômicos, parametrizados pelos critérios: Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), medido pela educação (alfabetização e taxa de matrícula), longevidade (esperança de vida ao nascer) e renda (PIB per capita), quando dos 27 estados do Brasil, Alagoas fica em último, com IDH de 0,631; e pelo Produto Interno Bruto (PIB), definido por somar todos os bens e serviços finais que são produzidos em um município, durante um período determinado, em que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (Costa, 2015).

Tentando aproximar a situação cotidiana de grande parte da população alagoana e as passagens de *Vidas Secas*, é possível destacar aspectos heterogêneos materiais e imateriais locais, como: a morte – quando as condições de vida não são favoráveis e dignas e até o papagaio morre por conta disso, transformando-se em alimento para a cadela; fome e sede – quando é preciso caminhar por muito tempo para acessar um pouco do que comer e beber, ou seja, quando necessidades básicas tornam-se odisseias para se alcançar; cultura – pelas festas juninas, pelo forró, pelas danças e comidas típicas; a religião – vinculada ou não a festejos, quando muitas vezes é a alternativa para manter-se esperançoso para com o fim daquela condição de sofrimento que a vida impôs como se fosse uma penitência; vaidade e protagonismo feminino – quando Vitória imaginava que estar bem-vestida é uma condição distante e que as decisões estariam sempre submissas ao “homem da casa”; moradia – quando dormir em uma cama era apenas em sonho; fauna e flora – quando a chuva, ainda que escassa, traz o verde e irriga o solo enriquecendo sua vegetação e o canto dos pássaros; estratificação social – quando há o fazendeiro que manda e o vaqueiro (o matuto) apenas obedece porque “não tem estudo”; prepotência do Estado – quando o soldado amarelo chega e prende, ou seja,

implementa ações assistenciais, sem considerar o conhecimento local que pode ser reconhecido como alternativa para melhoria das condições de vida locais; e educação formal – tanto para o agricultor, para sua esposa e filhos, como algo impossível, tendo em vista que se nasceu naquela condição, permaneceria naquela condição como uma construção de mundo para trabalhar.

Por todos esses aspectos do estado de Alagoas aqui vinculados a uma obra publicada há mais de 80 anos, uma das poucas alternativas – construções sociais da realidade SILVA; MUNIZ; MENEZES (2018) – para o agricultor familiar (o sertanejo) e sua família seria – e ainda é – a migração para o sul ou sudeste do Brasil, como se diz no ditado popular, rumo à “cidade grande” e à (falsa) esperança de uma vida melhor.

Nesse recorte histórico temporal de 1938 a 2021, por um olhar institucional, o Estado – cuja lógica é regular a atividade humana por meio de hierarquias legais e burocráticas FRIEDLAND; ALFORD (1991) – ainda que não mais como soldado amarelo, permanece como um dos atores predominantes e pode ser considerado em 3 momentos:

O primeiro, entre 1900 e o final dos anos 1990, quando a perspectiva para o interior foi a de combater a seca MOREIRA et al (2016) ou atuar com ações assistencialistas de combate à fome, considerando ações como a construção de açudes, perfuração de poços etc, guiados pelos órgãos Departamento de Obras Contra a Seca (DNOCS) de 1945, Banco do Nordeste do Brasil (BNB), de 1952, a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), de 1959, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), de 1973, assim como a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), de 1990.

O segundo, entre os anos 2000 e 2018, quando um diálogo foi aberto com o ator institucional Comunidade, este composto por agricultores familiares, sociedade civil organizada, associações e cooperativas que, legitimados pela Articulação do Semiárido Brasileiro (ASA), elaborar e operacionalizar políticas públicas (NOGUEIRA; MILHORANCE; MENDES, 2020), cujo foco foi: a convivência com o semiárido – não mais o combate a seca – e as tecnologias sociais passaram a melhor utilizar a água das chuvas – ainda que escassas – em cisternas, seja pelo programa 1 Milhão de Cisternas (P1MC), 1 Terra e 2 Águas (P1+2), Cisterna calçadão, Barreiro

trincheiro etc; e a implementação de programas de renda como o Bolsa Família. A partir desses programas e dessas tecnologias sociais, foram fortalecidos: as trocas de saberes entre os agricultores; os sistemas de irrigação por gotejamento; os bancos de sementes crioulas; a venda dos produtos excedentes em feiras da agricultura familiar e para programas como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA); assim como o estímulo que os filhos das pessoas inseridas no interior, permanecessem na escola;

E, para um terceiro momento, legitimado de 2018 aos dias atuais, um dos reflexos das ações dos anos anteriores foi que o excedente da produção rural também passou a ser direcionado/escoado para feiras da agricultura familiar PEREIRA; BRITO; PEREIRA, (2017), VERANO; MEDINA, (2019) CARVALHO; GROSSI (2019), principalmente as apoiadas pelas secretarias de agricultura do estado e dos municípios, que ocorrem a cada 15 e/ou 30 dias em média, em praças, nos espaços das secretarias de agricultura, ou até mesmo nos pátios de organizações públicas de ensino superior.

Ao sair dessa configuração em que o Estado participa e/ou estimula a venda de produtos da agricultura familiar, há também – a partir de 2018 – a legitimação da participação do ator institucional Mercado – que trata do quanto os produtores de bens procuram converter todas as ações na compra e venda, com base em um preço monetário THORTON; OCASIO; LOUNSBURY (2012) – cujo apoio está com a cessão de espaços privados, como estacionamento ou setores internos de shopping centers, onde os agricultores comercializam seus produtos.

No entanto, na busca por uma lacuna que justifique esse estudo, a partir desses 3 momentos e para além das ações do Estado ou do Mercado, apesar de que tal lacuna é influenciada por ambas as instituições, já há ações orientadas pela proatividade de agricultores familiares como atores da Comunidade – que conforme Reay e Hinnings (2009) serve de referência para crenças e ações predominantes em um determinado contexto – que deslocam-se para Maceió para que possam comercializar seus produtos em feiras do tipo autônomas. Entre os produtos comercializados há hortaliças, frutas, verduras e animais como

galinha (que são abatidas na hora), tapiocas, mel, bolos, beiju, ervas etc., seja em praças, travessas ou em ruas, também de modo quinzenal ou mensal.

A feira ocorre com a venda dos produtos à vista (em dinheiro quase sempre) e os familiares apoiam na venda, na pesagem SIQUEIRA (2018), LOPES (2021), no descascar da macaxeira, no debulhar do feijão-de-corda/ verde, na preparação da tapioca e no abatimento da galinha, na embalagem dos produtos em sacolas.

Em muitas dessas feiras, os agricultores chegam – por exemplo – em um dia de quarta no fim de tarde, acompanhados de filhos, esposas, esposos e parentes, armando barracas, onde ali mesmo dormem e fazem as refeições, solicitando energia elétrica e acesso a banheiro para algum Centro Social Urbano – equipamento da época militar para difundir a noção do social BORBA (1991) – ou a algum morador, ou igreja por exemplo. Nessa rotina alguns aspectos coexistem, como o trabalho dos adultos e dos jovens. E sobre estes, durante os dias de feira em Maceió, há uma ausência na escola que é frequentada em seus municípios de origens, acarretando uma perda de 6 dias (quarta, quinta e sexta) por mês de aula para as feiras quinzenais (que ocorrem 2 vezes por mês).

Com o intuito de minimizar a tendência de não concluir os estudos – especificamente do ensino médio – por conta das obrigações com a renda familiar, a partir do suporte nas feiras quinzenais quando se acompanha os pais, a universidade pública federal, um ator do Estado, pode também contribuir com esses agricultores de um outro modo, orientando os: i) adultos sobre ferramentas de gestão, desde a divulgação da feira, redução dos custos e dos desperdícios, assim como outros aspectos inerentes ao contexto; e ii) os jovens, apresentando a universidade, as possibilidades que eles podem ter ao continuarem os estudos para que futuramente ingressem na área de gestão – no curso de Administração – e o quanto isso pode contribuir com seu futuro e com o trabalho dos pais/familiares.

Tudo isso legitima a agricultura familiar, como importante e essencial para a sociedade AQUINO; FREIRE; CARVALHO (2017), para que seja organizada de modo que aproxime o saber local ao da gestão, que os mesmos até organizem suas comunidades em associações, cooperativas e que tenham em mente a perspectiva de não abandonar os estudos, nem para buscarem, conforme Silva, Antoniazzi e Novak (2019), melhores condições de vida no sul ou sudeste do Brasil.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

A feira é composta por agricultores de cidades diferentes (Murici e Maragogi), mas uma parceria que deu certo para ambos e onde esta necessitava de alguns encaminhamentos para a melhoria na condução da feira. Sendo o objetivo geral trocar saberes, norteadas pela Pesquisa-Ação, entre a área do conhecimento Administração e agricultores familiares que, de modo autônomo, organizam uma feira de bairro, em Maceió.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar levantamento bibliográfico sobre habilidades e competências das grandes áreas da Administração;
- Relacionar as atividades desempenhadas pelos agricultores às disciplinas do curso de Administração;
- Construir troca de saberes entre as atividades desempenhadas e as disciplinas do curso de Administração;
- Trazer exemplos de agricultores familiares que continuaram os estudos e que conseguiram ampliar outras perspectivas de ação, tanto na agricultura familiar, quanto para a vida pessoal e da família;
- Modelar, em conjunto, a execução de oficinas – incluindo elaboração e aplicação de casos para ensino – na área de Administração aos agricultores.

### 1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

A justificativa deste estudo está profundamente conectada à realidade desafiante da agricultura familiar em Alagoas, que ainda enfrenta obstáculos estruturais e sociais de longa data. Mesmo com políticas que incentivam a convivência com o semiárido e a adoção de tecnologias sociais voltadas ao desenvolvimento rural, muitos agricultores familiares ainda têm sua autonomia econômica e social limitada. Esses desafios são refletidos nos baixos índices de desenvolvimento humano e na performance do produto interno bruto estadual, o que sugere que as dificuldades econômicas e estruturais continuam sendo barreiras significativas para o desenvolvimento sustentável da região.

O presente estudo tem como objetivo descrever a dinâmica da agricultura familiar, com um enfoque específico em Maceió, examinando como os agricultores se inserem no mercado urbano, especialmente nas feiras de bairro. Esses mercados representam uma via de comercialização direta e sem intermediários, oferecendo oportunidades para os pequenos produtores. Contudo, o contexto urbano traz novos desafios que exigem dos agricultores habilidades de gestão e estratégias que viabilizem o acesso ao mercado e aumentem a competitividade de seus produtos. Muitas vezes, a carência de suporte administrativo e institucional acaba impulsionando a migração dos agricultores para grandes centros urbanos, resultando em êxodo rural e aumentando a pressão sobre as áreas urbanas.

Diante desse panorama, a pesquisa justifica-se pela necessidade urgente de fortalecer a integração entre o conhecimento acadêmico e a prática agrícola. O levantamento bibliográfico sobre habilidades e competências das principais áreas da Administração, incluído como um dos objetivos do estudo, proporcionará uma base teórica para aproximar as práticas dos agricultores das disciplinas do curso de Administração, facilitando uma troca de saberes entre o meio acadêmico e a realidade rural. Por meio de exemplos práticos, esta pesquisa busca destacar casos de agricultores familiares que expandiram suas perspectivas através da educação, evidenciando como a continuidade dos estudos pode enriquecer a prática agrícola e promover um impacto positivo na vida pessoal e familiar.

Outro aspecto central do estudo é o desenvolvimento de oficinas práticas, modeladas em colaboração com os agricultores e baseadas nas disciplinas-chave da Administração. Ao aplicar conceitos administrativos, o estudo visa não só apoiar a autonomia dos agricultores,

mas também incentivar a permanência dos jovens no campo, evitando interrupções nos estudos e ampliando as perspectivas de mobilidade social.

Assim, a pesquisa não apenas endereça necessidades práticas, mas também contribui teoricamente para a compreensão e solução de desafios históricos enfrentados pela agricultura familiar. A importância deste trabalho reside em construir uma ponte entre teoria e prática, promovendo um desenvolvimento local sustentável e alinhado às especificidades do contexto alagoano, fortalecendo, assim, a autonomia e o potencial dos agricultores familiares.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Agricultura no Brasil

Tem passado por uma evolução significativa desde os tempos coloniais até os dias atuais, consolidando-se como um dos setores mais importantes da economia brasileira. No período colonial, a produção agrícola era baseada em grandes monoculturas voltadas para a exportação, como o açúcar, o tabaco e o café, que dominaram diferentes fases da economia brasileira. Essas culturas foram sustentadas pelo trabalho escravo e concentravam-se em grandes latifúndios, principalmente no Nordeste (cana-de-açúcar) e no Sudeste (café). Com o fim da escravidão e o início da industrialização no final do século XIX, o Brasil começou a diversificar sua produção agrícola, abrindo espaço para outras culturas e promovendo a mecanização do campo (Vieira Filho, 2022).

No século XX, o processo de modernização da agricultura brasileira acelerou-se com a introdução de novas tecnologias, como a mecanização e o uso de insumos químicos, principalmente a partir da Revolução Verde nas décadas de 1960 e 1970. Durante esse período, o governo implementou políticas voltadas para a modernização do campo, como o financiamento agrícola e a expansão da infraestrutura rural. Ao mesmo tempo, a agricultura familiar e de subsistência seguiu existindo, especialmente em regiões como o Nordeste, mas com menos apoio estatal. A década de 1970 também marcou o início de grandes investimentos na abertura de novas fronteiras agrícolas, como a expansão da produção no Cerrado, impulsionada pela pesquisa científica e pelo uso de correção do solo (Hoffmann, 2020).

Nos anos 2000, o Brasil consolidou sua posição como um dos maiores exportadores de commodities agrícolas no mundo, especialmente com o crescimento da produção de soja, milho, carne bovina, açúcar e algodão. A agroindústria passou a ser altamente tecnificada, utilizando biotecnologia, como sementes transgênicas, e técnicas avançadas de manejo sustentável. O desenvolvimento de grandes empresas agrícolas e a criação de cooperativas fortaleceram ainda mais o setor. Ao mesmo tempo, políticas públicas como o PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) começaram a incentivar a agricultura familiar, que ainda hoje é responsável por grande parte da produção de alimentos para o consumo interno (Favro; Alves, 2020).

Nos dias atuais, a agricultura brasileira enfrenta desafios relacionados à sustentabilidade ambiental, como o desmatamento e as mudanças climáticas, além de pressões sobre as terras indígenas e áreas de conservação. No entanto, o setor continua a crescer, mantendo-se como um dos pilares da economia nacional, tanto no mercado interno quanto nas exportações. A adoção de práticas de agricultura sustentável e a crescente demanda por alimentos orgânicos e de baixo impacto ambiental representam as novas fronteiras para a agricultura brasileira (Viola; Mendes, 2022).

Nesse contexto, observa-se que a agricultura no Brasil é um dos pilares da economia nacional, responsável por uma parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB) e das exportações. O país é líder mundial na produção de diversas commodities agrícolas, como soja, milho, café, laranja, cana-de-açúcar e carne bovina, sendo um dos maiores exportadores de alimentos do planeta. A agricultura brasileira é caracterizada por uma dualidade entre grandes propriedades de alta produtividade e a agricultura familiar, que garante o abastecimento interno de alimentos básicos (Viola; Mendes, 2022).

Para Vieira Filho (2022), a agricultura empresarial no Brasil utiliza tecnologias avançadas, como mecanização, biotecnologia e sistemas de irrigação de ponta, além de contar com vastas áreas de monocultura dedicadas ao cultivo de produtos voltados para o mercado externo. Essa agricultura de grande escala, no entanto, está frequentemente associada a questões ambientais, como o desmatamento e a degradação do solo, principalmente na região Amazônica e no Cerrado. Em paralelo, a agricultura familiar, que ocupa cerca de 25% das terras agricultáveis do país, é responsável por aproximadamente 70% dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros, o que evidencia seu papel fundamental na segurança alimentar da população.

## 2.2 Agricultura no Nordeste

Adentrando, a agricultura no Nordeste do Brasil enfrenta desafios singulares, decorrentes principalmente das condições climáticas adversas. A região, em grande parte caracterizada pelo semiárido, sofre com a escassez de chuvas e a irregularidade dos recursos hídricos, o que limita a produção agrícola em muitas áreas. Apesar dessas dificuldades, o Nordeste tem se destacado em setores específicos da produção agrícola, como a fruticultura irrigada, que tem gerado resultados expressivos, especialmente no Vale do São Francisco.

Regiões como Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) são grandes exportadoras de frutas como manga, uva e melão, impulsionadas por projetos de irrigação que transformaram terras áridas em campos produtivos (Aquini; Alves; Vidal, 2020).

Além disso, culturas tradicionais como o feijão, a mandioca e o milho continuam sendo essenciais para a subsistência de muitas famílias no interior da região, com um enfoque maior na agricultura familiar. A cana-de-açúcar e o algodão também são importantes culturas em determinadas áreas do Nordeste (Aquini; Alves; Vidal, 2020). No entanto, o desenvolvimento sustentável da agricultura no Nordeste depende de políticas públicas eficientes que promovam a convivência com o semiárido, através de investimentos em infraestrutura hídrica, assistência técnica e crédito rural, além da adoção de tecnologias de baixo custo e técnicas de conservação de solo e água.

### 2.3 Agricultura Familiar

Tem profundas raízes históricas no Brasil e desempenha um papel crucial na produção de alimentos, especialmente no Nordeste. Desde a colonização, pequenos agricultores praticavam uma agricultura de subsistência, cultivando mandioca, feijão, milho e outros produtos básicos, principalmente para o consumo local. Ao longo do tempo, a agricultura familiar consolidou-se como a principal forma de produção em regiões mais pobres e de difícil acesso, como o Nordeste, onde a estrutura fundiária sempre foi marcada por grandes latifúndios e concentração de terras. Essa estrutura desigual fez com que muitas famílias se estabelecessem em pequenas propriedades, sobrevivendo por meio do cultivo diversificado e do uso de práticas tradicionais (Monteiro et al., 2024).

No Nordeste, a agricultura familiar é vital, não apenas como uma fonte de sustento para milhões de pessoas, mas também como um fator de estabilidade social e econômica. A região enfrenta desafios climáticos únicos, como a seca e a desertificação, o que torna a agricultura de grande escala menos viável em diversas áreas. Nesse contexto, a agricultura familiar tem se mostrado resiliente, utilizando sistemas adaptados ao semiárido, como o uso de cisternas para captação de água da chuva e técnicas de conservação do solo. O cultivo de alimentos básicos, como feijão, mandioca e milho, aliado à criação de pequenos animais, como caprinos e aves, garante o abastecimento das comunidades locais e fortalece a segurança alimentar (Aquini; Alves; Vidal, 2020).

A importância da agricultura familiar para o Nordeste vai além da produção de alimentos. Ela está ligada à preservação de tradições culturais e à manutenção das comunidades rurais, que muitas vezes enfrentam o êxodo para os centros urbanos. A agricultura familiar promove a fixação do homem no campo e a diversificação da economia rural, criando oportunidades para o desenvolvimento sustentável. Hoje, mais de 80% dos estabelecimentos agrícolas no Nordeste são familiares, demonstrando sua relevância não só para a segurança alimentar, mas também para a coesão social e a sustentabilidade da região (Monteiro et al., 2024).

Sendo assim, a agricultura familiar no Brasil tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social do país. Com cerca de 4,4 milhões de propriedades rurais, representa 84% dos estabelecimentos agrícolas e emprega mais de 10 milhões de trabalhadores. A agricultura familiar é responsável por grande parte da produção de alimentos consumidos internamente, como feijão, arroz, mandioca, milho, hortaliças, frutas e pequenos animais, como aves e suínos. Esse segmento é caracterizado pela gestão e trabalho predominantemente familiar, com propriedades menores e sistemas produtivos diversificados (Troian; Machado, 2020).

#### 2.4 Feira Livre

As feiras livres desempenham um papel crucial na economia local e no abastecimento alimentar das cidades brasileiras, sendo um espaço onde a agricultura familiar se conecta diretamente com os consumidores. Tradicionais no Brasil, especialmente em regiões urbanas e rurais, as feiras livres oferecem uma ampla variedade de produtos frescos, como frutas, verduras, legumes, carnes, laticínios e produtos artesanais, geralmente a preços mais acessíveis do que os encontrados nos supermercados. Para os pequenos produtores, as feiras são uma importante fonte de renda, pois possibilitam a comercialização direta, sem intermediários, o que garante uma maior margem de lucro (Palmeira; Costa; Carvalho, 2021).

Além disso, representam uma alternativa mais justa e sustentável de consumo, promovendo a economia local e incentivando o consumo de alimentos frescos e sazonais. As feiras também são um ponto de encontro social, onde as pessoas interagem, trocam informações e preservam tradições culturais. Embora as feiras livres enfrentem desafios, como a concorrência com grandes redes varejistas e a informalidade, elas continuam sendo

fundamentais para o escoamento da produção da agricultura familiar e para a manutenção de circuitos curtos de comercialização, o que contribui para a segurança alimentar e a sustentabilidade do sistema agroalimentar brasileiro (Palmeira; Costa; Carvalho, 2021).

Uma feira é, antes de mais, um local de encontro. Aí, vendedores e compradores estabelecem os seus negócios, mas, por outro, integram-se numa trama de papéis sociais que transcendem as funções estritamente económicas. Justino, D (1989).

Segundo Mascarenhas (2008), a feira livre no Brasil constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Herança em certa medida da tradição ibérica (também de raiz mourisca), posteriormente mesclada com práticas africanas, está presente na maioria das cidades brasileiras, sobretudo naquelas com população superior a 300 mil habitantes (excetuando-se obviamente o Plano Piloto da capital federal, Brasília, pautado em princípios urbanísticos singulares). Desempenham ainda hoje papel relativamente importante no abastecimento urbano, apesar das políticas públicas adversas que tiveram de enfrentar nos últimos 30 anos.

Pereira (2017) nos traz que a importância da feira também se dá na oportunidade de abastecimento de produtos de características locais, além de baratos e saudáveis, garantindo a soberania e a segurança alimentar, pois o consumidor sabe onde e como os alimentos foram produzidos e a segurança é garantida no valor acessível, na diversidade e no uso quase que nulo de agrotóxicos, servindo como um impulsionador da agricultura familiar e o desenvolvimento rural em bases sustentáveis. Apesar de competirem com o comércio varejista, constituído por mercados e supermercados, as feiras persistem e resistem, o que indica que além dos aspectos económicos, elas trazem consigo aspectos de outras naturezas, como a social e a cultural.

SILVA (2017) nos fala que a agricultura familiar tem por característica, dentre outros aspectos, pela utilização da mão de obra familiar e pelo cultivo da terra em áreas de pequena extensão, onde é possível adotar práticas produtivas mais adequadas, como a diversificação de cultivos, minimização do uso de fertilizantes industriais e substituição destes por fertilizantes orgânicos, além da preservação do património genético através das sementes de variedades tradicionais ou crioulas, que foram seleccionadas e melhoradas pelas mãos dos homens .

Sato, L. (2009) traz o relato de Renato - *A feira livre é uma mãe! Você vê, tem muita gente que vive da feira livre, ninguém passa fome! Vai num supermercado pra você ver! Lá não pode pegar o que sobra; eles jogam fora, mas não pode pegar nada!* - onde ele fala um pouco de sua visão sobre a feira livre e o supermercado, o que não deixa de ser um comparativo sobre a realidade de cada um dos segmentos.

Tradicionalmente, as feiras livres desempenham um papel importante como canais curtos de comercialização em muitos municípios brasileiros. Elas permitem que agricultores e consumidores interajam, criando vínculos e sociabilidades que geram relações de confiança. Essas relações podem permitir que alguns agricultores familiares não dependam necessariamente de instituições de acreditação e certificação, como os selos de orgânicos (SABOURIN, 2013).

Do ponto de vista sociológico, os agricultores familiares representam uma forma social específica de trabalho e produção. Eles se situam em um espaço geográfico definido, onde suas atividades envolvem a interação de um grupo familiar, ligado por laços de parentesco, com a terra e outros meios de produção. Além disso, esses agricultores se relacionam com outras unidades familiares e grupos sociais (Schneider, 2016).

## 2.5 Componentes Curriculares do Curso de Administração

Como diz o Art. 4º da resolução RESOLUÇÃO Nº 5, DE 14 DE OUTUBRO DE 2021:

*§ 3º Os planos de atividades dos diversos componentes curriculares do curso, especialmente em seus objetivos, devem demonstrar como contribuem para a adequada formação do graduando em face do perfil estabelecido do egresso, relacionando-os às competências definidas.*

Os componentes curriculares do curso de Administração da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) tem sua grande relevância para a gestão de feiras livres, proporcionando aos estudantes conhecimentos teóricos e práticos aplicáveis na operação e organização desses espaços. Disciplinas como Economia oferecem uma base sólida para a compreensão do comportamento do mercado, permitindo que os administradores das feiras analisem a lei da oferta e da demanda e sua influência nos preços dos produtos. Esse entendimento facilita o planejamento das ofertas, o ajuste de preços conforme a sazonalidade dos produtos e a

adaptação às variações do mercado, aspectos fundamentais para a sustentabilidade econômica das feiras.

O curso de Administração será estruturado com uma abordagem de Administração Geral, mas com foco especial no Empreendedorismo, adaptando-se às necessidades do contexto local. Essa ênfase visa proporcionar aos alunos suporte, conhecimento e uma visão crítica para criar e desenvolver negócios alinhados à realidade regional, assegurando a viabilidade de suas iniciativas e planejamentos. Essa orientação contribui para impulsionar a produção e o comércio local, promovendo também o desenvolvimento socioeconômico do Estado de Alagoas.

Além disso, a valorização do Empreendedorismo capacita os futuros profissionais a se destacarem em grandes empresas, sejam elas nacionais ou multinacionais, ao cultivarem um perfil empreendedor e apresentarem soluções inovadoras para os desafios cotidianos no ambiente corporativo (UFAL, 2006).

A Teoria Geral da Administração contribui para a estrutura organizacional da feira, abordando a disposição estratégica das barracas e a coordenação entre feirantes e fornecedores. A disciplina capacita o aluno a melhorar o fluxo de vendas e otimizar o uso do espaço físico, promovendo uma organização que beneficie tanto vendedores quanto consumidores. O conhecimento em Contabilidade, por sua vez, auxilia os gestores das feiras no registro das vendas, controle de despesas e cálculo de lucros, promovendo uma administração financeira responsável é fundamental para a saúde econômica.

A Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais e a Logística são igualmente fundamentais, especialmente para a organização do transporte e armazenamento de produtos, garantindo que os itens perecíveis cheguem ao consumidor em boas condições. A logística eficaz permite que os produtos estejam disponíveis e sejam comercializados em alta qualidade, fator decisivo para a competitividade e confiabilidade das feiras livres.

A gestão financeira e orçamentária proporciona habilidades de planejamento de recursos e análise de custo-benefício, capacitando os feirantes a fazer investimentos mais precisos e informados. Com as disciplinas de Marketing e Gestão Mercadológica, os alunos aprendem a atrair clientes e promover produtos, elementos essenciais para um ambiente competitivo como o das feiras. Estratégias simples, como a disposição atrativa dos produtos e a criação de promoções, podem ter um impacto significativo nas vendas.

As disciplinas de Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios incentivam o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora, o que é crucial para os feirantes, que muitas vezes atuam como pequenos empreendedores. A formação em Direito Comercial e do Trabalho complementa o conhecimento ao abordar as regulamentações e direitos pertinentes ao contexto das feiras, assegurando que as operações sejam conduzidas em conformidade com as normas vigentes, o que contribui para a segurança e regularidade das atividades.

Dessa forma, os conteúdos oferecidos pelo curso de Administração da UFAL aplicam-se diretamente ao contexto das feiras livres, oferecendo estratégias práticas que potencializam a eficiência operacional, a lucratividade e a satisfação dos clientes, promovendo uma gestão mais profissional e sustentável desses espaços comerciais.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

Segundo TRIPP (2005), pesquisa-Ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é desenvolvida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo. Este método é visto como forma de engajamento sociopolítico a serviço da causa das classes populares, onde é igualmente discutida em áreas de atuação técnico-organizativa com outros tipos de compromissos sociais e ideológicos, entre os quais se destaca o compromisso de “reformador” e “participativo”, tal como no caso das pesquisas sociotécnicas efetuadas segundo uma orientação de “democracia industrial”, principalmente em países do Norte da Europa. Nesta pesquisa foram feitas de 3 a 4 visitas a feira, assim como entrevistas com uma Mulher entre seus 45 anos, Homem entre seus 57 anos e Homem entre seus 42 anos dos municípios de Branquinha, Maragogi e Murici.

Essa metodologia tem suas etapas que são: Fase exploratória, Analítica, Ativa e Avaliativa, onde descrevemos um pouco melhor cada uma delas: Este é o momento de descoberta da pesquisa, dos interessados e suas expectativas. Trata-se do período reservado para o diagnóstico da situação, levantando os problemas prioritários e as possíveis ações. É uma fase investigativa cujo objetivo é produzir conhecimento sobre a realidade, compreender a problemática dos grupos envolvidos e obter uma visão coletiva sobre a percepção que esses grupos têm de sua própria realidade. Para isso, busca-se conhecer as características da população alvo da pesquisa, suas expectativas, os problemas apresentados e outras observações que possam enriquecer e ampliar o entendimento da situação, favorecendo um diagnóstico mais preciso. É importante compilar todas as informações disponíveis sobre a realidade a ser pesquisada, utilizando fotografias, mapas, dados e outras fontes, além de identificar pessoas que possam ser entrevistadas para contribuir com informações sobre o tema da pesquisa (PIOVESAN, 1995).

É necessário designar o problema prático e a área de conhecimento a serem abordados. A definição do tema servirá como chave para identificar e selecionar áreas do conhecimento em ciências sociais e outras disciplinas que possam apoiar e subsidiar a pesquisa. A pesquisa-ação reconhece que o problema surge em um contexto específico de um grupo em

crise. O pesquisador não provoca o problema, mas o constata, e seu papel é ajudar a coletividade a determinar todos os detalhes cruciais relacionados ao problema, promovendo a conscientização dos atores envolvidos em uma ação coletiva.

A etapa do seminário tem o papel de reunir membros e pesquisadores não apenas para examinar, discutir e tomar decisões sobre o processo de investigação, mas também como uma oportunidade de centralizar as informações em um canal de divulgação e interpretá-las em conjunto. A coleta de dados envolve captar informações já existentes utilizando diversas técnicas. O pesquisador pode recorrer à análise documental – analisando arquivos, jornais, entre outros; à técnica antropológica, que se baseia na observação participante, diários de campo, história de vida, e outras; ou às técnicas de grupo, como o sociodrama, que reproduz o meio social dos participantes. (CORRÊA, 2018)

Na pesquisa operacional, as hipóteses são rigidamente fixadas com base em parâmetros experimentais e dados estatísticos. No entanto, essas hipóteses são construídas sem a necessidade de dados experimentais, baseando-se em suposições do próprio pesquisador, inspiradas por observações, e têm o objetivo de resolver um problema de pesquisa.

A aprendizagem permeia todo o processo investigativo, estando profundamente vinculada a ele. Ela é enriquecida pela ação em torno da investigação e incorpora as contribuições dos pesquisadores que compartilham suas interpretações em grupos de estudo e seminários.

Ao falar de saber formal e informal, é crucial reconhecer os diferentes universos culturais com os quais estamos trabalhando. É fundamental entender tanto o que dizem os participantes quanto os especialistas. Os especialistas possuem um saber formal, que é incompleto, pois não se aplica satisfatoriamente a todas as situações. Por outro lado, os participantes têm uma experiência concreta e um conhecimento profundo do meio. (CORRÊA; DE CAMPOS; ALMAGRO, 2018)

Corrêa, 2018 nos fala que no plano de ação, o pesquisador desempenha um papel auxiliar, assessorando a pesquisa. Contudo, ele participa constantemente da ação e avaliação, um processo que o autor chama de "deliberação". Nesse processo, os problemas são apresentados, seguidos de um período para interpretação e definição de diretrizes de ação.

Essa ação, amadurecida durante o seminário central, busca alcançar um consenso sobre os resultados, embora nem sempre seja possível.

O retorno dos resultados é fundamental para expandir o conhecimento e fortalecer a convicção. Não deve ser visto como mero efeito de propaganda. O objetivo é divulgar os resultados de uma pesquisa que pode, por sua vez, gerar reações e contribuir para a dinâmica de conscientização, eventualmente sugerindo o início de um novo ciclo de ação ou investigação. (Paulo, 2016)

### 3.2 Relacionando com o curso

A seguir no quadro 01, o detalhamento das etapas da Pesquisa-Ação aplicadas na Feira do Sto Eduardo de novembro de 2021 a agosto de 2022, com 5 (cinco) visitas à feira, onde os entrevistados são, respectivamente, .

Quadro 1: Etapas da pesquisa-ação utilizada no estudo.

<b>Fases</b>	<b>Ação</b>	<b>Explicação</b>	<b>Como foi?</b>
Exploratória	Colocação de Problemas	Discussão sobre a relevância científica e prática do que está sendo pesquisado	Considerando Agricultura familiar, como importante e essencial para a sociedade , para que seja organizada de modo que aproxime o saber local ao da gestão.
	Referencial Teórico	Articulação com referencial teórico de acordo com local onde será realizada a pesquisa	Mapeamento de literatura; Delineamento de ideias e proposições.

	Problematização	Proposições formuladas pelos pesquisadores a respeito de possíveis soluções para problemas levantados	Determinamos questões e definimos os objetivos da pesquisa.
	Seminário	Promover discussão e tomada de decisões acerca da investigação (definição de temas e problemas), constituir grupos de estudos, definir ações, acompanhar e avaliar resultados	Foi escolhida a Feira a ser analisada; Encontro para observações, entrevistas e reuniões online.
	Coleta de Dados	Definição das técnicas de coleta de dados a serem utilizadas: entrevistas em profundidade, entrevistas episódicas, grupos focais, levantamentos, observação-participante	Houve a elaboração do questionário (apêndice 1), tomando com base o referencial teórico aplicado por meio de entrevista.
Analítica	Apresentação de Dados	Apresentação de dados para discussão, análise e interpretação	Os dados foram transcritos e analisados individualmente de acordo com cada objetivo.
	Aprendizagem	Ações investigadas envolvem produção e circulação de informações, tomadas de decisão, supondo capacidade de aprendizagem dos participantes	Comparamos os dados empíricos com a teoria, onde relacionamos a feira e suas etapas com as disciplinas do PPC do curso.
	Saber formal e informal	Interação entre saberes prático e teórico que constrói novos conhecimentos	Por meio de conversas informais e observações.

Ativa	Plano de Ação	Definição dos atores, da relação entre eles, quem são os líderes, quais os objetivos e os critérios de avaliação da pesquisa, continuidade frente às dificuldades, quais estratégias serão utilizadas para assegurar a participação dos sujeitos, incorporação de sugestões e qual a metodologia de avaliação conjunta de resultados.	Foi elaborado um plano de ação para implementação futura para as próximas ações na feira, como também um levantamento de possíveis parceiros
Avaliativa	Avaliação de Efetividade	Controle da efetividade das ações no contexto social da pesquisa e suas consequências a curto e médio prazos	Por meio de encontros e implementação de ações
	Avaliação de Conhecimento	Extração dos conhecimentos necessários para estender as ações realizadas a outros casos.	Listagem de implicações teóricas e práticas.
	Divulgação Externa	Nessa fase ocorre o retorno dos resultados da pesquisa aos participantes, divulgação dos resultados em eventos, congressos, conferências, teses e publicações científicas.	Criação de relatórios e registros

Fonte: Adaptado de Lodi, Thiollent e Sauerbronn (2018)

Inerente a essas ações, o estudo focou na relação entre o PPC de Administração da UFAL e a feira do Santo Eduardo, objeto de estudo.

Para associar o objetivo do estudo o projeto pedagógico do curso de administração (PPC), da Universidade Federal de Alagoas, versão 2006 (a mais atual até então), foi condensado em áreas de atuação, por meio de suas disciplinas e das ementas destas foram elencadas ações a serem consideradas para o contexto de uma feira de agricultura familiar. Desta forma, foram consideradas, das ementas, aplicabilidades a serem construídas e/ou amadurecidas no cotidiano dos agricultores familiares - também feirantes.

Tal descrição e interpretação auxiliarão os pesquisadores na apresentação aos feirantes e a seus filhos - que possivelmente podem dar continuidade à atividade comercial dos pais - sobre gestão, com técnicas atuais, incluindo o melhor uso da tecnologia da informação para o reconhecimento e consolidação da feira no local o qual atua.

A intenção é desmistificar a ideia de disciplina como algo unilateral e isolado da gestão organizacional, para mostrar que vários aspectos do cotidiano precisam ser analisados a partir do conhecimento mais amplo do curso de Administração.

Foi feita uma análise do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) para que fosse verificado quais disciplinas seriam usadas para fazer uma aplicação real na feira com os seus integrantes na prática. Juntamente com o relato dos agricultores e suas vivências, foram analisadas cada uma das disciplina para fazer a aplicação nas práticas deles e aproveitar cada uma delas da melhor maneira possível, levando em questão uma parte das suas ementas para que pudéssemos ter a base e nos recordar da prática da disciplina em questão aplicando através de workshop, oficinas, apresentações de powerpoint objetivas e sem termos técnicos para que os participantes da feira possam entender e assimilar o máximo de conteúdo possível.

Houve momentos de conversas com os agricultores para que eles contassem suas vivências e assim pudemos entender a construção da feira e sua execução, que é quinzenalmente, montagem, deslocamento, transporte, armazenamento dos alimentos e bens utilizados. A partir destas começamos a relacionar as disciplinas do curso que poderiam ser utilizadas, assim como, colocá-las em prática para com os agricultores. Nas conversas com os estes, notamos que era a primeira vez que eles faziam a feira naquele local, pois já haviam estado em outros locais, mas a praça do Santo Eduardo foi tida como o local mais propício para continuar com a feira fixa.

Para a coleta de dados, foram utilizadas as ferramentas: observação direta, visitas in loco, uso de conversas informais e entrevistas semiestruturadas com responsáveis pelas barracas da feira, a pesquisa de campo ocorreu entre fevereiro e julho de 2022.

### 3.3 Linha do Tempo

#### Linha do Tempo do Projeto Feira do Santo Eduardo

##### Agosto de 2021

- Reunião Inicial via Google Meet: Realização da reunião para alinhamento das atividades e criação do plano de ação do projeto.
- Planejamento de Visitas Quinzenais: Decisão de visitar a feira do Santo Eduardo a cada 15 dias para observar seu funcionamento e movimentação.

##### Setembro de 2021

- Responsabilidade de Relacionar a Feira ao PPC de Administração: Início da tarefa de correlacionar as disciplinas do curso de Administração com as atividades desenvolvidas na feira.

##### Outubro de 2021

- Visitas à Feira: Retorno à feira para conversar com os agricultores e entender a logística de transporte dos produtos para Maceió.

##### Novembro de 2021

- Desenvolvimento de Oficinas: Planejamento e montagem de oficinas para os agricultores. Devido a dependências externas, as oficinas não avançaram conforme o esperado, mas foram fornecidos alguns direcionamentos iniciais pelos membros da equipe.

##### Fevereiro de 2022

- Continuação das Atividades na Feira: Retorno à feira para dar continuidade aos direcionamentos anteriormente iniciados.
- Criação de Ponto no Local Guides e Perfil no Instagram\*\*: Implementação de um ponto para a feira no Local Guides e orientação aos agricultores para criação de um perfil no Instagram para aumentar a visibilidade.

- Confecção de Aventais e Logomarca: Criação de aventais personalizados para os agricultores e desenvolvimento de uma logomarca para a feira com base nas preferências e memórias dos agricultores sobre seus produtos.

Março de 2022

- Avaliação e Ajustes: Avaliação das ações implementadas e ajustes conforme feedback dos agricultores e observações realizadas durante as visitas.

Abril de 2022 em diante

- Continuidade e Expansão das Ações: Continuação do acompanhamento das atividades da feira, refinamento das estratégias de marketing e aprimoramento das oficinas e treinamentos, conforme necessário.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS, RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Análise

A análise dos dados obtidos seguiu as metodologias estabelecidas durante o planejamento da pesquisa. As entrevistas possibilitaram a identificação das percepções dos participantes sobre a Feira do Santo Eduardo. Por meio delas, foi possível mapear os principais sentimentos e impressões dos entrevistados acerca do evento, além de explorar questões envolvendo as dinâmicas sociais e econômicas da feira (figura 1).



Figura 1: Fotografia da Feira do Santo Eduardo

Esse trecho da entrevista feita com 3 dos agricultores que fazem parte da feira, revela uma combinação de sentimentos como preocupação, incerteza, resignação, gratidão e determinação. A seguir, os principais sentimentos e impressões presentes nas falas do entrevistado são mapeados:

**Preocupação e incerteza:** O entrevistado demonstrou grande preocupação com a remoção do banheiro da Associação, um espaço considerado essencial para a higiene pessoal. Ele se questiona sobre como resolverão essa questão, refletindo sobre possíveis soluções, como o aluguel de um banheiro químico ou de uma pequena casa nas proximidades. A mudança iminente na estrutura do local, com obras planejadas no centro urbano, agrava sua sensação de insegurança sobre o futuro, criando um clima de incerteza.

**Resignação:** Embora preocupado, o entrevistado parece resignado com as mudanças, aceitando que será difícil reverter a situação. Ele já começa a planejar alternativas para se

adaptar à nova realidade, como mencionado na ideia de alugar um espaço. Essa atitude de buscar soluções reflete uma aceitação passiva de que as transformações virão, mesmo que tragam desafios.

**Gratidão e senso de comunidade:** O entrevistado expressa gratidão tanto pelo espaço atual, que oferece mais tranquilidade e espaço do que outros locais, como pela colaboração de outras pessoas envolvidas, inclusive aqueles que estão “dando força” a eles. Ele destaca que, apesar das dificuldades, o ambiente onde estão atualmente tem qualidades positivas, o que reforça o sentimento de valorização do local e da comunidade ao redor.

**Esperança por melhorias:** Apesar dos desafios, o entrevistado aponta que melhorias, como uma iluminação adequada, poderiam tornar o local mais organizado e seguro. Ele se mostra disposto a contribuir financeiramente para que essas mudanças ocorram, refletindo um desejo de evolução, mesmo em um cenário de limitações.

**Resiliência e determinação no trabalho:** O entrevistado transmite uma forte ética de trabalho, com menções a longas horas de dedicação e a ideia de que "só colhe quem planta". Ele compartilha que quase não dorme devido à necessidade de estar sempre em movimento para produzir mais e garantir o sucesso das vendas. Esse trecho expressa claramente sua perseverança diante dos desafios e sua vontade de continuar, sempre em busca de novas oportunidades.

**Fé e pensamento no futuro:** O entrevistado também menciona que o futuro é incerto, pertencendo a Deus, mas ainda assim, planeja que seus filhos possam continuar o trabalho em seu lugar. Isso reflete um misto de fé e esperança no futuro, além de um forte senso de responsabilidade e legado familiar.

**Gestão intuitiva e prática:** O entrevistado demonstra que sua gestão das vendas é feita de maneira intuitiva, com um "controle de cabeça", ou seja, ele administra seus negócios com base na experiência prática adquirida ao longo dos anos. Embora reconheça a importância de organização e planejamento, ele também admite a necessidade de melhorar esses aspectos, especialmente em relação à reposição de produtos.

Já as entrevistas episódicas forneceram *insights* pontuais sobre momentos específicos, como mudanças no comportamento dos consumidores durante os eventos e as variações sazonais nas vendas. Esse método permitiu uma coleta de dados mais precisa, proporcionando

uma compreensão contextualizada de como os acontecimentos da feira impactam os diferentes envolvidos.

**Impacto de novos produtos:** O entrevistado menciona que quando chegam novos produtos ("quando nós chega também, né? Que chega nas coisinhas novas, os cabras caem tudo em cima"), há uma movimentação maior, sugerindo que os consumidores são atraídos por novidades e ficam mais dispostos a comprar quando algo novo é oferecido. Isso indica uma tendência de consumidores reagirem positivamente à introdução de novos itens durante os eventos.

**Variação no movimento ao longo do dia:** O entrevistado observa que o movimento dos consumidores varia ao longo do dia ("quem vem de manhã, à tarde... de manhã vai bom"). Esse comportamento pode ser importante para o planejamento das vendas, mostrando que o início do dia pode ser mais movimentado e estratégico para maximizar as oportunidades de venda, enquanto o fluxo de consumidores tende a cair ao longo do dia.

**Presença de concorrência:** O entrevistado menciona a concorrência de forma vaga ("concorrência, mas não tem"), mas esse fator pode influenciar a escolha dos consumidores, já que a ausência ou presença de outras opções pode mudar o comportamento de compra.

**Necessidade de reposição frequente:** O entrevistado revela a necessidade constante de plantar e repor produtos, como abóboras e bananas ("agora aquele banco é meio bando de abóbora, e banana, comprou vários bocados"). Isso sugere que há uma demanda contínua por certos produtos, exigindo uma produção consistente para evitar escassez.

**Preocupação com a sazonalidade dos produtos:** Ao mencionar o plantio de batata para evitar que falte no futuro ("plantar mais batata pra não faltar"), o entrevistado demonstra uma preocupação com a oferta de produtos em diferentes períodos do ano, o que reflete uma consciência das variações sazonais nas vendas. Ele precisa planejar a produção para garantir a disponibilidade de mercadorias durante os meses de menor produção agrícola.

**Perspectiva de longo prazo:** O entrevistado também fala sobre o futuro da agricultura familiar e o desejo de que seus filhos continuem o trabalho ("se daqui a cinco anos eu penso que eu possa não estar aqui, possa estar um filho meu"). Isso indica que o planejamento e o esforço não são apenas para o curto prazo, mas também para garantir a sustentabilidade e continuidade das atividades, o que impacta as decisões sazonais sobre o que plantar e vender.

**Infraestrutura:** O entrevistado menciona que a falta de infraestrutura, como iluminação e energia elétrica, afeta o ambiente do evento ("se tivesse uma iluminação mais adequada, com uma iluminação melhor"). Melhorias na infraestrutura podem não apenas melhorar as condições de trabalho dos vendedores, mas também atrair mais consumidores, aumentando o fluxo e a segurança, especialmente à noite.

**Produtos orgânicos e sem agrotóxicos:** O entrevistado destaca que não utiliza agrotóxicos em sua produção, o que pode ser um diferencial importante para os consumidores que buscam produtos orgânicos. Isso sugere uma mudança no perfil de consumo, com uma maior demanda por produtos saudáveis e sustentáveis, o que pode variar de acordo com eventos ou períodos do ano.

Os grupos focais ampliaram essa visão ao oferecerem uma análise comparativa entre as perspectivas dos participantes, comerciantes e organizadores. Constatou-se uma convergência de opiniões quanto à importância cultural da feira, porém surgiram críticas relacionadas à sua organização e à necessidade de melhorias na infraestrutura.

**Infraestrutura:** Os participantes expressam grande preocupação com a infraestrutura oferecida no evento. A possível remoção de um local para tomar banho, por exemplo, é vista como uma perda significativa para eles ("Aí vão desmanchar. Aí nos vamos ficar sem essa prioridade"). Eles ressaltam a necessidade de alternativas como banheiros públicos ou a locação de banheiros para manter o conforto durante os dias de evento.

**Iluminação e Segurança:** Outro ponto de destaque é a iluminação do local. Os agricultores reconhecem que o ambiente é tranquilo, mas sugerem que melhorias na iluminação trariam mais segurança e organização, o que poderia atrair mais visitantes e facilitar o trabalho. Isso mostra uma visão pragmática de que o conforto e segurança impactam diretamente na experiência do evento.

**Esforço e Resiliência:** Há uma clara demonstração de dedicação e esforço dos agricultores, que lidam com jornadas longas e trabalho constante ("a gente quase não dorme quando é manhãzinha já estou na luta"). Eles entendem a importância de produzir e trazer novos produtos para continuar vendendo, evidenciando uma atitude resiliente e de adaptação ao mercado.

**Sustentabilidade:** Há também um foco no cultivo sustentável, com o uso de práticas sem agrotóxicos ("não uso veneno nenhum na minha roça"). Isso revela uma preocupação com a qualidade dos produtos oferecidos e uma percepção de que o mercado valoriza essa abordagem.

**Novidade como atrativo:** Para os comerciantes, a chegada de novos produtos é crucial para gerar interesse e aumentar as vendas. Eles observam que, quando introduzem novos itens, o movimento cresce ("quando nós chega com as coisinhas novas, os cabras caem tudo em cima"). Isso sugere que os consumidores são atraídos pela novidade e que a oferta de produtos frescos ou exclusivos é uma estratégia de sucesso.

**Controle de Estoque:** O comerciante revela que trabalha de forma intuitiva no controle dos produtos ("eu tenho um controle de cabeça"), o que pode ser visto como uma prática informal, mas que funciona bem para eles. No entanto, isso pode também indicar a necessidade de uma maior formalização ou uso de ferramentas de gestão para acompanhar as vendas de maneira mais eficiente.

**Variação de Movimento:** Eles reconhecem que o fluxo de consumidores não é constante ao longo do dia, com picos de movimento no início, especialmente quando os produtos são frescos ou novos. Essa percepção da variação de movimento indica a importância de planejar estrategicamente o momento certo para expor e vender os produtos.

**Obras e Intervenções:** Uma perspectiva implícita dos agricultores é a de que as obras de reforma no local são vistas como uma prioridade maior, mesmo que isso signifique a remoção de facilidades como banheiros para os participantes. Isso sugere que, do ponto de vista organizacional, questões de infraestrutura e modernização têm prioridade, mesmo que possam causar desconforto temporário para os expositores.

**Melhorias na Organização e Taxas:** A proposta de melhorias na organização, como melhores condições de iluminação e segurança, também é algo que os agricultores concordam. No entanto, a disposição dos agricultores para pagar uma taxa por energia indica que eles estão cientes de que melhorias precisam de investimento, e estariam dispostos a colaborar, desde que as condições sejam aprimoradas.

A aplicação da técnica de observação-participante complementou as demais metodologias utilizadas, proporcionando uma perspectiva prática e imersiva das interações

diárias na feira. A observação direta das atividades permitiu uma análise empírica do comportamento dos participantes em diferentes situações, corroborando ou, em alguns casos, contrastando com as informações obtidas por meio das entrevistas e questionários.

A combinação dos métodos de coleta de dados, como entrevistas, grupos focais, questionários e a observação participante, resultou em uma análise abrangente e detalhada dos resultados. Esses dados não apenas alcançaram os objetivos propostos pela pesquisa, mas também ofereceram subsídios valiosos para a formulação de recomendações práticas. Essas recomendações visam aprimorar futuras edições da Feira do Santo Eduardo, tanto no que diz respeito à organização do evento quanto à melhoria das interações com os participantes (figura 2).



Figura 2: Fotografia da Feira do Santo Eduardo

Desse modo, sobre as disciplinas consideradas para o estudo, estas abrangeram os períodos 1 ao 10, vinculadas a grande área Gestão organizacional (Teoria Geral da Administração 1 e 2; e Empreendedorismo) subdividida nas seguintes subáreas: i) quantitativa-financeira (Estatística 1 e 2; Análise das Demonstrações Contábeis 1 e 2; e

Gestão de custos); ii) produção e processos (Organização, sistemas e métodos; Gestão de recursos materiais e patrimoniais; Logística; Gestão da produção); iii) Tecnologia da informação (Sistemas de informação); e iv) Estratégia mercadológica (Economia 1 e 2; Gestão mercadológica 1 e 2; e Estratégica organizacional).

Para a grande área, a de Gestão organizacional, a discussão foi envolta nos seguintes elementos: aspectos estruturais, humanos e ambientais (para as disciplinas Teoria Geral da Administração 1 e 2); e o estudo das necessidades de mercado e oportunidade para o empreendedor (para a disciplina de Empreendedorismo e gestão de pequenos negócios).

Sobre a subárea quantitativa-financeira a discussão envolveu as disciplinas: Estatística 1 e 2 (pode ser usada no estudo da coleta e análise de dados); Análise das Demonstrações Contábeis 1 e 2 (como se dá a precificação, o cálculo do lucro e as variações de preço nas feiras); e Gestão de custos (a composição dos custos dos produtos e o conceito dos custos para tomada de decisão podem ajudar os feirantes na educação financeira e melhoria das suas lucratividades como também saber o momento exato que podem realizar promoções ou descontos em seus produtos).

A subárea produção e processos, arremeteu às disciplinas: Organização, sistemas e métodos (poderão ser utilizados os conceitos de organização de processos, novas configurações organizacionais e administrativas, além da análise das atividades de rotina. Poderão também ser implementados processos através de fluxogramas e manuais para facilitar a leitura e visualização); Gestão de recursos materiais e patrimoniais (visando a qualidade de seus produtos e atendimento, com negociação de preços com seus clientes ou até com os fornecedores, aperfeiçoando o cuidado na execução da melhor forma. Armazenamento de seus produtos e gestão de seus estoques com a classificação ABC. Sendo feita também a segurança de seus bens); Logística (Como o produto chega até o cliente); e Gestão da produção (como é feita a organização da produção, juntando as novas formas tecnológicas, que pode refletir na tomada de decisão).

Para Tecnologia da informação, teve como disciplina a de Sistemas de informação (elaborar algum sistema que auxilie no gerenciamento dos negócios dos feirantes).

E para a subárea Estratégia mercadológica, a discussão abrangeu: Economia 1 e 2 (visualizar o comportamento de oferta e demanda nas feiras, além da elasticidade de preço e renda por conta dos últimos aumentos no segmento de alimentação e mercado); Gestão

mercadológica 1 e 2 (apresentar técnicas de marketing, os 8 Ps, perfil do consumidor, fidelização, entre outros e ao final ser sugerido estratégias e ferramentas); e Estratégica organizacional (análise de concorrência e do portfólio dos produtos da feira e depois sugerido ações através da definição dos objetivos e metas. Além de ser aplicado alguma metodologia de planejamento estratégico).

Quadro 2. Resumo do projeto pedagógico do curso de Administração

<b>Área</b>			
<b>Gestão organizacional I</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Tópicos</b>	<b>Períodos</b>
	Teoria Geral da Administração 1 e 2	Aspectos estruturais, humanos e ambientais	1 e 2
	Empreendedorismo	Necessidades do mercado e oportunidades para o empreendedor	10
<b>Subáreas</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Tópicos</b>	<b>Períodos</b>
i) Quantitativa-financeira	Estatística 1 e 2	Coleta e análise de dados	1 e 2
	Análise das Demonstrações Contábeis 1 e 2;	Precificação, lucro ( Abrangendo as disciplinas de CONTABILIDADE BÁSICA 1 e 2)	3 e 4
	Gestão de custos	Custos dos produtos e estudo da lucratividade ( Abrangendo as disciplinas de MATEMÁTICA 1 e 2, MATEMÁTICA FINANCEIRA, GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA 1 e 2 e PESQUISA OPERACIONAL)	4

ii) Produção e processos	Organização, sistemas e métodos	Organização de processos, análise das atividades de rotina. Fluxogramas e manuais	5
	Gestão de recursos materiais e patrimoniais	Negociação de preços Armazenamento de produtos e gestão de estoques ( Abrangendo a disciplina de GESTÃO DA QUALIDADE E DA PRODUTIVIDADE)	6
	Logística	Localização e transporte dos produtos	
	Gestão da produção	Organização da produção ( Trazendo com si a disciplina de GESTÃO DE PROJETOS)	5
	Direito Comercial	Tramitação dos contratos e licitações de funcionamento ( Abrangendo a disciplina de INSTITUIÇÕES DO DIREITO PÚBLICO E PRIVADO)	
iii) Tecnologia da informação	Sistemas de informação	Ferramentas (Abrangendo a disciplina de TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO)	5
iv) Estratégia mercadológica	Economia 1 e 2	-	1 e 2
	Gestão mercadológica 1 e 2	Abrangendo a disciplina de PORTUGUÊS INSTRUMENTAL)	
	Estratégica organizacional	Abrangendo a disciplina de PESQUISA DE MERCADO	9

Fonte: elaboração própria

Esse quadro auxilia no entendimento das grandes áreas que serão trabalhadas neste projeto, bem como fortalece a didática para a aplicação e utilização das disciplinas para o estudo e auxílio na aprimoração dos feirantes e familiares que possam chegar a cuidar da feira futuramente, por isso usaremos tais disciplinas para explicar um pouco melhor como cada uma será aplicada neste estudo.

Além disso, em relação às disciplinas que não serão utilizadas aqui abaixo especificamos os motivos para sua não utilização, pois grande parte delas será trabalhada em várias outras, por isso optamos pela não repetição das mesmas.

- **TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**  
Por conta de Sistemas da Informação já abranger os assuntos a serem levantados por intermédio da ementa da disciplina.
- **DIREITO DO TRABALHO**  
Não se aplica por conta de não ser empresa que possa fixar seus colaboradores, pois estes são famílias cada uma com seu negócio.
- **GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA 1 e 2**  
Por conta da Gestão de Custos já abranger os assuntos a serem levantados por intermédio da ementa da disciplina.
- **PESQUISA OPERACIONAL**  
Por conta da Gestão de Custos já abranger os assuntos a serem levantados por intermédio da ementa da disciplina.
- **GESTÃO DE PROJETOS**  
Por conta da Gestão de Produção já abranger os assuntos a serem levantados por intermédio da ementa da disciplina.
- **PESQUISA DE MERCADO**  
Por conta da Estratégia Organizacional já abranger os assuntos a serem levantados por intermédio da ementa da disciplina.

Quadro 3. Relação entre o PPC de Administração e a feira do Sto Eduardo

Área			Feira do Sto Eduardo
Disciplinas	Tópicos	Período	

<b>Gestão organizacional</b>			<b>s</b>	
	Teoria Geral da Administração 1 e 2	Aspectos estruturais, humanos e ambientais	1 e 2	Por ser algo novo ainda falta uma estruturação melhor.
	Empreendedorismo	Necessidades do mercado e oportunidades para o empreendedor	10	Eles dominam um pouco dessa parte devido a experiência diária.
<b>Subáreas</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Tópicos</b>	<b>Períodos</b>	
i) Quantitativa-financeira	Estatística 1 e 2	Coleta e análise de dados	1 e 2	Muito solícitos a passar alguns dados necessários, os quais eles tratam de forma constante.
	Análise das Demonstrações Contábeis 1 e 2	Precificação, lucro	3 e 4	Cada um dos produtos tem seu preço, só faltam deixar mais à mostra.
	Gestão de custos	Custos dos produtos e estudo da lucratividade	4	Os custos maiores são com a locomoção de suas cidades para o local de realização da feira.
ii) Produção	Organização, sistemas e métodos	Organização de processos, análise das atividades de rotina. Fluxogramas e manuais	5	São bem tranquilos, pois programam sempre os dias os quais realizam a feira.

e  
processos

	Gestão de recursos materiais e patrimoniais	Negociação de preços armazenamento de produtos e gestão de estoques	6	Negociação é feita de forma tranquila, o armazenamento é feito lá mesmo, pois a rotatividade do produto é grande.
	Logística			Falta um pouco, no que tange o transporte dos produtos e a locomoção dos mesmos.
	Gestão da produção	Organização da produção	5	Produtos organizados por cada um que detém sua fabricação.
iii) Tecnologia da informação	Sistemas de informação	Ferramentas	5	Não usam de ferramentas digitais, apenas uma calculadora.
iv) Estratégia mercadológica	Economia 1 e 2	-	1 e 2	Só falta um pouco mais de organização referente a demanda.
	Gestão mercadológica 1 e 2	-	-	Trabalhamos bem pouco a estratégia de marketing, que no caso precisa de uma melhorada.
	Estratégica organizacional 1	-	9	-

Fonte: elaboração própria

Sobre gestão organizacional, apesar deles terem uma percepção boa sobre as estruturas e dominarem um pouco do empreendedorismo e necessidades é preciso haver uma melhora na organização.

Em relação à perspectiva da subárea quantitativa-financeira, percebe-se que não tem muita percepção sobre o quantitativo de gastos feitos por conta da locomoção, que pode ser revista e melhorada para abater esses gastos.

Para a subárea produção e processos, foi possível interpretar que seus produtos são bem-produzidos e bem conservados, assim como a distribuição deles nas barracas.

No que diz respeito a perspectiva da Tecnologia da informação, na feira do Santo Eduardo eles não utilizam muito das tecnologias atuais a seus favores, por serem pessoas mais simples ainda não fizeram um maior uso destas, como por exemplo, o Instagram para a feira e um Google Guides para a localização da mesma.

E, para a subárea estratégia mercadológica, na feira do Santo Eduardo, atrelada à perspectiva da Tecnologia, o marketing existe é o boca-boca que funciona, mas pode ser melhorado com a utilização de mais algumas linhas de seguimento de marketing digital.

#### 4.2 Melhorias relacionadas

Para melhorar a Feira do Santo Eduardo, relacionando o curso de administração e as análises feitas sobre a feira, as seguintes ações podem ser propostas:

A aplicação dos conceitos da Teoria Geral da Administração pode auxiliar na formalização de processos, permitindo que agricultores e feirantes tenham maior controle sobre suas atividades. Isso abrange desde a organização das bancas até a definição de responsabilidades. Treinamentos sobre empreendedorismo e gestão de pequenos negócios podem ajudar os feirantes a desenvolver uma mentalidade mais orientada ao mercado, focando em inovação, melhoria de produtos e atendimento ao consumidor.

A introdução de práticas de controle financeiro, como a gestão de custos e a precificação correta dos produtos, pode ajudar os feirantes a entender seus lucros, planejar

promoções e negociar melhor com os fornecedores. Ensinar técnicas de controle de fluxo de caixa e otimização de gastos com transporte pode reduzir os custos operacionais, aumentando a margem de lucro.

A implementação de fluxogramas e manuais de operação, baseados em Organização, Sistemas e Métodos, pode facilitar a rotina dos feirantes, auxiliando na organização do estoque e da produção. A prática de Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais também pode garantir maior qualidade no armazenamento e na manipulação dos produtos.

A aplicação de conceitos de logística para melhorar a distribuição dos produtos da produção até a feira, além de uma organização mais eficiente dos espaços e horários de maior movimento, é essencial.

Propor o uso de Sistemas de Informação para controle de estoque, vendas e pedidos pode aumentar a eficiência da gestão dos feirantes. Ferramentas simples de controle podem melhorar o planejamento das safras e a reposição dos produtos. Criar perfis da feira em redes sociais (Instagram, Facebook) e em ferramentas como Google Maps pode atrair novos consumidores. O uso de tecnologias simples, como anúncios em redes sociais e guias de localização, aumentaria a visibilidade da feira e facilitaria o acesso dos consumidores.

A aplicação de técnicas de Gestão Mercadológica, como entender melhor o perfil dos consumidores e planejar estratégias para atraí-los com ofertas personalizadas, é fundamental. Oferecer produtos diferenciados, como orgânicos, pode ser uma forma de fidelizar um público preocupado com saúde e sustentabilidade. Além do boca-a-boca, investir em estratégias de marketing digital e feiras sazonais temáticas pode atrair mais visitantes e aumentar o fluxo de consumidores nos horários mais críticos.

Propor à organização da feira a instalação de melhores sistemas de iluminação e sanitários adequados pode aumentar a atratividade do local, especialmente à noite. A disposição dos feirantes em contribuir para melhorias (como o pagamento de taxas para infraestrutura) pode ser utilizada para financiar pequenos projetos, como a instalação de banheiros químicos ou melhorias na iluminação.

Incentivar a criação de novos itens ou a apresentação de produtos de forma diferenciada pode aumentar o interesse dos consumidores. O estudo do comportamento de

oferta e demanda nas disciplinas de Economia pode auxiliar os feirantes a identificarem tendências de mercado.

Essas ações, tem por objetivo integrar a prática do curso de administração com a realidade da Feira do Santo Eduardo, proporcionando melhorias organizacionais, financeiras e de visibilidade, além de aumentar a satisfação dos feirantes e consumidores.

Figura 3: Fotografia Avental da Feira do Santo Eduardo



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa proposta, orientada pela metodologia da Pesquisa-Ação, alcançou resultados significativos ao promover a troca de saberes entre o campo da Administração e os agricultores familiares que organizam uma feira de bairro em Maceió. A integração entre esses dois campos de conhecimento permitiu não apenas a valorização do saber empírico dos agricultores, mas também a aplicação prática das teorias e ferramentas administrativas no cotidiano de quem, de forma autônoma, gerencia sua produção e comercialização.

O estudo dos componentes curriculares do PPC do curso de Administração forneceu uma base sólida para entender como essas ferramentas podem ser adaptadas ao contexto da agricultura familiar. A relação entre as atividades desempenhadas pelos agricultores e as disciplinas do curso de Administração revelou diversas conexões, desde a gestão de estoques e controle financeiro até o marketing e o desenvolvimento de competências empreendedoras. Essa aproximação entre teoria e prática possibilitou o desenvolvimento de oficinas e casos de ensino, modelados em conjunto, onde agricultores e estudantes puderam compartilhar experiências e expandir suas habilidades.

Como podemos acompanhar e vivenciar como era a feira, como foi constituída e por quem. Com levantamento por meio do PPC do curso de Administração, foi possível relacionar algumas das matérias para que, no futuro, sejam aplicados para a melhoria da feira.

Houve algumas limitações por estarmos em meio a pandemia do COVID-19, pois para encontrar os feirantes, era possível apenas a cada 15 dias, já que os componentes são de cidades diferentes e não havia como visitá-los em suas respectivas cidades. Além disso, os integrantes não possuem muita habilidade com as redes sociais, que atualmente têm se mostrado importantes para os negócios.

Para futuros trabalhos com estes mesmos feirantes, sugere-se o desenvolvimento de oficinas para que estes tenham contato com novas tecnologias e ferramentas que lhe deem auxílio na administração da feira.

## REFERÊNCIAS

ARAÃOJO, Giovanna. ASPECTOS SOCIAIS DO COTIDIANO DAS FEIRAS LIVRES: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO EM TERRITÓRIO “RIO PORTUGUÊS E EM SOLO BRASILEIRO. **Maringá; Management**, v. 9, n. 2, p. 49-64, 2013.

AQUINO, Joacir Rufino; ALVES, Maria Odete; VIDAL, Maria de Fátima. Agricultura familiar no Nordeste do Brasil: um retrato atualizado a partir dos dados do Censo Agropecuário 2017. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 51, n. Suplemento Especial, p. 31-54, 2020.

Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior. **Resolução CNE/CES nº 5, DE 14 DE OUTUBRO DE 2021**. Disponível em < [Resolução CNE/CES nº 5](#) > Acesso em 26 de novembro de 2024

BERALDO, Keile Aparecida; DE OLIVEIRA SUNICA, Mateus Alberto; DE MELO, Juliana Aguiar. Mercado Alternativo E Transição Agroecológica: O Caso Feirinha Da UFT. **Capim Dourado: Diálogos em Extensão**, v. 1, n. 1, p. 38-46, 2018.

CORREIA, Giovana Camila Garcia; DE CAMPOS, Isabel Cristina Pires; ALMAGRO, Ricardo Campanha. Pesquisa-ação: uma abordagem prática de pesquisa qualitativa. **Ensaio pedagógicos**, v. 2, n. 1, p. 62-72, 2018.

COSTA, Waldson. Alagoas melhora o IDHM, mas ainda é o último do país, revela o Atlas Brasil. Disponível em < [G1 - Alagoas melhora o IDHM, mas ainda é o último do país, revela o Atlas Brasil - notícias em Alagoas](#) > Acesso em 23 de fevereiro de 2024

DE FREITAS LODI, Marluce Dantas; THIOLENT, Michel Jean Marie; SAUERBRONN, João Felipe Rammelt. Uma discussão acerca do uso da pesquisa-ação em administração e ciências contábeis. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 13, n. 1, p. 57-68, 2018.

FAVRO, Jackelline; ALVES, Alexandre Florindo. Agroindústria: delimitação conceitual para a economia brasileira. **Revista de Política Agrícola**, v. 29, n. 3, p. 19, 2020.

HOFFMANN, Rodolfo. A dinâmica da modernização da agricultura em 157 microrregiões homogêneas do Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 30, n. 4, p. 271-290, 2020.

LARANJEIRA, Nina Paula; DE SOUZA BARBOSA, César Adriano. A pesquisa participante e a construção do protagonismo camponês na transição agroecológica: o caso do assentamento Sílvia Rodrigues, Goiás, Brasil. **Agroecología**, v. 13, n. 1, p. 47-56, 2018.

LODI, M.; THIOLENT, M.; SAUERBRONN, J. Uma Discussão Acerca do Uso da Pesquisa-ação em Administração e Ciências Contábeis. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 13, n. 1, 2018.

MONTEIRO, Elideth Pacheco et al. Sucessão na agricultura familiar brasileira: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Brasileira de Educação do Campo**, v. 9, p. 15729-15729, 2024.

PALMEIRA, Jonadable Alves; CARVALHO, Frederico Castro; COSTA, Rodrigo Caetano. A feira-livre da agricultura familiar de Venda Nova do Imigrante/ES em tempos de covid-19: a percepção protagonista dos feirantes. **Holos**, v. 1, p. 1-17, 2021.

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.

PICHETH, Sara Fernandes; CASSANDRE, Marcio Pascoal; THIOLENT, Michel Jean Marie. Analisando a pesquisa-ação à luz dos princípios intervencionistas: um olhar comparativo. **Educação**, p. s3-s13, 2016.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2016.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista de saúde pública**, v. 29, p. 318-325, 1995

FACULDADE DE ECONOMIA ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE. Projeto Pedagógico do Curso de Administração. Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2006

SILVA, MARIA ANGÉLICA DA; MUNIZ, BIANCA; MENEZES, Catarina Agudo. Caminhos das águas, caminhos de terra: trilhando o território alagoano através dos mapas nos

primeiros séculos coloniais. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 26, p. e16, 2018.

SILVA, Monica Nardine et al. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 7, 2017.

SABOURIN, Eric. Comercialização dos produtos agrícolas e reciprocidade no Brasil. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 5-33, 2013. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/259713930\\_Comercializacao\\_dos\\_produtos\\_agricolas\\_e\\_reciprocidade\\_no\\_Brasil](https://www.researchgate.net/publication/259713930_Comercializacao_dos_produtos_agricolas_e_reciprocidade_no_Brasil). Acesso em: 28 jun. 2024.

THIOLLENT, Michel; OLIVEIRA, Lídia. Participação, cooperação, colaboração na relação dos dispositivos de investigação com a esfera da ação sob a perspectiva da pesquisa-ação. **CIAIQ2016**, v. 3, 2016.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e pesquisa**, v. 31, p. 443-466, 2005. Acesso em 13 de maio de 2024

TOLEDO, Renata Ferraz de; GIATTI, Leandro Luiz; JACOBI, Pedro Roberto. A pesquisa-ação em estudos interdisciplinares: análise de critérios que só a prática pode revelar. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, v. 18, p. 633-646, 2014.

TROIAN, Alessandra; MACHADO, Ednilson Tafernaberry Lencina. O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar no Brasil: análise da evolução e distribuição entre 1999 e 2017. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 50, 2020.

VIEIRA FILHO, José Eustáquio Ribeiro. **O desenvolvimento da agricultura do Brasil e o papel da Embrapa**. Texto para Discussão, 2022.

VIOLA, Eduardo; MENDES, Vinícius. Agricultura 4.0 e mudanças climáticas no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 25, p. e02462, 2022.

XAVIER FILHO, Jose Lindenberg Julião. Desenvolvendo tecnologia de gestão via pesquisa-ação: uma forma alternativa de demonstrar o resultado operacional no custeio variável. **Exacta**, v. 16, n. 4, p. 19-34, 2018.

## APÊNDICE A - Modelo Questionário Aplicado

**Primeiro nome:** \_\_\_\_\_ - **Gênero:** \_\_\_\_\_

**Idade:** \_\_\_\_\_ **Tempo na feira (anos):** \_\_\_\_\_

**Município de origem:** \_\_\_\_\_

**Trabalha sozinho(a) ou com familiares? Se com familiares, quais e quantos?** \_\_\_\_\_

### **I. e data Science**

1. Poderia citar até 3 coisas que vocês precisariam fazer para melhorar a feira, em uma sequência do que seria mais urgente para o menos urgente?
  - 1.1 Quais seriam os benefícios para a feira caso esses aspectos melhorassem?
  - 1.2 Quais os principais desafios a serem enfrentados para alcançar essas melhorias?
  - 1.3 O que vocês precisariam saber para enfrentar esses desafios?
  - 1.4 Quem poderia ensinar algo a vocês para enfrentar esses desafios?
2. Vocês já trabalharam em conjunto com outros grupos de agricultores?
3. Além do grupo que trabalha com vocês, quem também poderia trabalhar em conjunto com vocês?
4. Na sua opinião, quais seriam os principais concorrentes da feira?
5. Com relação aos órgãos públicos que citarei, quais destes interagem ou já interagiram com vocês, produtores de agroecológicos? Houve benefícios?

**\*Responder com (1) recursos; (2) informações; (3) técnicas; (4) projetos; (5) eventos; (6) locais de comercialização; (7) outros.**

<b>Órgãos públicos locais e regionais</b>	<b>Interagem?</b>	<b>Interagiram ?</b>	<b>Quais?</b>	<b>*Como interagem?</b>
<b>Secretaria da Agricultura</b>	( ) Sim ( ) Não	( ) Sim ( ) Não		
<b>Senar</b>	( ) Sim ( ) Não	( ) Sim ( ) Não		
<b>Prefeitura</b>	( ) Sim ( ) Não	( ) Sim ( ) Não		

	Não	Não		
<b>Emater</b>	( ) Sim Não	( ) ( )	( ) Sim Não	( ) ( )
<b>Sindicato dos trabalhadores rurais</b>	( ) Sim Não	( ) ( )	( ) Sim Não	( ) ( )
<b>Universidades</b>	( ) Sim Não	( ) ( )	( ) Sim Não	( ) ( )
<b>Cooperativas</b>	( ) Sim Não	( ) ( )	( ) Sim Não	( ) ( )
<b>ONG'S</b>	( ) Sim Não	( ) ( )	( ) Sim Não	( ) ( )

6. Como você imagina a feira daqui a cinco anos?

7. O que você acha que poderia ser feito para vender mais?

## **II. Agricultura familiar e feiras livres**

1. No âmbito da agricultura familiar, qua/quais grupo(s) você se identifica(m)?

( )	aquicultores	( )	extrativistas	( )	Participação no PRONAF
( )	silvicultores	( )	povos tradicionais	( )	Participação no PAA
( )	quilombolas	( x)	Programa Nacional de Reforma Agrária (PNRA)	( )	Participação no PNAE
( )	indígenas	( )	Programa Nacional do Crédito Fundiário (PNCF)	( )	Outro. Qual?

2. Qual é a sua percepção sobre a vida no campo?

3. Quantos membros da sua família participam das atividades da agricultura (plantação, colheita e comercialização)?
4. Você diversifica a plantação durante o ano? Como você faz?
5. Uma parte do plantio você vende e a outra consome?
6. Você utiliza ou já chegou a utilizar algum tipo de fertilizante para atividade rural? Se sim, foi orgânico ou industrial?
7. Você faz alguma compostagem orgânica?
8. Você preserva algum tipo de semente?
9. Dos produtos que você comercializa, quais são cultivados por você?
10. O que os clientes mais elogiam no seu ponto de venda (sua barraca)?
11. Já tentou fazer cestas por encomenda para que sejam entregues em domicílio? Acharia interessante ter uma espécie de catálogo ou lista quinzenal pelo whatsapp ou instagram?
12. Como você mantém contato com os clientes?

### **III. Áreas de atuação sobre a gestão da feira**

#### **III.I Estoque e Logística**

1. Como vocês armazenam os produtos que serão trazidos para a feira (e que esses não se estraguem)?
2. Como vocês organizam o armazenamento dos produtos no transporte para trazer até a feira?

#### **III.II Marketing, relacionamento com o cliente e finanças**

1. Quais redes sociais vocês utilizam para divulgar seus produtos? Quais poderiam utilizar? Tem interesse?
2. O que você poderia nos falar sobre os clientes da feira?
  - 2.1 são fiéis?
  - 2.2 Este local possui um bom fluxo de pessoas?
  - 2.3 Como vocês divulgam a feira e seus produtos?
  - 2.4 Qual o período - e horário - de maior e de menor movimento?
3. Possui algum tipo de cadastro dos clientes?
4. Como vocês controlam o que foi vendido?
5. Quais os tipos de venda (débito, crédito, dinheiro, pix)?
6. Como vocês sabem a quantidade de produtos que precisam trazer?
7. O que vocês fazem para vender o máximo possível dos produtos?

#### **III.III Estrutura**

1. Como vocês se organizam para armar as barracas, organizar as vendas, divulgar os produtos?
2. Vocês produzem algum produto das frutas, hortaliças e verduras? (doces etc)

### **IV. Produção e Custos**

1. Qual é a origem da propriedade em que vocês cultivam?

( )	Parente s	( )	<b>Assentamento</b>	( )	<b>Doação</b>
( )	<b>Herança</b>	( )	<b>Compra de terceiros</b>	( )	<b>Outra. Qual?</b>

2. Há quanto tempo (anos) você está nesta propriedade?

3. Qual é o custo médio mensal (ou anual) para poder manter seu cultivo?
4. Qual seu custo médio quinzenal para trazer produtos a serem vendidos na feira?
5. Seus produtos são todos orgânicos (agroecológicos)?
6. Do que você cultiva, o que tem maior volume de produção (quinzenal, mensal e/ou anual)?
7. Do que você cultiva, o que tem maior volume de venda aqui na feira (quinzenal, mensal, anual)?
8. Do que você produz, o que tem maior volume de venda (quinzenal, mensal e /ou anual anual)?
9. Para o cultivo das frutas, hortaliças e verduras, são utilizados equipamentos? Quais?
10. Para os produtos que são elaborados (doces etc), que equipamentos são utilizados?
11. Qual é o custo dos canais utilizados para manter a comercialização dos produtos orgânicos?
12. Em que período a sua família obtém a renda da venda dos produtos? E qual é o valor aproximado?
13. Quando o(a) senhor(a) formula o preço do seu produto, o que leva em consideração? Explique.

## APÊNDICE B - Resposta do Questionário Aplicado

**Gênero: Masculino - Idade: 57 anos Tempo na feira (anos): 25 anos - Município de origem: Murici**

**Trabalha sozinho(a) ou com familiares? Se com familiares, quais e quantos? Com familiares. Esposa e os 4 filhos**

**Começou a vender frutas em feira, aos 5 anos de idade com o seu padrasto**

**Tem conhecimento leve sobre custos**

**Entende que o negócio precisa de divulgação e a importância do atendimento.**

### **I. Design thinking e data Science**

1. Poderia citar até 3 coisas que vocês precisariam fazer para melhorar a feira, em uma sequência do que seria mais urgente para o menos urgente?
  - a) Banheiro
  - b) Luz (energia)
  - c) Estrutura

Vão acabar com isso aqui (zito está falando sobre a Associação), é um lugar nosso para tomar um banho, aí vão desmanchar. Ai nos vamos ficar sem essa prioridade (refere-se ao banheiro). Aí nos imagina o que é que vai fazer pra ter um banheiro aqui. Nem que a gente tivesse aquele banheiro público (refere-se a banheiro químico) e depois retornar. A precisa do lugar para tomar um banho a noite, pelos menos um, né? vão tirar daí o centro urbano e vão fazer uma obra aí. Aí vai ficar difícil pra gente. É. Aí eu já fico pensando o que que a gente vai fazer agora? Eu penso da gente alugar um banheiro para passar os três dias ou alugar uma casinha aqui perto para guardar as coisas e tomar banho. E a outra é que se nos tivesse uma iluminação mais adequada, aqui é um lugar muito bom, tranquilo. Graças a Deus. Na praça era bom mas aqui tem mais espaço. Mas se pudéssemos deixar mais organizadozinho, com uma iluminação melhor para deixar a gente mais protegido. A gente não se importaria de pagar uma taxa para ter energia.

Além do grupo que trabalha com vocês, quem também poderia trabalhar em conjunto com vocês?

Resposta da 2 e 3: Quem criou, aquela feira da faculdade foi a gente, sabe? as primeiras feiras quwm deu pontapé foi nos, o assentamento Pacas costumava levar oito, nove caminhões de mercadoria. Só a gente, a gente que trazia de lá. Hoje aquela pessoa não está vendo mais porque a feira hoje está está devagar. Então não parou, né? Esses dois anos com a pandemia diminuiu o movimento. Nos so assentamento Trabalhamos muito e hoje tem a pastoral que dá muito apoio pra gente também.

Qual o movimento, além do grupo que trabalha com vocês, você acharia que poderia trabalhar em conjunto? que nós não tenha. Sim. Porque isso aqui nós traz. Hoje nós temos um sítio no interior. Aí tem uma pessoa que tem outro sítio e tem outra mercadoria, se viesse aí devia ter mais gente aí. mercadinho. Aí nós só vamos botar batata adequada. Maragogi melhor, mas pra gente não dá. Que a o quanto a gente esse aqui é banana, laranja, batata, inhame, macaxeira, é o abacaxi, é a graviola.

2. Na sua opinião, quais seriam os principais concorrentes da feira

Concorrência mas não tem. depois chegou Está legal o vídeo está superlegal só a gente mesmo, né? E vocês que está colaborando com a gente agora chegou pra mim até vocês que está aqui dando força pra gente. lá né? E na praça, vai na praça lá na um bocado de tempo. Ainda bem

3. Com relação aos órgãos públicos que citarei, quais destes interagem ou já interagiram com vocês, produtores de agroecológicos? Houve benefícios?

\*Responder com (1) recursos; (2) informações; (3) técnicas; (4) projetos; (5) eventos; (6) locais de comercialização; (7) outros.

Órgãos públicos locais e regionais	Interagem?	Interagiram ?	Quais?	*Como interagem?
Secretaria da Agricultura	( ) Sim ( ) Não	( ) Sim ( ) Não	Não	
Senar	( ) Sim ( ) Não	( ) Sim ( ) Não	Não	

<b>Prefeitura</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Não	
<b>Emater</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Não	
<b>Sindicato dos trabalhadores rurais</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Não	
<b>Universidades</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Sim	Nós do Pibic
<b>Cooperativas</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Não	
<b>ONG'S</b>	( ) Sim Não	( ) Sim Não	Não	

4. Como você imagina a feira daqui a cinco anos?

A gente produza mais. Pra frente mais o se a gente não trabalhar a gente não não colhe, só colhe se plantar, né? Aí se plantar não vai colher nada. A gente quase não dorme quando é manhãzinha já estou na luta. O que eu tenho que fazer novas coisas pra trazer. Porque isso aqui oh agora aquele banco é meio bando de abóbora abóbora. Ah é banana né? Comprou vários bocado. plantar mais batata pra não faltar. Que se daqui a cinco ano eu penso que eu possa não estar aqui, possa estar um filho meu, né? O dia da amanhã só pertence a Deus, a gente tem que dar graças a Deus pelo dia .

5. O que você acha que poderia ser feito para vender mais?

O ponto principal é divulgação, que hoje se é qualquer coisa se você não teve a ação você está morto. Né não? A divulgação e o Atendimento. É isso aí, é a arma do do negociante, o cara me atendeu mal? Ah não eu só vou lá uma vez e olhe se eu não deixar a minha casa dele ir embora. Entendeu? Mas o senhor já me atendeu bem e eu vou lá.

## **II. Agricultura familiar e feiras livres**

1. No âmbito da agricultura familiar, qua/quais grupo(s) você se identifica(m)?

(X )	aquiculto res	( )	extrativistas	( )	Participação no PRONAF
( x)	silviculto res	( )	povos tradicionais	( )	Participação no PAA
( )	quilombo las	( X)	Programa Nacional de Reforma Agrária (PNRA)	( )	Participação no PNAE
( )	indígenas	( )	Programa Nacional do Crédito Fundário (PNCF)	(X )	Outro. Qual? Pisicultor

2. Qual é a sua percepção sobre a vida no campo?
3. Quantos membros da sua família participam das atividades da agricultura (plantação, colheita e comercialização)?
4. Você diversifica a plantação durante o ano? Como você faz?
5. Você utiliza ou já chegou a utilizar algum tipo de fertilizante para atividade rural? Se sim, foi orgânico ou industrial?
6. Você preserva algum tipo de semente?
7. Dos produtos que você comercializa, quais são cultivados por você?

Respostas da 3, 4, 7:

A gente planta de inverno a verão, eu planto um pedaço agora e depois de 2 meses eu planto de novo para não faltar, tipo a banana comprida e prata, a batata, inhame, coco verde a gente tem muito também, e laranja.

8. O que os clientes mais elogiam no seu ponto de venda (sua barraca)?
9. Já tentou fazer cestas por encomenda para que sejam entregues em domicílio? Acharia interessante ter uma espécie de catálogo ou lista quinzenal pelo whatsapp ou instagram?

Eu sempre entrego por pedido, o pessoal liga e pede, aí vem pegar. Porque não compensa mandar entregar. A não ser que for muitos pedidos, né? Mas eu tenho um amigo que tem uma funerária, que estava conversando comigo, ele tem uma kombi aí ele ia apresentar os meus produtos para os clientes deles e ele mesmo entregava. Eu tô pensando em ampliar, sabe? Em plantar verduras, tipo chuchu, batata, cenoura...

10. Como você mantém contato com os clientes?

#### **Pelo telefone (ligação)**

### **III. Áreas de atuação sobre a gestão da feira**

#### **III.I Estoque e Logística**

1. Como vocês armazenam os produtos que serão trazidos para a feira (e que esses não se estraguem)?
2. Como vocês organizam o armazenamento dos produtos no transporte para trazer até a feira?

Os produtos vem em caixotes ou em sacos nos caminhões. Quando tá no inverno utilizamos mais os sacos.

#### **III.II Marketing, relacionamento com o cliente e finanças**

1. Quais redes sociais vocês utilizam para divulgar seus produtos? Quais poderiam utilizar? Tem interesse?

Nenhuma

2. O que você poderia nos falar sobre os clientes da feira?
  - 2.1 são fiéis? Sim, as pessoas ligam para o Zito e pedem para separar os produtos e
  - 2.2 Este local possui um bom fluxo de pessoas? Sim, principalmente nos primeiros dias.
  - 2.3 Como vocês divulgam a feira e seus produtos?

Através de um menino que tem uma bicicleta com som.

- 2.4 Qual o período - e horário - de maior e de menor movimento?
3. Possui algum tipo de cadastro dos clientes?

4. Como vocês controlam o que foi vendido?
5. Quais os tipos de venda (débito, crédito, dinheiro, pix)? Sim, aceitamos tudo (débito, crédito, dinheiro, pix)
6. Como vocês sabem a quantidade de produtos que precisam trazer?
7. O que vocês fazem para vender o máximo possível dos produtos?

Viu? Aqui o pessoal veio pro fica bem legal viu? de maior e menor movimento. Aqui é assim, quem vem de manhã, a tarde água de manhã assim vai bom. Primeiro dia quando nós chega também, né? Que chega nas coisinha nova, né? Os cabra caiu tudo em cima, né? E quando tem mais mais é que chega mais gente. se eu tenho creio tenho eu digo tenho isso o que foi bem vendido, o produto aqui. Olhe, eu aqui eu tenho um eu tenho um controle de eh é de cabeça. De cabeça. Por quê? se eu dizer aqui pra senhora aqui. Olhe estava com essa barca aqui passou a vender a mega que eu tenho aqui eu tenho a ideia do contorno não tinha as ideia tudinho as coisas e aí vai ter que ir numa outra loja, né? Quase com tudinho dar umas coisas que nós pega e a gente pede tudo mas a gente burra mas tem que ter no Pico do Lope. É. Porque se não tiver Não é assim? eh

#### IV. Produção e Custos

1. Qual é a origem da propriedade em que vocês cultivam?

( )	Parente s	(X)	Assentament o	( )	Doação
( )	Heranç a	( )	Compra de terceiros	( )	Outra. Qual?

2. Há quanto tempo (anos) você está nesta propriedade?

um Assentamento. Assentamento é? E como? É próprio o boy fazer a gente de acampamento, o assentamento vai fazer vinte e cinco anos. Passei agora dia vinte e quatro de Natal, é véspera de Natal, completa vinte e cinco anos que nós já tamo lá de acampamento, assentamento, agora é dia vinte e cinco anos.

3. Qual é o custo médio mensal (ou anual) para poder manter seu cultivo?

Oh o investimento é alto. Porque é assim sabe gasta tudo dentro de novo. nem tudo. Né? Se a gente não plantar não produz. É esse é aquele negócio. Nós pegamos, vendemos, fazendo, abastecendo a alimentação de casa pagando o trabalhador

4. Qual seu custo médio quinzenal para trazer produtos a serem vendidos na feira?  
O Que eu ganho, sempre gasto no cultivo de novo. Eu ganho cerca de 4 mil por mês mas tenho que pagar trabalhador, alimentação de casa. Então, é uma bola de nova. Porque se não plantar não tem como vender.
5. Seus produtos são todos orgânicos (agroecológicos)? Sim, todos.
6. Do que você cultiva, o que tem maior volume de produção (quinzenal, mensal e/ou anual)? Laranja, é o meu carro forte
7. Do que você cultiva, o que tem maior volume de venda aqui na feira (quinzenal, mensal, anual)? Laranja e banana
8. Do que você produz, o que tem maior volume de venda (quinzenal, mensal e /ou anual anual)? Laranja e banana
9. Para o cultivo das frutas, hortaliças e verduras, são utilizados equipamentos? Quais?  
Enxada, motor (para aguar as plantas), máquina (faz o trabalho da enxada)
10. Qual é o custo dos canais utilizados para manter a comercialização dos produtos orgânicos? R\$ 1.500 de transportes (para duas feiras em 30 dias), caso participe de outra feira vai para R\$2000 ( os valores são diferentes no inverno e no verão)
11. Em que período a sua família obtém a renda da venda dos produtos? E qual é o valor aproximado?
12. Quando o(a) senhor(a) formula o preço do seu produto, o que leva em consideração?  
Explique. Preço da gasolina (motor), valor médio dos outros feirantes, gasto da água, transporte e outras coisas.

## APÊNDICE C - Transcrição da Entrevista via WhatsApp

Uma agricultura, né? Eh faço parte da reforma agrária, né? Que hoje eu vivo no assentamento Pacas e eu me considero um agricultor sendo que sou da Reforma Agrária.

### 1. Qual é a sua percepção sobre a vida no campo?

Viver no campo é muito bom, né? Muito bom. Eh um ar livre, um ar puro, não é muito poluído, mas a vida do campo é não é muito fácil, a gente que trabalha, a gente que luta para o dia a dia pra gente trazer sustento para família, não é muito fácil, mais difícil ainda é colocar comida na mesa do consumidor.

### 2. Quantos membros da sua família participam das atividades da agricultura familiar (plantação, colheita e comercialização)?

Só eu e meu esposo.

### 3. Você diversifica a plantação durante o ano? Como você faz?

Eh durante o ano você de de verifica sua plantação eh amendoim, eh laranja, várias coisas a gente sempre varia de mercadoria. Entendi. Aí uma parte você vende e outra você consome? É, uma parte a gente conso a gente consome pouco, né? Que é pouca gente dentro de casa. A maior parte a gente vende.

4. hghg

5. tjtgg

6.

Eh você utiliza algum fertilizante? Não não, eu num num num de produtos com com agrotóxico porque é porque o uso do produto, né? Eu uso da nossa da minha minha mercadoria que eu planto, aí eu não uso veneno nenhum não, eu mesmo num num gosto de usar esse tipo de veneno na minha roça, na minha lavoura e você faz alguma compostagem orgâni é a gente A gente alugou um caminhão grande desse aí. Não, a gente só só planta e cuida, limpa. Cuida direitinho. só o que a gente faz. Entendi.

Não. Nenhum dos produtos recebe agrotóxicos,

Cccc

Você preserva algum tipo de semente? Sim, às vezes a gente só preserva a massinha parte de feijão, né? e tem variedade de de de tipo de feijão nenhum veneno é utilizado, não gosto dessas coisas em minha lavoura.

Eh do seu ponto de vista quando o cliente vem ele faz algum elogio e se ele elogia o que que ele mais gosta daqui dessa do seu ponto de venda?

Olha, algumas pessoa faz elogio, algumas pessoa faz, né? Tem muita gente que entende também o lado da gente, né eh ver a luta, né? Já conhece, muita gente, muitos clientes que chega aqui diz ó eu fui da roça, eu fui do sítio, né? Ele entende a luta da gente e tem aquele elogio, eles faz e tem muitos que acha que mas e o povo gosta. nem todos mas muita gente gosta.

Algumas pessoas fazem elogios, muitas pessoas entendem o nosso lado de agricultor, de luta, de correria para manter a barraca. Muitos clientes dizem “eu já fui da roça, eu já fui do sítio”. Quem já foi da roça, entende a nossa luta e faz aquele elogio, mas há muitos que não gostam.

Eh de que forma você entra em contato com o cliente? e a gente formou um grupo da feira, né? Um grupo e quando chega o dia da gente vim um dia antes aí a gente avisa pra os cliente que tamo chegando.

Formamos um grupo da feira pelo WhatsApp. Um dia antes de virmos para cá, nós avisamos a todos os clientes que estão no grupo.

**ANEXO - Título**

Se houver

Texto ou documento elaborado pelo autor, podendo ser um formulário, modelo de questionário ou entrevista que tenha sido aplicado na sua pesquisa, imagens, quadros ou tabelas, elaborados por você que ocupem mais muito espaço e, por isso, precisem estar fora da parte textual do seu trabalho.