

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Amanda Aparecida Carvalho Chaves
André Luiz Trindade
Evelyn Cristina Dantas Ambrózio

ANÁLISE DA FEIRA LIVRE NA CIDADE DE FERNANDÓPOLIS - SP

Fernandópolis
2019

Amanda Aparecida Carvalho Chaves
André Luiz Trindade
Evelyn Cristina Dantas Ambrózio

ANÁLISE DA FEIRA LIVRE NA CIDADE DE FERNANDÓPOLIS - SP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnico em Agronegócio no Eixo Tecnológico de Recursos Naturais, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação da Professora Indiara Joice Tarquete de Castro.

Fernandópolis
2019

Amanda Aparecida Carvalho Chaves
André Luiz Trindade
Evelyn Cristina Dantas Ambrózio

ANÁLISE DA FEIRA LIVRE NA CIDADE DE FERNANDÓPOLIS - SP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnico em Administração no Eixo Tecnológico de Gestão em Recursos Naturais, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação da Professora Indiara J. T. de Castro.

Examinadores:

Fellipe Ricardo De Paula

Indiara Joice Tarquete De Castro

Leonardo Aurélio Da Silva

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

A nossa querida família e professores que nos apoiaram nesta etapa tão importante em nossas vidas. Ah, já ia me esquecendo do meu cachorro Jack.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, nossos pais, irmãos, amigos e professores pela força, incentivo e confiança, que contribuíram sobremaneira para a realização de nossos estudos e para a nossa formação como seres humanos. Ah, já ia me esquecendo do meu cachorro Jack.
TRINDADE.A.L

EPÍGRAFE

“Um aspecto essencial da criatividade é não ter medo de fracassar.”

Dr. Edwin Land

RESUMO

A Feira Livre é um ambiente onde se concentra pessoas de todas as classes, características sociais da cultura regional, onde os feirantes locais expõem seus produtos para comercialização, gerando sua renda. Com as mudanças dos hábitos alimentares e das outras formas de comercialização, a mesma estava sendo esquecida pelos consumidores, dificultando a vida dos feirantes. Com a busca de alimentos mais saudáveis e de qualidade, os consumidores têm retomado sua frequência nas feiras, assim, dando uma nova oportunidade aos feirantes. Trata-se de uma atividade de grande importância econômica, gerando empregos diretos e indiretos, caracterizando-se, na maioria das vezes, de uma atividade familiar. Com base nessas informações, foi realizado um estudo de caso na principal Feira Livre da cidade de Fernandópolis, SP. Esse trabalho foi realizado com base em levantamentos de dados por meio de pesquisas, com o objetivo de analisar as características dos feirantes que atuam no local, a produção e comercialização dos produtos, tipo de atividade (Agricultura Familiar), principais dificuldades e nível de conhecimento na área aplicada. Com base nos resultados obtidos foi realizado uma análise SWOT, ficando evidente que existem muitos pontos que precisam ser melhorados nessa atividade, destacando-se nesse contexto a importância do Técnico em Agronegócio nesse segmento, uma vez que trata-se de uma área onde o mesmo pode atuar em todos os pontos da cadeia, auxiliando na geração de produtos de qualidade e obtenção de melhor renda para os produtores.

Palavras chaves: Agricultura Familiar, Agronegócio, Comercialização e Feira Livre.

ABSTRACT

Feira Livre is an environment where people of all classes are concentrated, social characteristics of the regional culture, where local marketers expose their products for sale, generating their income. With changes in eating habits and other forms of marketing, it was being forgotten by consumers, making it difficult for the marketers to live. With the pursuit of healthier and quality food, consumers have resumed their attendance at fairs, thus giving marketers a new opportunity. It is an activity of great economic importance, generating direct and indirect jobs, characterizing, in most cases, a family activity. Based on this information, a case study was conducted at the main Free Fair in the city of Fernandópolis, SP. This work was carried out based on collecting data through researches, with the objective of analyzing the characteristics of the fair traders that act in the place, the production and commercialization of the products, type of activity (Family Farming), main difficulties and level of knowledge in the applied area. Based on the results obtained, a SWOT analysis was performed, and it is evident that there are many points that need to be improved in this activity. It can act at all points of the chain, helping to generate quality products and obtain better income for producers.

Keywords: Family Farming, Agribusiness, Commercialization and Open Market.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1. Produtos comercializados na Feira Livre	27
Figura 2. Diversidade de produtos encontrados na Feira Livre.....	28
Figura 3. Feira Livre Mercado Municipal de Fernandópolis, SP.....	29
Figura 4. Aplicação dos questionários aos feirantes	29
Figura 5. Continuação da aplicação dos questionários aos feirantes.....	30
Figura 6. Desenvolvimento da pesquisa	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sexo dos Trabalhadores presentes na Feira Livre em Fernandópolis - SP	31
Gráfico 2. Cidade onde os feirantes residem	31
Gráfico 3. Região geográfica que residem	32
Gráfico 4. Faixa Etária dos feirantes	32
Gráfico 5. Grau de escolaridade.....	33
Gráfico 6. Tempo que atuam como feirantes	33
Gráfico 7. Se possuem ajuda para a realização da atividade.	34
Gráfico 8. Porcentagem de feirantes que realizam outras atividades para compor a renda mensal.....	35
Gráfico 9. Motivo pelo qual permanecem na atividade de feirante.....	35
Gráfico 10. Principais dificuldades enfrentadas pelos feirantes no exercício da atividade.....	36
Gráfico 11. Origem dos produtos comercializados.....	37
Gráfico 12. Compra de mercadorias	37
Gráfico 13. Formas de comercialização: Apenas em feira livre ou em outros locais...	38
Gráfico 14. Lucro obtido com a comercialização dos produtos na feira	38
Gráfico 15. Destino dos produtos não comercializados no dia da feira livre	39
Gráfico 16. Concorrência enfrentada pelos feirantes	40
Gráfico 17. Realização de curso de capacitação voltado a produção e/ou comercialização de produtos.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Classificação dos canais de comercialização de acordo com os seus critérios de comprimento	24
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.C – ANTES DE CRISTO

EMATER - ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL

H – HORA

MIN – MINUTO

LISTA DE SÍMBOLOS

! - exclamação

. - ponto final

, - vírgula

; - ponto e vírgula

% - porcentagem

() - parêntese

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO I.....	16
1.1. Caracterização de Feira Livre.....	16
1.2. Importância das Feiras Livres.....	18
1.3. A Agricultura Familiar e as Feiras Livres.....	19
CAPÍTULO II.....	21
2.1. Canais de comercialização.....	21
2.2. Feira livre na cidade de Fernandópolis, São Paulo.....	24
CAPÍTULO III.....	26
3.1. Estudo de caso.....	26
3.2. Aplicação dos questionários.....	27
3.3. Resultados da pesquisa.....	29
3.4. Discussão dos resultados encontrados.....	40
CAPÍTULO IV.....	41
4.1. Análise Swot.....	41
4.1.1. Análise SWOT da Feira Livre em Fernandópolis - SP.....	41
4.2. Discussão dos Principais pontos da Análise SWOT.....	43
4.3. O efeito da assistência técnicas na gestão das feiras livres.....	45
CONSIDERAÇÃO FINAL.....	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

INTRODUÇÃO

A feira livre é umas das formas mais antigas de comercialização, sendo uma atividade que envolve pequenos agricultores familiares ajudando a movimentar meios de produção e comercialização dos produtos geralmente produzidos pelos mesmos. Trata-se de uma atividade tradicional, presente na maioria das cidades, ocorrendo em local estratégico para fácil acesso da população, gerando empregos diretos e indiretos, auxiliando na economia local e valorização da agricultura.

Normalmente ocorre ao ar livre, sendo a prefeitura responsável por parte da organização. Caracteriza-se como sendo um importante canal de comercialização do meio do agronegócio que ao mesmo tempo atinge vários outros tipos de canais, como os intermediários, atacadistas e varejistas, onde os produtores acabam se relacionando para uma melhor forma de se comercializar ou adquirir os produtos oferecidos.

Atualmente a feira livre para os pequenos produtores é de extrema importância, pois promove um giro de produção e dinheiro rápido devido à compra direta e por ter um preço acessível. Normalmente os produtos são comercializados em dinheiro vivo. A feira livre além de dar forças aos produtores, trás qualidade aos consumidores, que tem a oportunidade de comprar produtos frescos diretamente do produtor, garantindo a procedência. Pode ser vista como uma ação social para sua cidade, proporcionando um patrimônio cultural e um modo diferente de comercialização e abastecimento.

Devido a todo esse meio de produção e comercialização, isso vem quebrando barreiras no meio rural, acabando com os preconceitos relacionados aos pequenos produtores de agricultura familiar e assim, contribuindo com a importância e valorização a eles, não só valorizando os produtos, mas toda classe que forma uma base do Agronegócio.

Fernandópolis tem uma feira livre de alta importância, com produtores da cidade e região que fazem movimentar uma parte da economia e gerando empregos em dias das semanas, sendo um movimento social não tão grande mais que ainda ajuda a cidade nesse processo de desenvolvimento até mesmo a prefeitura percebendo que a feira já virou um evento tradicional na cidade vem investindo aos poucos no ponto que ocorre a feira livre “Mercadão Municipal”, com diversos produtores comercializando desde horticultura a derivados do leite.

Com isso, as variedades de produtos frescos e de qualidade consegue atingir a necessidade dos consumidores naquele dia e ainda fazendo com que se sintam satisfeitos alcança outros tipos de valorização como a fidelização do cliente expansão da marca do produto e entre outros valores do Agronegócio.

CAPÍTULO I

1.1. Caracterização de Feira Livre

A feira livre fenômeno sociocultural e econômico, sendo uma das formas mais antigas de comercialização. Segundo Santos (S/D), especialistas afirmam que em 500 a.C. já se realizava esse tipo de atividade no Oriente Médio, por meio da comercialização extrativista, artesanais, manufaturados, alimentícios e do setor agropecuário.

A palavra feira deriva do latim *feria*, que significa dia de festa, sendo utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados. É um formato tradicional de varejo, que não possui lojas físicas e, por essa razão, ocorre em instalações provisórias montadas nas vias públicas, localizadas em pontos estratégicos da cidade, em dias e horários determinados (COLLA et al., 2007; COELHO, PINHEIRO, 2009).

Considera as feiras como elementos importantes na estrutura social do meio urbano, uma vez que estes constituem uma dinâmica específica de ocupação e espaço. Segundo Max Weber (1979) apud VEDANA (2004) o surgimento das cidades está estreitamente atrelado às feiras, que representavam “o embrião de uma nova aglomeração humana a partir da atividade comercial”

Para Scalco et al (2012) as feiras livres do Brasil são caracterizadas como mercado de varejo ao ar livre, que ocorrem semanalmente, sendo organizada como serviço de utilidade pública municipal, voltada para a distribuição de gêneros alimentícios e de produtos básicos. Entende-se como sendo um equipamento móvel de varejo, com instalações provisórias nas vias públicas.

Figura 1: apresenta a imagem de uma feira livre.



Fonte: NE Notícias, 28/01/2019

Uma característica peculiar a ser acrescentada nas feiras livres é o seu caráter lúdico intrínseco, sendo considerado um local destinado muito além de um espaço de comercialização, constituindo-se também como um ambiente de encontros, conversas, articulações e diversão. Nesse contexto, as feiras são mais que pontos de comercialização da produção da agricultura familiar, sendo, também, um espaço público para circulação de alimentos, bens, pessoas e culturas”

Maia (2000, p. 290) coloca que “[...] a feira, por mais diversificado que possa ser o seu significado, é local de abastecimento, mas também de reunião, de encontro, e a sua periodicidade por ser semanal, mensal ou anual, dependendo do tipo de feira.

Com o passar do tempo, o espaço para as feiras livres foram diminuindo, por conta da falta de informação, atualização e recursos dos produtores e assim, não atraindo clientes, complicando suas vendas.

O avanço da tecnologia, e as mudanças que o tempo exige em relação a estrutura e comercialização a feira mantém a sua característica rústica, trazendo a essência do homem do campo, onde a modernidade não conseguiu chegar.

É possível que a feira livre se caracterize como um ponto turístico, um atrativo local, porque nela contém peculiaridades da região, aspectos rústicos e

tradicionais. É notável a diversidade de pessoas, gastronomia, produtos, elementos culturais e históricos, que atrai o turista para aquela região, assim conhecendo seus gostos e costumes.

De acordo com Charlot (2005, p.40) a feira é um espaço característico inconfundível sertanejo, com linguajar, costumes, roupas típicas, hábitos tradicionais de consumo, das pessoas da cultura sertaneja presentes nessa comunidade.

1.2. Importância das Feiras Livres

A Feira livre é um dos tipos de comercialização mais antigos que existe, sendo atualmente utilizada por pequenos produtores que visam um meio de comercializar produtos de qualidades de forma rápida e com preço mais reduzido do que em supermercados e outros tipos de comércio.

Geralmente, as feiras ocorrem em um ponto de fácil acesso da cidade, no qual em alguns lugares acaba se tornando ponto turístico pela grandeza da mesma. Apesar do grande avanço de supermercados e outros distribuidores a feira livre ainda é o maior meio de comercialização dos pequenos produtores da região, que, com o passar dos anos, foi se desenvolvendo e aprimorando suas atividades, com o intuito de alcançar um público variado. O que faz que com a feira livre ainda consiga se desenvolver são os produtos atraentes que os vendedores expõem ao ar livre enfatizando também os benefícios e os seus valores.

Araujo, Ribeiro (2018) relatam que a feira livre tem como importância a diversidade de produtos que podem ser negociados a preços mais baixos, atingindo principalmente a população com uma renda baixa. Além disso, ela resgata os valores culturais populares e promove uma relação mais próxima com a comunidade. Esse é um dos principais motivos pelo qual a feira livre não se extinguiu.

A feira livre contempla os conceitos do agronegócio, agricultura familiar e custo, concorrência, negociação que acarreta uma cadeia de seus segmentos básicos, como por exemplo para agricultura familiar um meio rápido de comercialização visando gerar lucros de formas rápida. Assim mudando essa idéia de que o agronegócio é para grandes produtores sendo que hoje em dia a agricultura familiar tem uma contribuição no agronegócio. Segundo Azevedo, Faulin (2005) a feira

livre é vista como um canal que possibilita o relacionamento entre produtor e o consumidor final, tendo como vantagem a possibilidade de identificar quais são as necessidades e os desejos dos clientes.

Nesse contexto o objetivo dos produtores é conquistar e tornam fixos os clientes, trazendo assim que a importância da feira livre é onde os pequenos produtores agrícolas conseguem sua renda para sustentar sua família ou até mesmo um extra para os que têm outro tipo de emprego.

As feiras livres são uma grande oportunidade para os produtores expor e vender seus produtos diretamente para o consumidor, sem os atravessadores com isso garantindo uma rentabilidade maior na sua produção.

Além da parte da comercialização a feira tem aquele algo a mais, que é a relação do produtor com o consumidor que toda semana vai a feira buscar os produtos frescos, a troca de confiança e a garantia de produto saudável.

E do outro lado está o consumidor que tem a oportunidade de comprar produtos frescos, diretamente do produtor, garantindo a procedência.

E pode ser vista como uma ação social para sua cidade, proporcionando um patrimônio cultural e um modo diferente de comercialização e abastecimento.

1.3. A agricultura familiar e as feiras livres

A agricultura familiar nada mais é do que um modo de organizar a produção pautado no trabalho e na gestão de forma interligada diretamente aos agricultores, com diversificação produtiva. Possui como principal característica a capacidade do uso sustentável dos recursos naturais presentes, assim como de tomar decisões sobre produção de uma forma eficiente. Santos (2013) menciona que uma característica deste agricultor é que o mesmo não é dependente da venda da sua força produtiva (e da extração da mais valia) para sobreviver, assim como também não depende da exploração da força produtiva de outro.

Atualmente a agricultura familiar é a base da economia brasileira. A mesma apresenta suas próprias características, diferente daquela que não é, como o trabalho e a produção serem realizadas pela própria família, sendo essa sua principal fonte de renda. Segundo a Secretaria da Agricultura Familiar e

Cooperativismo(2018):Coriteac explica que 84% dos estabelecimentos rurais são de agricultores familiares. “E pelo novo censo agropecuário que está sendo feito, a tendência é esse número crescer cada vez mais, principalmente com a procura por produtos agroecológicos”, afirma.

Segundo a Lei11.326/2006 agricultores familiares são aqueles que praticam atividades no meio rural, possuindo área de até quatro módulos fiscais, (Fernandópolis possui 26 módulos fiscais) mão de obra da própria família e renda vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento por parentes. Também entram nessa classificação silvicultores, agricultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária.

Silveira et al (2017) relata que embora reconhecendo a importância da agricultura familiar e a existência de consumidores para a prática da feira livre, as mesmas, em muitos locais, não recebem apoio e muito menos atenção dos programas relacionados ao governo ou programas de desenvolvimento rural, na qual poderiam contar com auxílio para poder transportar suas mercadorias. Em alguns municípios as feiras livres são mais que programas de abastecimento alimentar para a população, sendo vista como um acesso a bens de primeira necessidade, empregabilidade para as pessoas do campo e distribuição dos bens econômicos.

CAPÍTULO II

2.1. Canais de comercialização

Segundo Fernandes, Fuga (2017) (apud MENDES,2007,p.06) canais de comercialização e distribuição pode ser compreendida em todas as atividades, desde a necessidade e desejo do mercado, o planejamento e disponibilidade de produção, meios de distribuição, facilitando todo o processo. Por sua vez a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) (2015), diz que canal de comercialização nada mais é um conjunto de atividades que vai desde a transferências dos bens e ser serviços, ao ponto de produção, até chegar ao consumidor final.

Para os produtores isso significa uma junção de atividades cujo presta serviços de bens e produtos, desde a parte que adquiri o insumo para início de sua produção até o produto final ao consumidor.

Nesse contexto, a feira livre é um canal de comercialização onde produtores expõe seus produtos em barracas a céu aberto,criando um contato imediato com consumidor isso ocorre a anos e vem conseguindo se manter graças ao produtos satisfatório que os produtores oferece aos consumidores e outros meios de canais de comercialização como: mercado, quitanda e atacadista com isso criando um ciclo a própria cidade fortalecendo ainda mais esse canal de comercialização.

Esse mercado, segundo um estudo realizado por Silvestre (2005, apud SILVESTRE; RIBEIRO; FREITAS, 2008, p.07), abrange consumidores de diferentes, classes econômicas, devido a sua dinâmica que vai mudando no decorrer de sua realização. Nas primeiras horas os produtos são os melhores e mais frescos, resultando em valor mais alto e, conseqüentemente, atraem os clientes com o poder aquisitivo mais elevado. Com o passar das horas, os produtos menos desejados que

tiveram seus aspectos modificados, vão ficando a mostra até serem vendidos mais baratos como forma de escoar todos os produtos.

Os canais de comercialização podem ser classificados em canais diretos e indiretos:

✓ **Canais diretos:** Trata-se do canal onde a empresa é a única responsável pelo produto chegar até o consumidor final, sem usar formas que descaracterizam o modo direto de comercialização (EMPRESA X CLIENTE). Possui como vantagens o preço com fácil acesso ao consumidor; total controle sobre as vendas da empresa e isento de comissões. Como exemplo é possível citar a venda direta quando a empresa chega até o cliente.

✓ **Canais indiretos:** caracterizam-se como sendo aquele que ocorre quando o produto sai da empresa por meio de intermediário, faz todo processo passando pelo atacadista, varejista e distribuidores até o consumidor final. Possui como vantagens a capacidade de atingir um maior número de consumidores, maior propaganda da marca e vendas em atacados. Como exemplo é possível citar os supermercados, quitandas, mercearias etc. (FERNANDES, FUGA, 2017).

A tabela 1 apresenta os tipos de comercialização existentes, mostrando o modo que se define cada uma de acordo com o tipo de nível que o produtor deseja comercializar.

Com base no relatado por PADERIVA (2012) é possível entender a Tabela da seguinte forma:

✓ **Canal de nível zero:** Quando os produtores optam pela venda direta ao consumidor não importa se é indo até o cliente, por meios de pontos comerciais fixos ou cooperativos.

✓ **Canal de um nível:** é quando a empresa já adota os meios de varejo, onde ele começa a entrar no processo de comercialização de venda indireta.

✓ **Canal de dois Níveis:** canal com nível de intermediários elevados, ou seja, possui atacadistas e varejistas assim ampliando um número maior de propagação do produto desejado.

✓ **Canal de três níveis:** onde o produto passa pela agroindústria sendo processada assim depois destinado aos atacadistas e varejistas para ser comercializados.

✓ **Canal de quatro níveis:** São os que possui quatro intermediários ou mais assim podendo alcançar o nível de exportações e outros tipos de canais.

Tabela 1. Classificação dos canais de comercialização de acordo com os seus critérios de comprimento:

Tipos de canais de comercialização	Definição	Exemplos
Canal de nível zero	Produtor que vende diretamente ao consumidor final	Feiras livres, vendas diretamente nas residências ou a cooperativas de consumidores
Canal de um nível	Canal que possui um intermediário (varejista) na comercialização	Supermercados, fruteiras, açougues
Canal de dois níveis	Canal que possui dois intermediários (atacadista e varejista)	Canais de distribuição, atacados, restaurantes.
Canal de três níveis	Canal que possui três intermediários (processadora de alimentos, atacadista e varejista).	Agroindústrias no geral, cooperativas agropecuárias, packinghouse.
Canal de quatro níveis	Canal que possui quatro intermediários	Trading de exportação, centrais de abastecimento.

Fonte: PADERIVA, 2012

A Importância desses canais de comercialização serve para diferenciar o modo que o produto chega até a mesa do consumidor de modo que o objetivo de o produto ser comercializado de forma rápida seja concluído, assim evitando perdas.

Assim a forma de colocar mais produtos no mercado ou em pontos de vendas maiores seja alcançada de diferentes maneiras, já que existem diferentes canais de comercialização, porém todos com um objetivo em comum fazer que com o produto chegue até o consumidor, entretanto os essas diferentes maneiras faça que o preço do produto altere com o sistema de comercializar ou em grandes quantidades ou em pequenas podendo variar o custo de implementação (FERNANDES, FUGA, 2017).

As feiras livres são umas das formas mais antigas de comercialização, que contribui muito até nos dias de hoje para a agricultura familiar. Uns dos canais mais comuns de comercialização normalmente são entre agricultores e consumidores, podendo avaliar seus produtos diretamente para os produtores, que buscam por um produto fresco e de boa qualidade.

A comercialização dos mais diversos produtos em feiras livres garantem ao agricultor rentabilidade, movimentando a economia de muitas famílias que vivem no campo.

Nesse contexto, a agricultura familiar contribui para o reconhecimento econômico e social, e por sua vez, confrontando diversos preconceitos no meio rural, pois são vistos como pessoas desatualizadas e sem amplo conhecimento.

A agricultura familiar brasileira é considerada social e produtiva. Após o ano de 1990, algumas políticas públicas foram formuladas com o intuito de garantir a reprodução, produção de alimentos, à fixação do homem no meio rural, e melhor qualidade de vida (SOUZAESQUERDO; BERGAMASCO, 2014)

2.2. Feira livre na cidade de Fernandópolis, São Paulo

A feira livre de Fernandópolis tem aproximadamente 40 anos, é originalmente localizada no mercadão municipal atendendo todos os domingos desde as 05h00min da manhã até aproximadamente ao 12h00min.

Os produtores chegam nesse horário para montar suas barracas, e atender ao público mais velho que gosta de ir bem cedo para pegar os frutas e legumes ainda frescos.

Como estratégia para atrair o público mais jovens atualmente existem barracas de pastel, tapioca, dentre outros tipos de alimento. Essa diversificação acaba contribuindo para que as pessoas possam levar algo para casa, para a semana, ou complementar o almoço de domingo.

Na feira, ocorre a comercialização de uma grande variedade de frutas, verduras, legumes, pescado, artesanato, confeitaria etc.

Houve uma mudança e desde o dia 11/06/2019 essa feira começou a abrir também toda da terça-feira das 17h00min às 21h00min da noite. Assim o produtor tem a oportunidade de vender seus produtos mais vezes na semana e o consumidor têm a opção do produto fresco e de qualidade.

Além da feira localizada no mercadão municipal, tem outras localidades na cidade que acontece a feira livre, em um determinado dia da semana no horário das 17h00min às 21h00min, são feiras menores, sem tanta diversidade de produtos, mas mantendo a qualidade do produto direto do produtor.

Essas feiras acontecem em parceria com o projeto de agricultura familiar e a Associação dos Feirantes de Fernandópolis e Região.

CAPÍTULO III

3.1. Estudo de Caso

O estudo de caso foi realizado em uma das feiras livres da cidade de Fernandópolis, São Paulo. A mesma encontra-se situada na Av. Eurípedes José Ferreira, local conhecido como Mercado Municipal. Trata-se da feira livre com maior movimento de clientes e número de feirantes da cidade, ocorrendo em dois dias, sendo as terças feiras das 19h00 as 23h00 e aos domingos, das 03h00 às 11h00, contando atualmente com x feirantes registrados, que comercializam diferentes produtos, sendo os principais as hortaliças, frutas, derivados de leite, flores, artesanatos, roupas e produtos destinados a alimentação direta dos consumidores (pamonha, temperos, tapioca, churros, pastéis, dentre outros) (Figura 2 e 3).

Figura 2. Produtos comercializados na Feira Livre:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Figura 3. Diversidade de produtos encontrados na Feira Livre:



Fonte: Próprio Autor, 2019

3.2. Aplicação dos questionários

Para o levantamento dos dados foram aplicados dois questionários, sendo um destinado aos feirantes e outro aos consumidores. O desenvolvimento deste estudo se deu através da realização de uma pesquisa por meio de métodos quantitativos, visando a definição do negócio da feira livre, bem como para a determinação das principais características e dificuldades enfrentadas pelos feirantes no exercício da profissão.

O objetivo do trabalho era realizar uma caracterização dos profissionais presentes nesse ambiente e determinar se os mesmos possuem capacitação para a realização da atividade, uma vez que a falta da mesma pode influenciar diretamente na qualidade do produto e serviço oferecido.

Inicialmente foi realizado uma pesquisa sobre qual feira iria ser aplicado o questionário, uma vez que a cidade conta com diferentes feiras e diversos locais. Foi decidido que a pesquisa seria realizada na feira livre principal da cidade, por ser aquela com maior número de feirantes e clientes.

A Figura 4 apresenta uma visão geral do local da pesquisa em um dos dias de funcionamento.

Figura 4. Feira Livre Mercado Municipal de Fernandópolis - SP



Fonte: Próprio Autor, 2019

Foram aplicados um total de 27 questionários para feirantes. Fatores como a ausência de determinados trabalhadores no dia da pesquisa e a recusa por parte de alguns em responder as perguntas, inviabilizaram a aplicação dos questionários para todos os feirantes. Desta forma, o critério utilizado para escolha dos respondentes foi a presença do feirante no dia da entrevista e sua disposição a responder as perguntas.

As Figuras abaixo demonstram a aplicação dos questionários na feira livre.

Figura 5. Aplicação dos questionários aos feirantes:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Figura 6. Continuação da aplicação dos questionários aos feirantes:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Figura 1. Desenvolvimento da pesquisa:



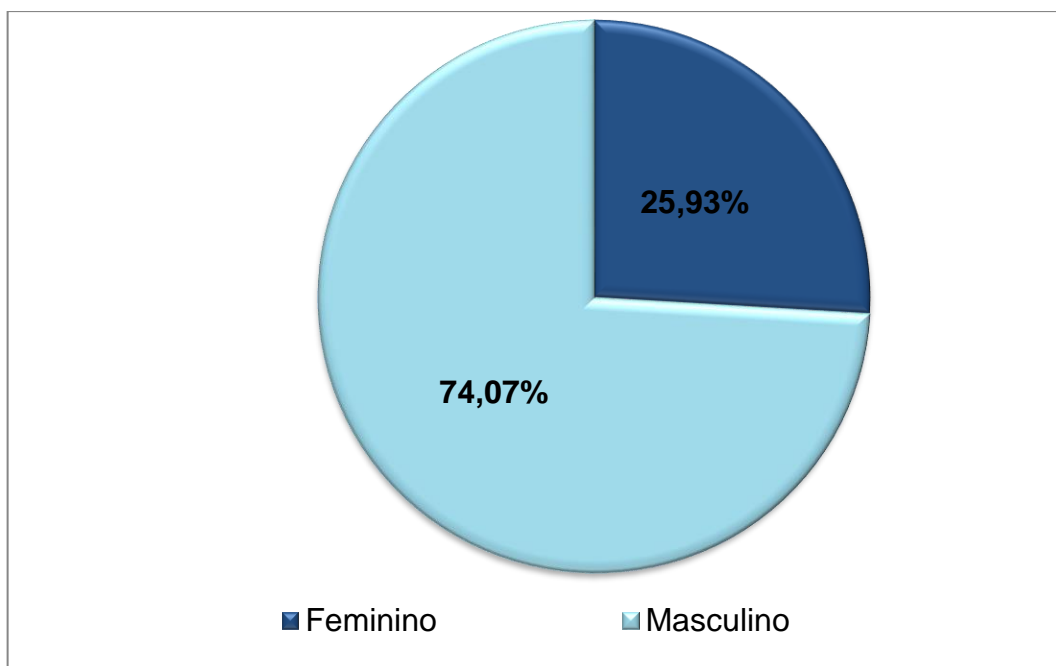
Fonte: Próprio Autor, 2019

3.3. Resultados da Pesquisa

Para a discussão dos dados, os valores serão expressos em porcentagem, conforme o número total de questionários respondidos.

Com base na análise dos questionários aplicados aos feirantes, ficou evidenciado (Gráfico 1) que a feira é realizada, em grande parte, por pessoas do sexo masculino, sendo 74,07%, enquanto as mulheres ocupam apenas 25,93% do número total de trabalhadores.

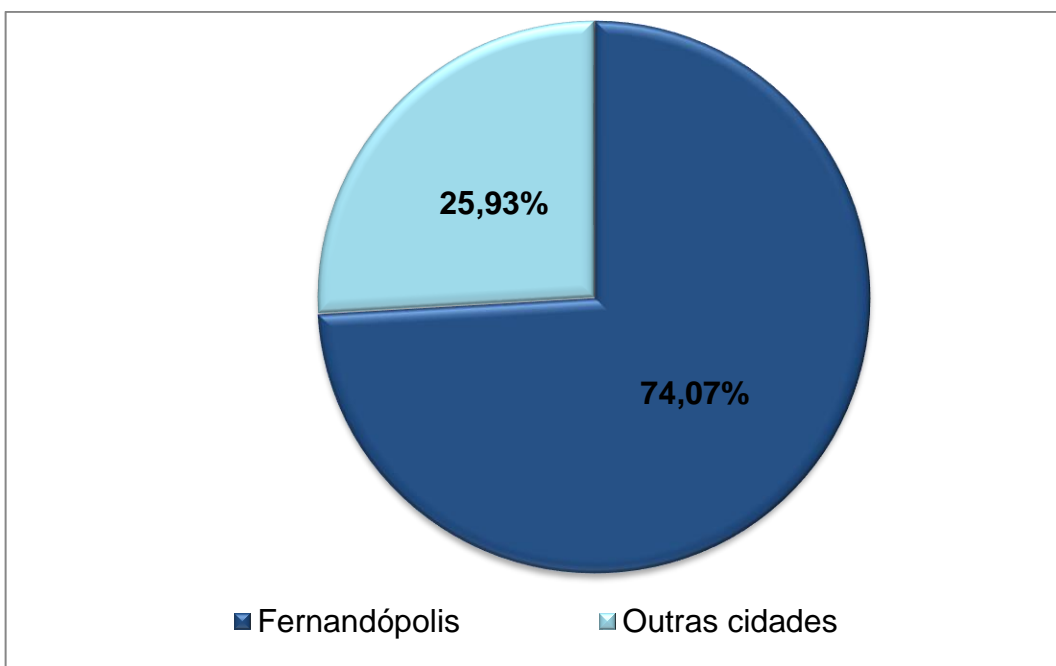
Gráfico 1. Sexo dos Trabalhadores presentes na Feira Livre em Fernandópolis – SP:



Fonte: Próprio Autor, 2019

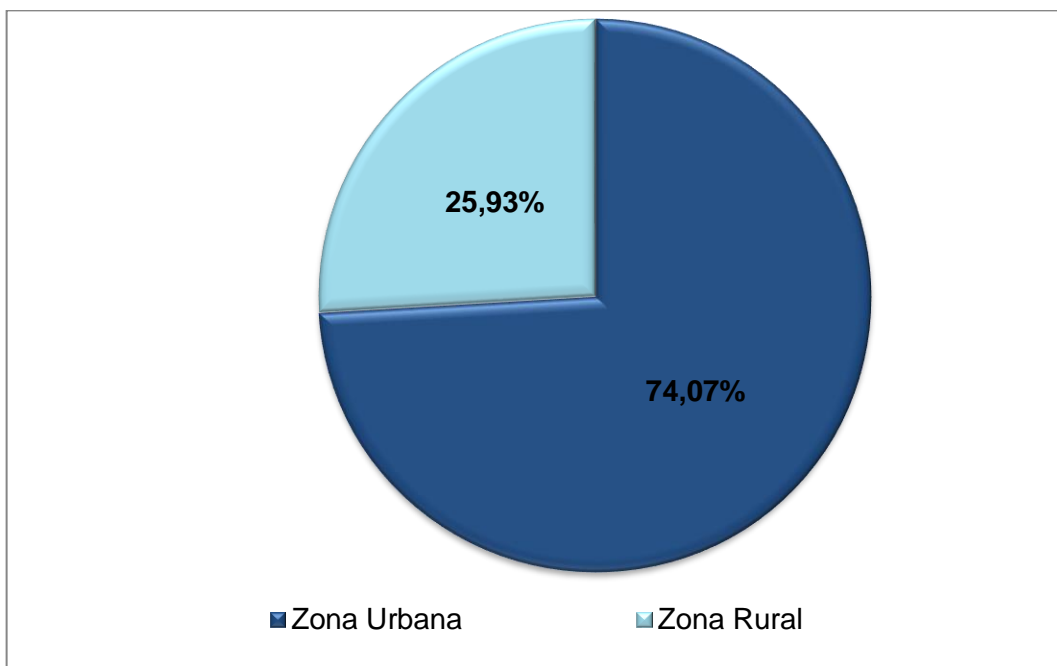
Em relação a cidade onde residem (Gráfico 2) e a região geográfica onde residem, sendo área urbana ou rural (Gráfico 3) os valores são iguais aos referentes ao sexo, sendo 74,07% moradores de Fernandópolis e 25,93% moradores de cidades próximas e 74,07% residente na zona urbana e 25,93 na zona rural.

Gráfico 2. Cidade onde os feirantes residem:



Fonte: Próprio Autor, 2019

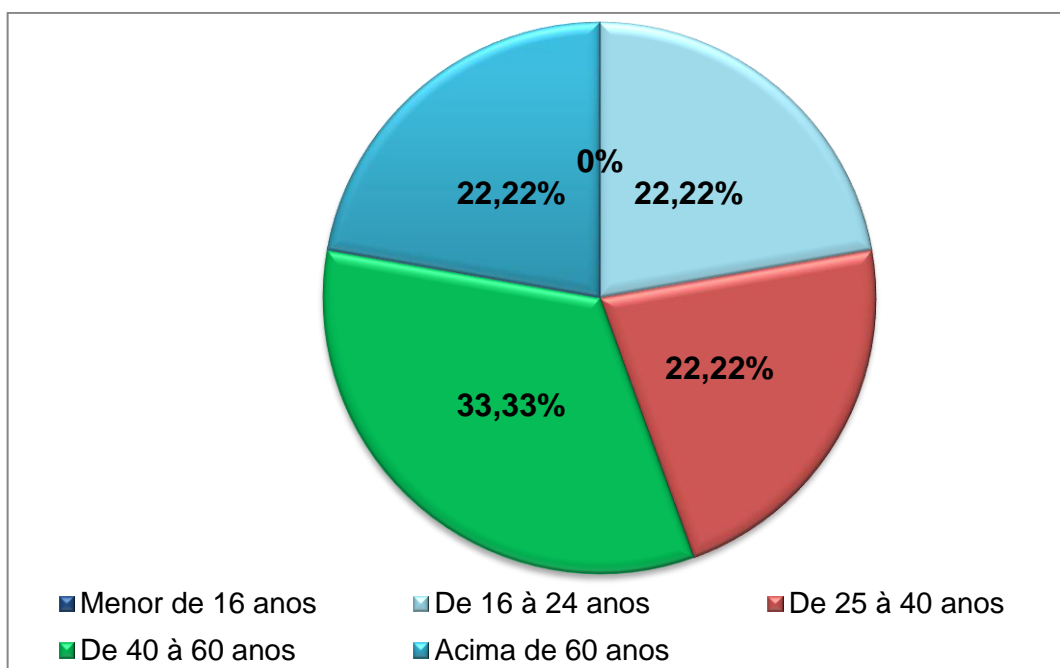
Gráfico 3. Região geográfica que residem:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Em relação a faixa etária dos feirantes, conforme Gráfico 4, ficou evidenciado que 33,33% dos feirantes entrevistados possuem entre 40 e 60 anos. O que também chamou atenção foi a porcentagem de menores de 16 anos presentes nessa atividade, representando 22,22%.

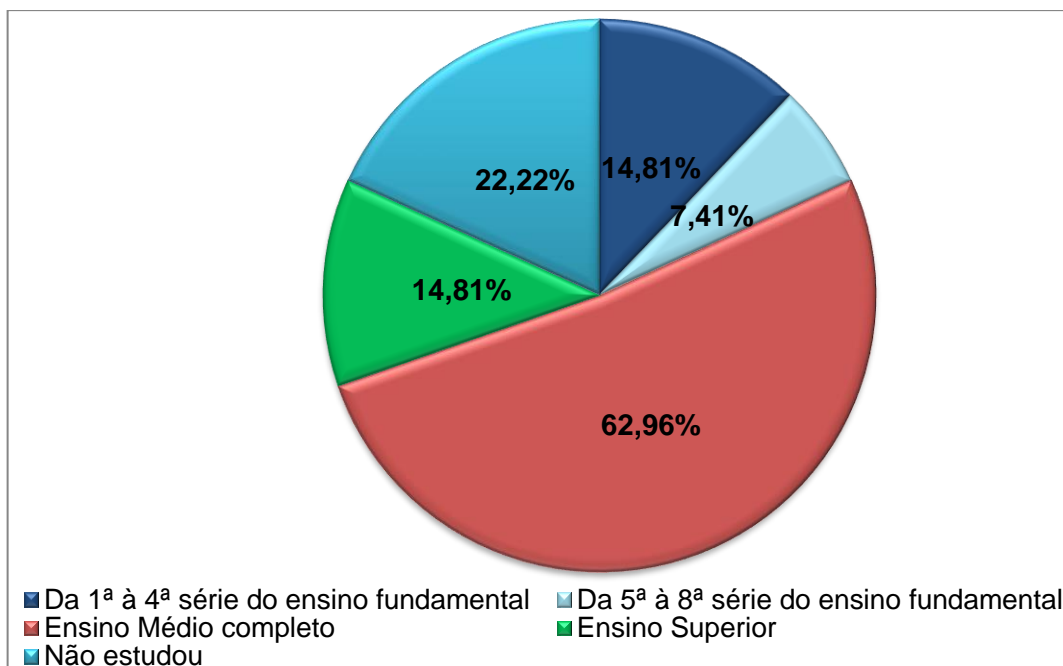
Gráfico 4. Faixa Etária dos feirantes:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados sobre grau de escolaridade, 62,96% dos feirantes relataram possuir ensino médio completo, enquanto 14,81 relataram ter ensino superior completo, 14,81 ensino fundamental completo e 7,41% relataram que estudaram apenas até a 4° série do ensino fundamental. Nenhum dos feirantes entrevistados relatou não ter estudado.

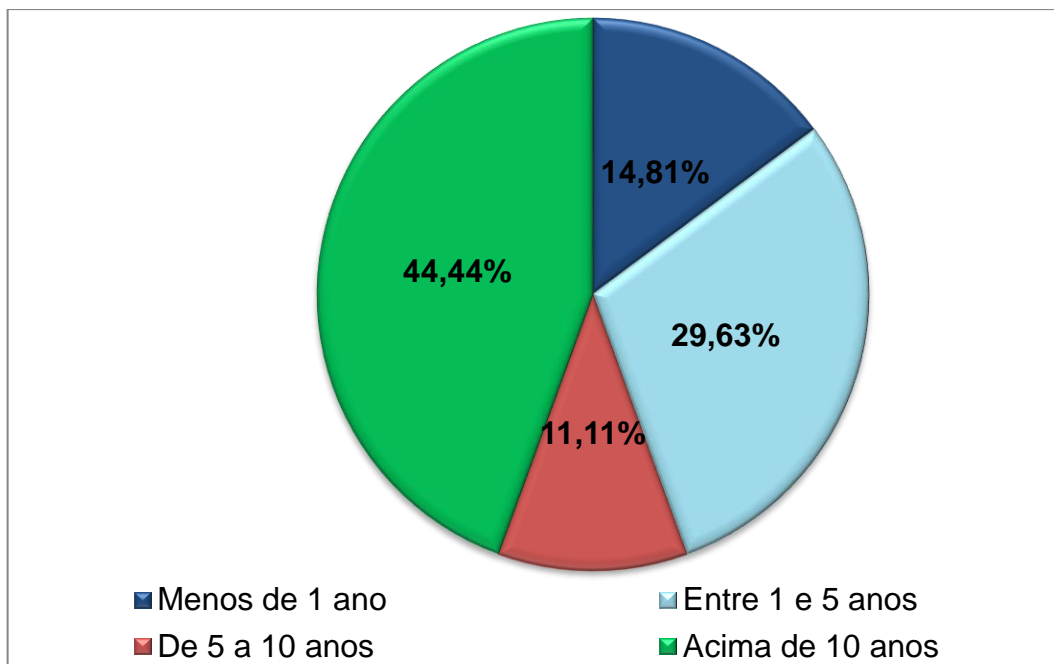
Gráfico 5. Grau de escolaridade:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Os feirantes foram questionados a respeito do tempo que executam essa atividade (Gráfico 6). Nesse contexto, 44,44% relataram que trabalham como feirantes há mais de 10 anos, enquanto 11,11 % estão nesse segmento entre 5 e 10 anos; 29,63% de um a cinco anos e 14,81% a menos de um ano.

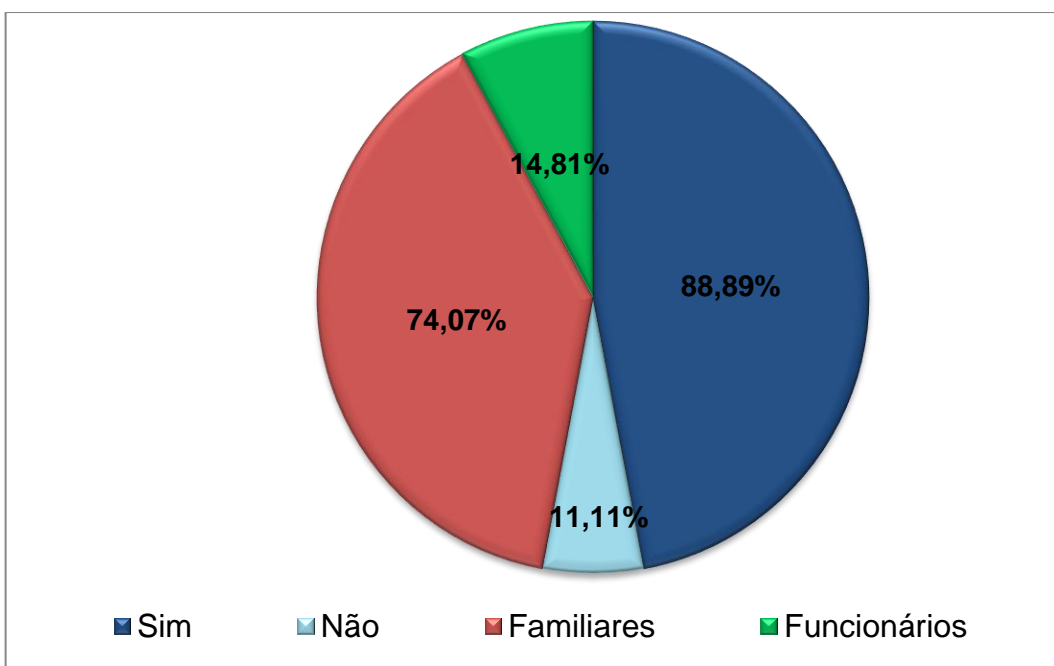
Gráfico 6. Tempo que atuam como feirantes:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados se possuem ajuda para a realização da atividade (funcionário e/ou família) (Gráfico 7), 88,89% relataram que possuem ajuda, sendo que 74,07% recebem ajuda da própria família e 14,81% possuem funcionários. Apenas 11,11% relataram que não possuem ajuda.

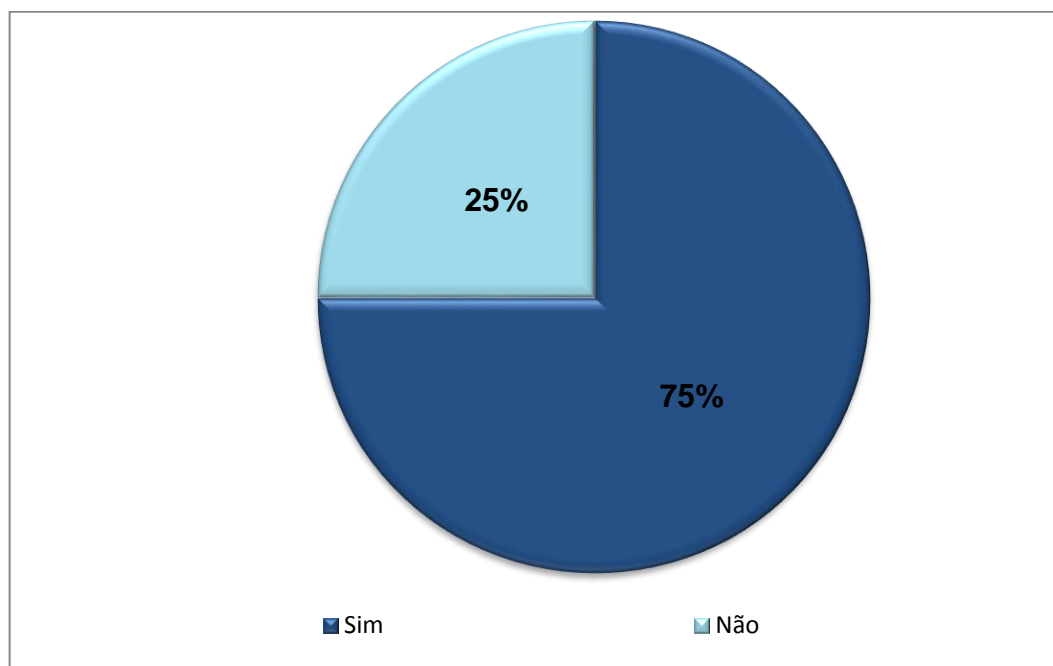
Gráfico 7. Se possuem ajuda para a realização da atividade:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Foi abordado no questionário se os feirantes realizavam outro tipo de atividade (trabalho) para compor a renda mensal em suas casas. Dos 27 feirantes que responderam o questionário, 18 relataram que realizam outras funções, correspondendo a 75% (Gráfico 8).

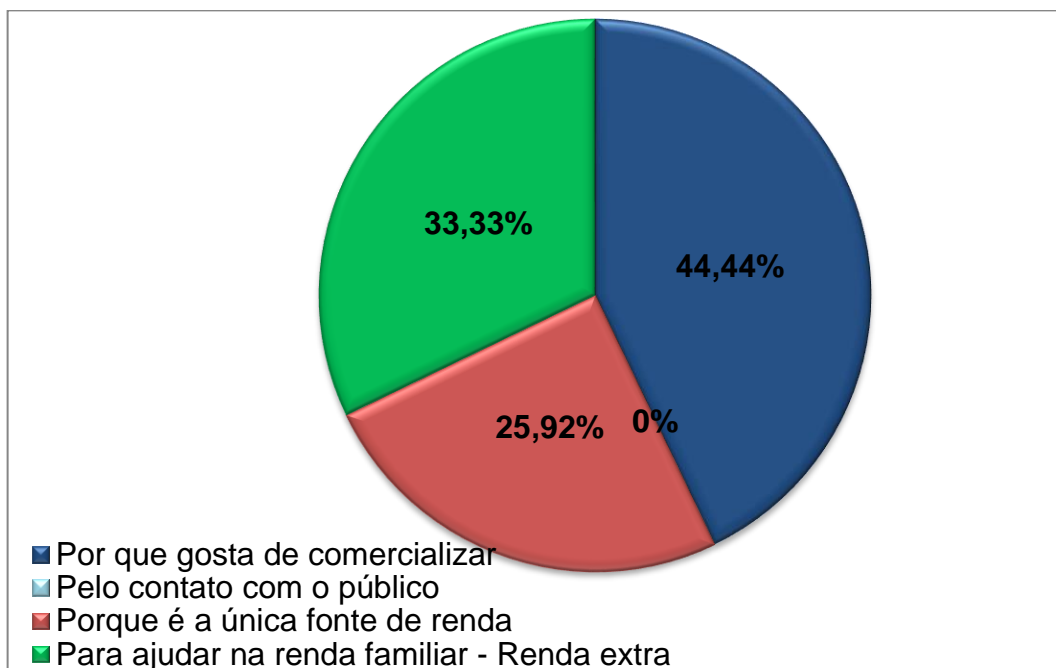
Gráfico 8. Porcentagem de feirantes que realizam outras atividades para compor a renda mensal:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados sobre o motivo pelo qual realizam a atividade de feirante, 44,44% responderam que permanecem pois gostam de comercializar, 33,33% porque é uma forma de ajudar na renda familiar e 25,92% porque essa é a sua única fonte de renda.

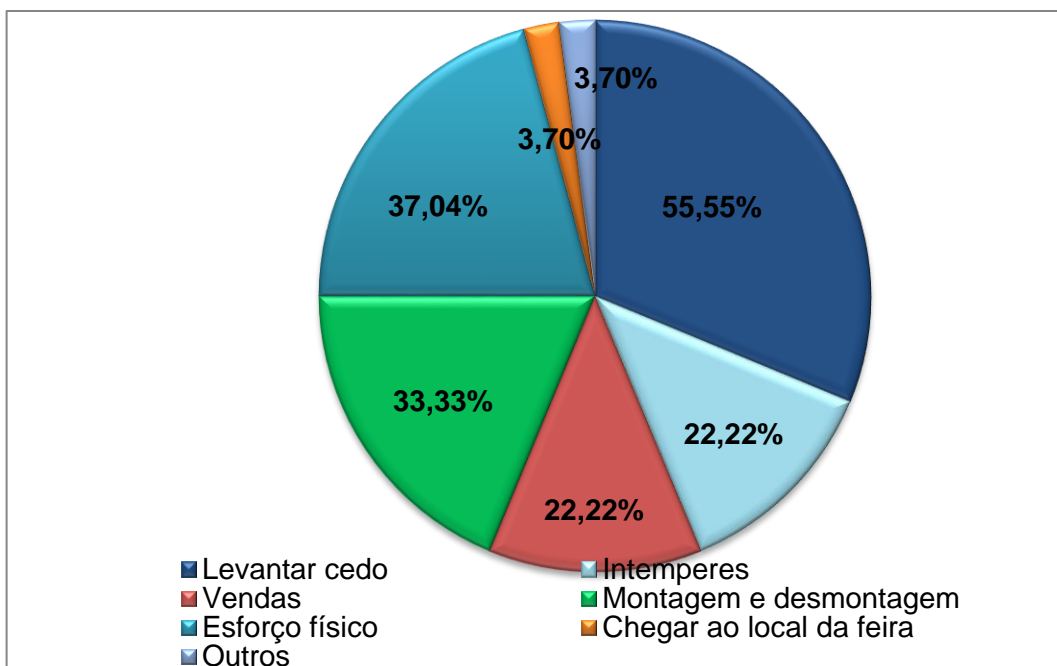
Gráfico 9. Motivo pelo qual permanecem na atividade de feirante:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Outro ponto abordado foi em relação as dificuldades enfrentadas pelos feirantes no exercício de suas atividades. Do número total de feirantes que responderam o questionário, 55,55% relataram que a principal dificuldade é levantar cedo, 37,04% apontaram o esforço físico e 33,33% a montagem e desmontagem das barracas. O restante ficou dividido entre intemperes e vendas com 22,22% e chegar cedo ao local e outros motivos com 3,70%. Os dados podem ser analisados no Gráfico 10.

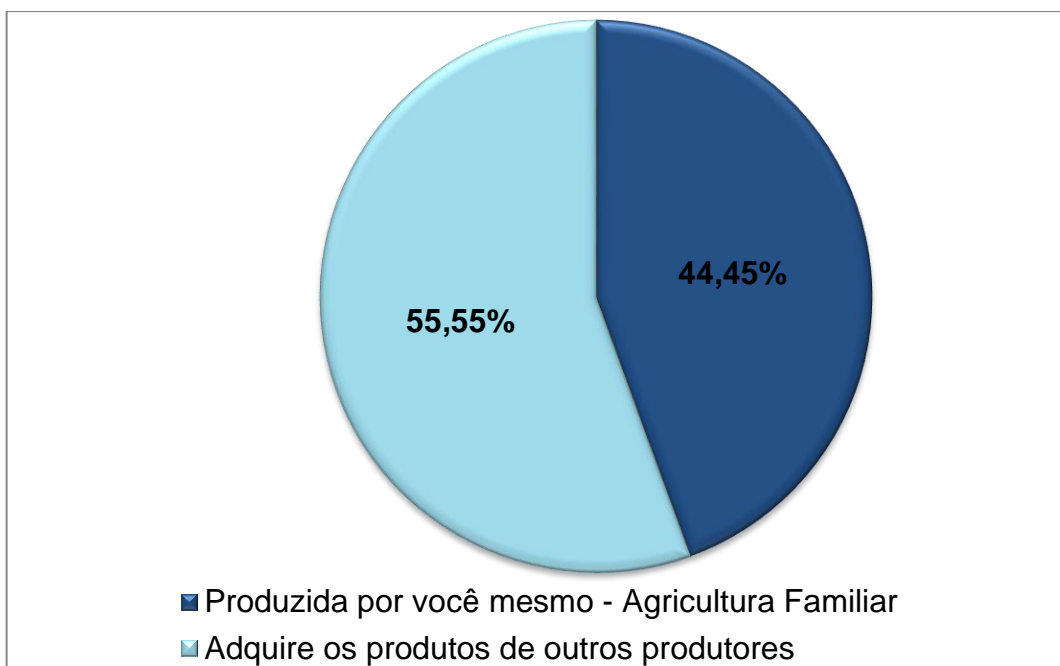
Gráfico 10. Principais dificuldades enfrentadas pelos feirantes no exercício da atividade:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Foi abordado outro importante assunto no questionário que é a parte da comercialização dos produtos. Quando questionados sobre a origem dos produtos comercializados (Gráfico 11), 66,67 dos feirantes entrevistados relataram que produzem os produtos, em sistema de agricultura familiar. O restante, 33,33% relataram que compram os produtos de produtores e apenas comercializam os mesmos.

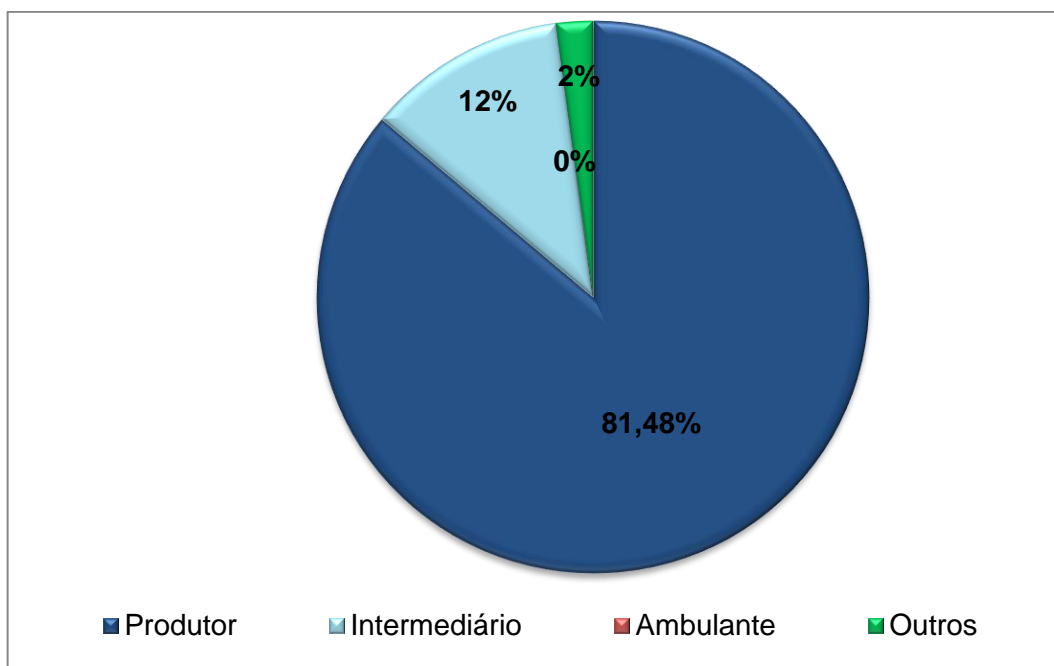
Gráfico 11. Origem dos produtos comercializados:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados sobre de quem eles realizam a compra dos produtos que são comercializados na feira livre (Gráfico 12) 81,48% relataram que fazem a compra direto com o produtor e 11,11% relataram que adquirem os produtos por meio de intermediários.

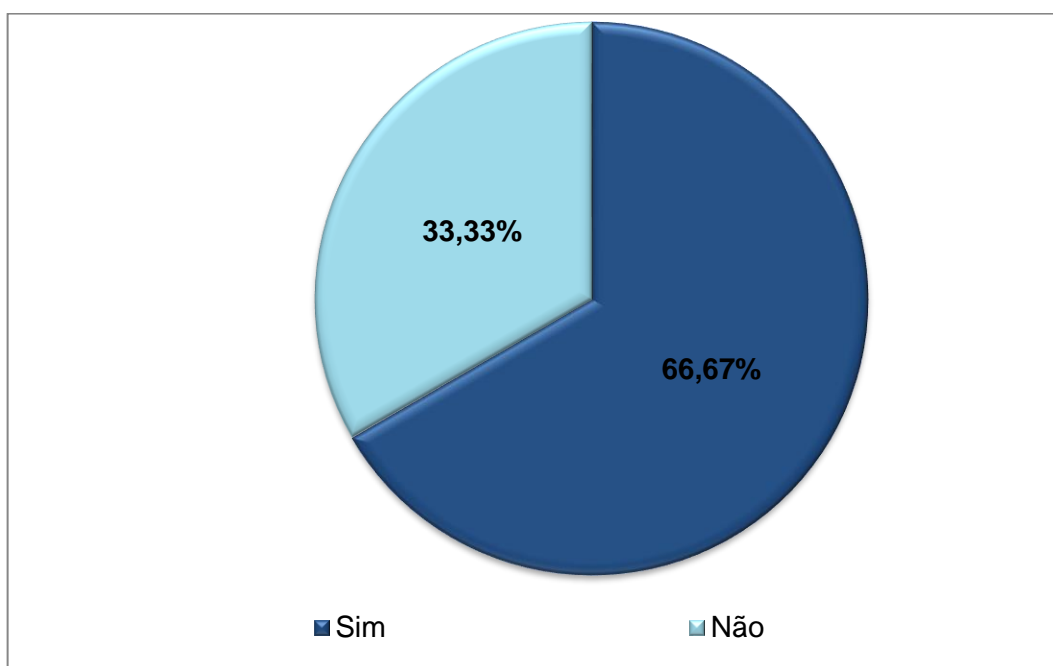
Gráfico 12. Compra de mercadorias:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Ainda sobre a comercialização dos produtos, os feirantes foram questionados sobre as formas como a mesma é realizada. Foi abordado no questionário se os mesmos comercializam os seus produtos apenas nas feiras ou também em outros locais, conforme Gráfico 13. Dos 27 feirantes ouvidos, 18, o que corresponde a 66,67%, relataram que também comercializam os produtos em outros locais, não sendo a feira livre sua única opção. Os demais, 9, que corresponde a 33,33%, relataram que a feira é sua única forma de comercialização.

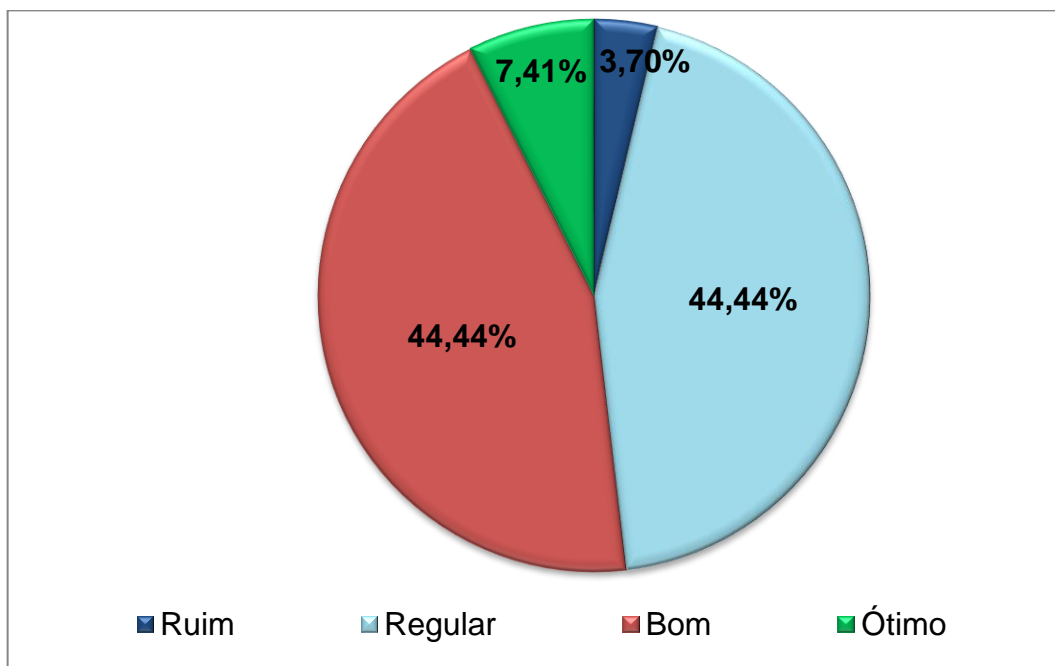
Gráfico 13. Formas de comercialização: Apenas em feira livre ou em outros locais:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados a respeito do lucro obtido na comercialização por meio da feira livre (Gráfico 14), 44,44% consideram o mesmo como sendo bom, 44,44% como sendo regular e 7,41 como sendo ótimo e 3,70 como sendo ruim.

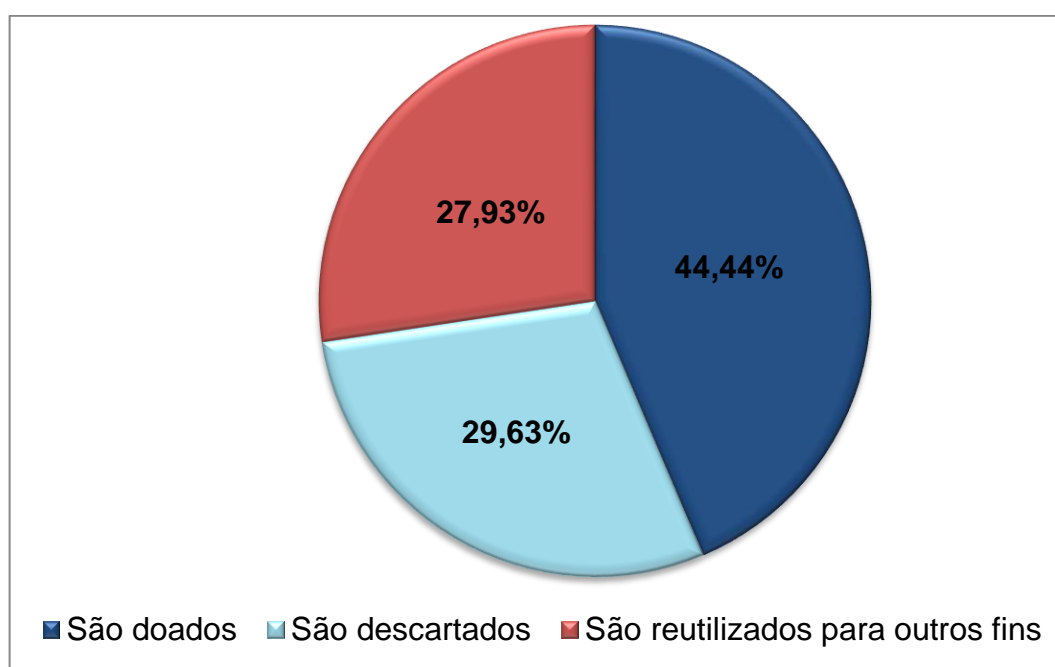
Gráfico 14. Lucro obtido com a comercialização dos produtos na feira:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Também foi abordado no questionário quanto aos produtos não comercializados no dia de feira livre. De acordo com o Gráfico 15, 44,44% dos feirantes relataram que doam os produtos que não foram vendidos, 29,63% descartam e 27,93% reutilizam os mesmos para outros fins.

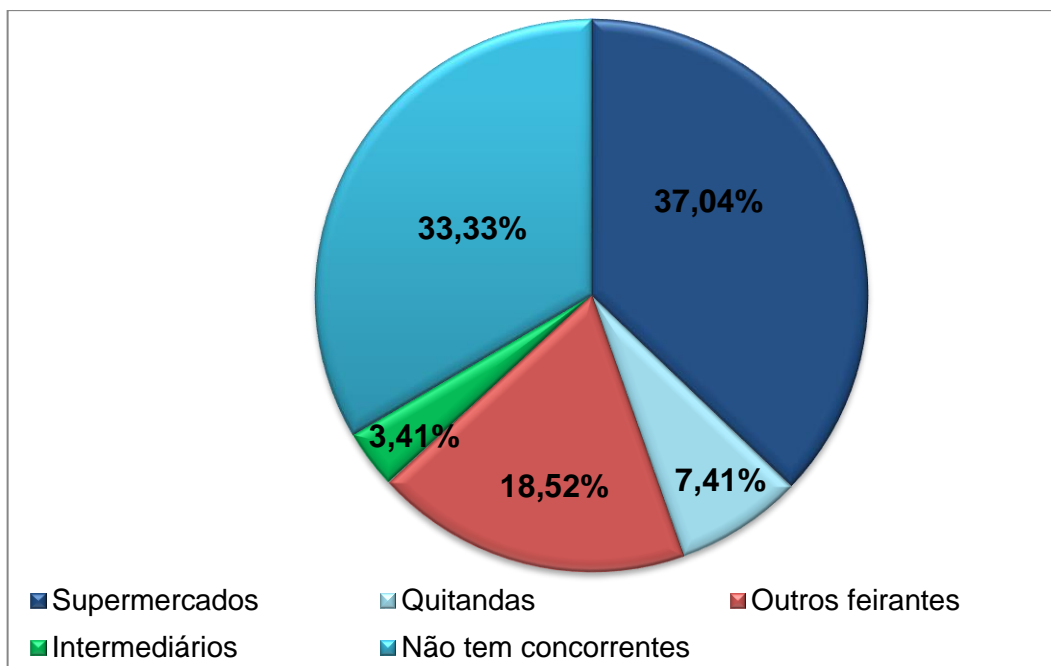
Gráfico 15. Destino dos produtos não comercializados no dia da feira livre:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Quando questionados a respeito da concorrência, conforme o Gráfico 16, os feirantes relataram que os maiores são os supermercados (37,04%), outros feirantes (18,52%) e as quitandas (7,41%). Um dado importante observado nessa questão foi que 9 feirantes, o que representa 33,33%, relatam que não possuem concorrentes

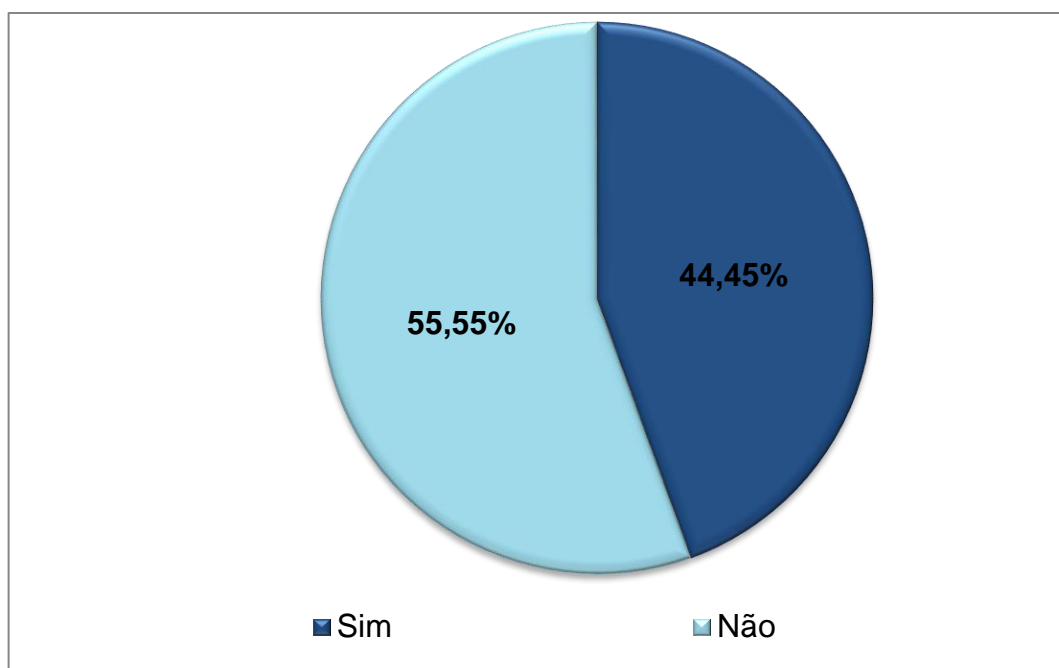
Gráfico 16. Concorrência enfrentada pelos feirantes:



Fonte: Próprio Autor, 2019

Por fim, foi perguntado aos feirantes se o mesmo já realizou algum curso de capacitação voltado a produção e comercialização dos produtos (Gráfico 17). O resultado foi muito expressivo, sendo que 55,55% dos feirantes relataram que nunca realizaram nenhum curso, enquanto 44,45 já realizaram algum curso de capacitação nessa área.

Gráfico 17. Realização de curso de capacitação voltado a produção e/ou comercialização de produtos:



Fonte: Próprio Autor, 2019

3.3. Discussão dos resultados encontrados

Diante da pesquisa realizada é possível observar que a maioria dos produtos comercializados na feira livre analisada é produzido pelo próprio feirante, em sistema de agricultura familiar. Como já discutido anteriormente, a agricultura familiar tem grande importância para o cenário agrícola brasileiro, porém, infelizmente, a mesma ainda recebe muito pouco, em relação a auxílio voltado a capacitação dos produtores para a sua produção agrícola e comercialização dos produtos.

É importante destacar que a feira livre analisada é composta por diferentes pessoas, com diversas faixas etárias, com as mais variadas culturas, que possuem necessidades que precisam ser atendidas.

Uma característica observada que reforça essa ideia é o número de feirantes que realizam outras atividades para compor a renda mensal de suas famílias, não se dedicando exclusivamente ao trabalho com a feira.

Ficou evidenciado na pesquisa que mais de 50% dos feirantes nunca realizaram nenhum tipo de capacitação para a produção e comercialização de seus produtos. Essa informação é de suma importância, uma vez que a realização de capacitações poderia otimizar a produção agrícola em campo, e, principalmente a comercialização dos produtos na feira.

Por fim é importante ressaltar que as feiras livres possuem papel fundamental nas cidades, sendo responsável pela geração de empregos diretos e indiretos, porém a mesma precisa ser assistida pelas autoridades responsáveis.

CAPÍTULO IV

4.1. Análise Swot

A análise de swot é uma ferramenta estrutural utilizada muito pela administração, porque possui como principal finalidade avaliar os ambientes internos e externo, fazendo estratégias de negócios para a empresa. Essa ferramenta também é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos de uma empresa, assim como as oportunidades e as ameaças das quais as mesmas estão expostas (FERNANDES, FUGA, 2017).

As forças e as fraquezas são avaliadas a partir do momento atual da empresa, são os fatores internos, já as oportunidades e ameaças serão as previsões do futuro, que estão ligados direto e indiretamente aos fatores externos.

Esse tipo de análise pode ser empregado em qualquer tipo de empresa. Sendo assim, foi realizada uma análise SWOT da feira onde a pesquisa foi desenvolvida, visando a identificação de possíveis pontos a serem melhorados.

4.1.1. Análise SWOT da Feira Livre em Fernandópolis - SP

✓ Pontos fortes

- Produtos frescos;
- Qualidade dos produtos;
- Garantia de procedência;
- Localização;
- Tradição;

- Atendimento ao público;
- Negociação: Produtor/consumidor;
- Atendimento em dois períodos (terça a noite e domingo de manhã).

✓ **Pontos fracos**

- Organização;
- Falta de apoio;
- Infraestrutura inadequada;
- Pouca divulgação;
- Falta de incentivo e investimento da Administração Municipal;
- Falta de assistência técnica: Gestão/vendas;
- Trabalho cansativo;
- Início na madrugada;
- Perdas.

✓ **Oportunidades**

- Público buscando produtos mais saudáveis;
- Modernização do espaço;
- Modernização em equipamentos;
- Incentivo em técnicos em gestão.

✓ **Ameaças**

- Grandes redes de supermercados;
- Concorrência de preços;
- Política;
- Desvalorização da população.

4.2. Discussão dos Principais pontos da Análise SWOT

Com base no resultado da análise Swot é possível observar que dentre os pontos fortes a qualidade dos produtos é a que mais se destaca entre os clientes. De acordo com as pesquisas realizadas, a possibilidade de comprar produtos que acabaram de ser colhidos, que se encontram fresco, além da possibilidade de poder escolher o que quiser na hora é o que mais os atrai os clientes.

Outro ponto positivo evidenciado na análise é a localização da feira. Por se encontrar em um local de fácil acesso e pela tradição, a feira realizada no Mercado Municipal conta com um número grande de clientes por dia. Por fim, a possibilidade de negociar diretamente com os produtos é outro ponto forte evidenciado.

Em relação aos pontos fracos, o que mais chamou a atenção, com base no resultado da pesquisa e nas conversas com os feirantes foi o momento da organização da feira (montagem e desmontagem e início da atividade). A atividade tem início na madrugada para a montagem das barracas e organização da exposição dos produtos. Trata-se de uma atividade considerada cansativa, que exige esforço físico. O fato de ter que acordar muito cedo é considerado um ponto fraco por grande parte dos feirantes. Contudo, isso é difícil de ser modificado, uma vez que a realização da feira aos domingos de manhã é uma tradição, sendo considerado inviável a modificação dessa atividade.

Outro ponto fraco importante de ser salientado é a inexistência de estocagem dos produtos em local adequado, fator esse que prejudica a manutenção da qualidade dos mesmos, uma vez que o fato de ficarem expostos sem controle de temperatura e umidade adequado acarreta no murchamento das partes folhosas, o que influencia diretamente na qualidade dos produtos, causando, quando não comercializados rapidamente, diminuição dos preços.

A falta de infraestrutura adequada e a imprudência de motoristas é um outro ponto negativo. Em relação a infraestrutura no último ano a prefeitura modificou parte da estrutura do local, contudo, segundo os feirantes isso ainda não é suficiente, uma vez que essa modificação foi realizada apenas em parte do local, ficando a outra rua da mesma forma. A ausência de banheiros para os feirantes também é um fator que precisa de atenção. O tempo que os feirantes acabam perdendo para ir à procura de um banheiro afeta diretamente as vendas, pois alguns feirantes trabalham sozinhos em suas barracas e quando precisam se ausentar para ir ao banheiro deixam as suas barracas sozinhas, perdendo venda, uma vez que dificilmente os clientes aguardam o seu retorno. João da Silva, que trabalha na feira há mais de cinco anos relatou o

seguinte: “A gente tem vários problemas, mas o principal é o banheiro. Aqui na feira não temos banheiros disponíveis para os frequentadores e nem para nós. Utilizamos os banheiros disponíveis que tem dentro do mercado municipal, porém são poucos que sabem de seu acesso, isso sem dizer as condições de higiene”.

O fato de a feira livre ocorrer em um local movimentado e em um horário de pico, o trânsito nas vias é extremamente alto, levando os motoristas a insistirem em passar no local, enquanto os feirantes estão desmontando as barracas, no final da feira. Guilherme Braga Júnior, feirante há 25 anos relatou o seguinte: “Falta bom senso para alguns motoristas. Têm vários casos de discussões e a gente fica preocupado, porque uma hora ou outra alguém pode levar a discussão às vias de fato. Nada é feito. Existe uma promiscuidade muito grande da administração municipal, que está largada as moscas”.

A falta de incentivo e de investimento da Administração Municipal é outro ponto fraco. Os feirantes são comerciantes subordinados às prefeituras, tendo a obrigação de uma licença à qual é adquirida através de concurso, divulgado em edital, onde os aspirantes disputam as vagas existentes para barracas previamente determinadas de acordo com o produto a ser comercializado. Após todo esse processo complexo, esperava-se que houvesse um auxílio maior por parte da administração pública, o que não ocorre, de acordo com os feirantes entrevistados.

Quanto a higienização dos pontos de vendas e manipulação do lixo falta a conscientização dos feirantes e consumidores, infraestrutura do local, entre outros, o órgão público administrativo é insuficiente, deixando de lado a atenção e melhorias que poderiam ser feitas, dificultando para os feirantes na comercialização de seus produtos. Contudo, existem situações onde os feirantes também são responsáveis, como por exemplo a limpeza do local.

Ainda nos pontos fracos, a falta de assistência técnica para os produtores presentes na feira é um fator extremamente limitante. De acordo com as pesquisas, apenas uma pequena parte dos feirantes já realizaram algum tipo de capacitação voltada a produção e comercialização de seus produtos. O restante, realiza essas atividades sem qualquer orientação técnica, seguindo costumes e tradições que foram passando de pais para filhos no decorrer dos anos.

Como já se sabe, a presença de uma profissional técnico atuando junto a esses produtores garantiria melhor qualidade na produção e na comercialização dos produtos, auxiliando na identificação dos pontos a serem melhorados, visando a

diminuição dos custos e maximização da produção, diminuição das perdas e melhora na comercialização dos produtos. Poderia ser elaborado um programa de capacitação que atendesse a todos, com base nos objetivos citados.

Já em relação as oportunidades, os pontos identificados foram o aumento da demanda por produtos dos consumidores na aquisição de produtos com qualidade, principalmente orgânico. Através dessa oportunidade, poderia ser trabalhado junto aos feirantes um aumento no cultivo de produtos orgânicos, uma vez que se trata de um mercado com grande expectativa. Contudo, necessita de um profissional capacitado, que promova as orientações corretas para esse processo. Como já citado, a modernização do espaço garantiria um aumento no número de pessoas que visitam a feira, assim como a modernização dos equipamentos. Entretanto, isso depende de incentivos da administração pública.

Por fim em relação as ameaças, a mais preocupante para os feirantes é em relação a concorrência. A disputa entre os feirantes em busca de vender seus produtos é muito acirrada. Devido a isso, os feirantes buscam equilíbrio nos preços, boa qualidade e divulgação dos seus produtos quando comercializados. Outra ameaça enfrentada pelos feirantes são as redes de supermercados, que adquirem os produtos em grande quantidade, conseguindo trabalhar com faixa de preços menores. Essa ameaça tenta ser superada por meio da comparação da qualidade dos produtos, uma vez que os feirantes oferecem produtos mais frescos do que os supermercados. Contudo, é um desafio difícil de ser vencido.

4.3. O efeito da assistência técnicas na gestão das feiras livres

Assim como visto, a assistência técnica na gestão das feiras livres seria uma importante ferramenta nessa cadeia do agronegócio, uma vez que auxiliaria diretamente em uma melhor qualidade na produção agrícola, administração de seu negócio, assim como na comercialização dos produtos, auxiliando na identificação dos pontos a serem melhorados, visando a diminuição dos custos e maximização da produção, diminuição das perdas e melhora na comercialização dos produtos.

Além de auxiliar na parte de organização, o Técnico tem o papel de planejar estratégias na atividade de gestão, compras e comercialização, buscando

atingir a máxima eficiência no mercado agrícola e agroindustrial, desde as cadeias produtivas de diversos setores, não se limitando apenas nos processos internos da propriedade rural.

Uma das formas que o Técnico em Agronegócio poderia atuar nas feiras livres é por meio da realização de consultorias técnicas, fazendo com que os feirantes pensem no futuro e analisem a produção de seu produto, perdas, mercado, custos, ganhos, agregação de valor, dentre outros, por meio de diferentes ferramentas administrativa, o que tornaria o processo mais eficiente para o produtor, uma vez que ele teria um controle total de sua produção e comercialização dos seus produtos, fato esse que não ocorre atualmente.

Estratégias como a realização de palestras ajudaria os feirantes a expandir o seu conhecimento e entender de que forma o gerenciamento de custo financeiro da produção, até a soma de todos os recursos e operações usadas dentro de todo processo produtivo afetam o seu ganho. A promoção de parcerias para a realização de oficinas e treinamentos voltados ao setor de gestão de qualidade, também é válido, visando fazer com que os feirantes compreendam a importância do ciclo produtivo, desde a seleção dos produtos, colocação de preço, assim como a comercializar e exposição dos produtos

Outra fórmula de ajudar os feirantes é na hora da agregação de valor no produto, como a praticidade de entregar pronto para o consumo. Isso causa prazer ao consumidor. Os feirantes comercializam produtos que podem ser processados, criando seus derivados, agregando valor nos seus produtos. A agregação de valor é o elemento base que ajuda a ter uma rentabilidade maior em comparação ao produto in natura.

Como visto, a presença do Técnico em Agronegócio possibilitaria a realização de um leque imenso de atividades, melhorando a vida dos feirantes, além de estimular a economia local.

CONSIDERAÇÃO FINAL

As feiras livres é uma importante atividade do agronegócio brasileiro, contudo, nos últimos anos vem sendo esquecida. Por meio da realização desse trabalho, ficou evidente que essa atividade precisa ser tratada com o máximo de respeito, sendo necessário a realização de ações que visem a valorização da atividade, auxiliando esses profissionais em suas atividades do dia a dia.

O Brasil é um país agrícola e todas as suas áreas precisam ser assistidas por profissionais capacitados, que torne o processo economicamente mais viável, gerando lucros aos envolvidos, sem que ocorre agregação ao meio onde se encontra.

Por fim, conclui-se que a feira livre da cidade de Fernandópolis precisa de atenção, de cuidado, sendo uma atividade econômica importante para o município.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ARAUJO, RIBEIRO. **Feiras Livres: (re) Apropriação Do Território na/da Cidade, Neste Período Técnico-Científico-Informacional.** Disponível em:<<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/viewFile/10771/pdf>>. Acesso: 30 de Outubro de 2019.

AZEVEDO, FAULIN. . **Feiras Livres: (re) Apropriação Do Território na/da Cidade, Neste Período Técnico-Científico-Informacional.** Disponível em:<<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/viewFile/10771/pdf>>. Acesso: 30 de Outubro de 2019.

CHAVES,R,G. **Análise Socioeconômica e Cultural da Feira Livre Do Município De Remígio-PB.** Disponível em:<<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4044/1/PDF%20-%20Gilvando%20Rodrigues%20Chaves.pdf>>. Acesso: 26 de Agosto de 2019.

CHARLOT. **O Turista Vai a Feira.** Disponível em:<https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/4683/1/O%20turista%20vai%200%C3%A0%20feira_Monografia.pdf>. Acesso: 16 de Setembro de 2019.

FASSA,W. **Feiras livres:As dificuldades que os feirantes enfrentam no dia a dia.** Disponível em:<<https://www.dm.com.br/opiniao/2016/09/feiras-livres-as-dificuldades-que-os-feirantes-enfrentam-no-dia-dia/>>. Acesso: 29 de outubro de 2019.

FEIRA LIVRE. **Feira Livre Em Fernandópolis-SP.** Disponível em:<<https://feiralivre.club/feira-livre-em-fernandopolis-sp/>> Acesso: 09 de Setembro de 2019.

GROOT,E; GROOT,S,L. **Importância Dos Atributos De Uma Feira Ideal Em Cassilândia, Estado Do Mato Grosso Do Sul: Uso Do Experimento De Escolha Discreta Melhor – Pior.** Disponível em:<<http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/ie/2017/tec2-0117.pdf>>. Acesso: 26 de Agosto de 2019.

MAIA. **O Turista Vai a Feira.** Disponível em:<https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/4683/1/O%20turista%20vai%200%C3%A0%20feira_Monografia.pdf>. Acesso: 16 de Setembro de 2019.

MONOGRAFIA. **O Turista Vai a Feira.** Disponível em:<https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/4683/1/O%20turista%20vai%200%C3%A0%20feira_Monografia.pdf>. Acesso: 16 de Setembro de 2019.

REGIÃO NOROESTE. **Feira Livre De Fernandópolis Passa atender as Terças.** Disponível em:< <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR395.pdf>> Acesso: 19 de Agosto de 2019.

RODRIGUES,N,F. **Caracterização e Análise dos Canais de Comercialização nos Assentamento de Guaratã do Norte.** Disponível em:<http://bdm.unb.br/bitstream/10483/15886/1/2016_FelipeNogueiraRodrigues_tcc.pdf>.Acesso: 07 de Outubro de 2019.

RURAL CENTRO. **Feiras Livres Potencializam Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar.** Disponível em:<<http://www.ruralcentro.uol.com.br/noticias/feiras-livres-potencializam-comercializacao-de-produtos-da-agricultura-familiar-61525>>. Acesso: 12 de Agosto de 2019.

SALES,P,A; REZENDE,T,L; SETTE,S,R. **Negócio Feira Livre: Um Estudo Em Um Município de Minas Gerais.** Disponível em:<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR395.pdf>> Acesso: 11 de Setembro de 2019.

SANTOS,E,J. **Feiras Livres: (re) Apropriação Do Território na/da Cidade, Neste Período Técnico-Científico-Informacional.** Disponível em:<

<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/viewFile/10771/pdf>>. Acesso: 30 de Outubro de 2019.

SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR E COOPERATIVISMO. **Cartilha Principais Canais de Comercialização Para a Agricultura Brasileira.** Disponível em:http://www.mds.gov.br/webarquivos/arquivo/seguranca_alimentar/compra_institucional/cartilha%20Principais%20Canais%20de%20comercializa%C3%A7%C3%A3o%20para%20Agricultura%20Familiar.pdf> Acesso: 19 de Agosto de 2019.

SCALCO,R,A; OLIVEIRA,C,S; FONSECA,C,A; DERMINDO,P,G. **Qualidade Do Serviço Em Feiras Livres.** Disponível em:<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/geografia/article/viewFile/12600/13511>> . Acesso: 23 de Setembro de 2019.

SILVEIRA. . **Importância Dos Atributos De Uma Feira Ideal Em Cassilândia, Estado Do Mato Grosso Do Sul: Uso Do Experimento De Escolha Discreta Melhor – Pior.** Disponível em:<<http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/ie/2017/tec2-0117.pdf>>. Acesso: 26 de Agosto de 2019.

SOUZA; BERGAMASCO. **Feiras Livres: (re) Apropriação Do Território na/da Cidade, Neste Período Técnico-Científico-Informacional.** Disponível em:<<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/viewFile/10771/pdf>>. Acesso: 30 de Outubro de 2019.

PIERRE,M,Q,C,M. **A Feira Livre Como Canal de Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar.** Disponível em:<<http://www.sober.org.br/palestra/15/234.pdf>> Acesso: 05 de Agosto de 2019.

PREFEITURA DE FERNANDÓPOLIS. **Feiras Livres.** Disponível em:<<https://www.turismofernandopolis.com.br/atrativo/feiras-livres>> Acesso: 19 de Agosto de 2019.

PROGRAMA SEMEAR. **Cartilha Principais Canais de Comercialização Para a Agricultura Brasileira.** Disponível em:http://www.mds.gov.br/webarquivos/arquivo/seguranca_alimentar/compra_institucional

cional/cartilha%20Principais%20Canais%20de%20comercializa%C3%A7%C3%A3o%20para%20Agricultura%20Familiar.pdf> Acesso: 19 de Agosto de 2019.

PORTO,P,R,C; STUMPF,T,M; CHUQUILLANQUE,A,D. **Feirantes e Consumidores: Características E Percepções Sobre Feira Livre De São Lourenço Do Sul-RS.**

Disponível

em:<

https://singa2017.files.wordpress.com/2017/12/gt18_1504704663_arquivo_feiranteseconsumidorescaracteristicasepercepcoessobrefeiralivredesaolourencodosul-rs.pdf>.

Acesso: 26 de Agosto de 2019.

ANEXO

QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS FEIRANTES

Local da Feira:

Dia de Funcionamento:

Horário:

Nome:

Sexo: M () F ()

1. Em qual município você mora?

() Fernandópolis () outros, qual? _____

Onde se localiza?

() Zona Urbana () Zona Rural

2. Idade

() Menor de 16 anos () de 25 a 40 anos () Acima de 60 anos

() De 16 a 24 anos () De 40 a 60 anos

3. Qual o seu grau de escolaridade?

() Da 1ª à 4ª série do ensino fundamental () Da 5ª à 8ª série do ensino fundamental () Ensino médio completo/ incompleto

() Não estudou () Ensino superior

4. Desde quando trabalha na Feira?

() menos de um ano () entre um e cinco anos () de cinco a dez anos () Acima de dez anos

5. Trabalha alguém com você?

() Sim () Não

Quem são? () Familiares () outros, quem? _____

6. Além da feira você pratica alguma outra atividade que ajude na renda familiar?

() Sim () Não Em que? _____

7. Qual a origem dos produtos que você comercializa na Feira?

() produzida por você mesmo (Agricultura familiar) () Adquire os produtos de outros produtores

8. Quando necessário comprar os produtos você compra diretamente de quem?

() produtor () intermediário () ambulante () outros, quem? _____

9. O que é realizado com os produtos que não são vendidos?

() São doados () São descartados

() São reutilizados para outros fins Quais? _____

10. Além da feira, seus produtos são comercializados de outra forma?

() Sim () Não Quais? _____

11. Como você considera seu lucro?

() Ruim () Regular () Bom () Ótimo

12. Quem você identifica como principal concorrente?

() os supermercados () as quitandas () outros feirantes
() os intermediários () não tem concorrentes

13. Quais são as principais dificuldades enfrentadas por você no exercício da atividade de feirante?

() Levantar cedo () Intemperes () Vendas () Montagem e desmontagem () Esforço físico
() Chegar ao local da feira () Outros _____

14. Porque você permanece na atividade de feirante

() Porque gosta de comercializar () Pelo contato com o público
() Porque é a única fonte de renda () Para ajudar na renda familiar (renda extra)

15. Em relação aos seus produtos, os mesmos são cultivados em sistemas:

() Tradicional, com o uso de insumos e defensivos agrícolas () De forma orgânica

16. Você já realizou algum curso para melhorar seus conhecimentos relacionados a produção e comercialização ?

() Sim () Não Qual? _____

17. Você faria o curso Técnico em Agronegócio para adquirir novos conhecimentos?

() Sim () Não () Talvez Telefone: _____