

**INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS  
CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA  
JEFERSON RODRIGUES DA SILVA ALECRIM**

**LEVANTAMENTO E CARACTERIZAÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL DA  
FEIRA LIVRE DE SÃO JOAO EVANGELISTA/MG**

**SÃO JOÃO EVANGELISTA  
2019**

**INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS  
CAMPUS SÃO JOÃO EVANGELISTA  
JEFERSON RODRIGUES DA SILVA ALECRIM**

**LEVANTAMENTO E CARACTERIZAÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL DA  
FEIRA LIVRE DE SÃO JOAO EVANGELISTA/MG**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus* São João Evangelista como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Agronomia.

Orientador: D.Sc. Nildimar Gonçalves Madeira.

**SÃO JOÃO EVANGELISTA  
2019**

## FICHA CATALOGRÁFICA

A3661 Alecrim, Jeferson Rodrigues da Silva  
2019

Levantamento e caracterização econômica e social da Feira Livre de São João Evangelista - MG/ Jeferson Rodrigues da Silva Alecrim – 2019.  
61fl; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Agronomia) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus São João Evangelista, 2019.

Orientador: Dr.Nildimar Gonçalves Madeira

1. Feira livre. 2. Produtor rural. 3. Agricultura familiar. I. Alecrim, Jeferson Rodrigues da Silva. II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – Campus São João Evangelista. III. Título.

CDD 394.6

Elaborada pela Biblioteca Professor Pedro Valério  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais.  
Campus São João Evangelista.  
Bibliotecária Responsável: Rejane Valéria Santos – CRB-6/2907

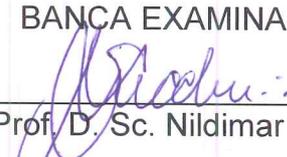
JEFERSON RODRIGUES DA SILVA ALECRIM

LEVANTAMENTO E CARACTERIZAÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL DA  
FEIRA LIVRE DE SÃO JOAO EVANGELISTA/MG

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
ao Instituto Federal de Minas Gerais –  
*Campus* São João Evangelista como  
exigência parcial para obtenção do título de  
Bacharel em Agronomia.

Aprovado em 13/12/2019

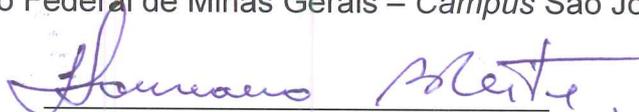
BANCA EXAMINADORA

  
Orientador Prof. D. Sc. Nildimar Gonçalves Madeira

Instituição: Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus* São João Evangelista

  
Prof. D. Sc. Douglas de Carvalho Carellos

Instituição: Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus* São João Evangelista

  
Prof. Me. José Laureano Barbosa Leite

Instituição: Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus* São João Evangelista

À Deus que me propiciou essa conquista.  
A amigos e familiares.  
.... **Dedico** este trabalho com todo carinho.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pela vida e as oportunidades que por ele me foram dadas, a minha família em especial minha mãe Dejanira, minha Avó Maria e minha Tia Andreia pela dedicação e amor em todos os momentos dessa minha caminhada. Vocês são minha maior inspiração.

Aos amigos que fiz durante o período de graduação, em especial Cleyton, Maik, Amanda Eleto, Cecilia, Deisiane e Flaminia. Aos companheiros de república “UzzPaKachorro”, Júlio César, Lucas e Rabêlo, pelo companheirismo e pela força, sempre presente do meu lado independentemente da situação.

A todo Instituto Federal de Minas Gerais – Campus São João Evangelista.

Ao professor Nildimar Gonçalves Madeira, pela boa vontade em me orientar e pela paciência e compreensão durante toda a elaboração desse trabalho, mostrando o melhor caminho a seguir.

Aos feirantes e produtores, que se disponibilizaram para estarem participando da pesquisa.

Aos membros da banca examinadora, Douglas Carellos e José Laureano pela disponibilidade.

Todos meus muito obrigados!

Muito obrigado!

## RESUMO

A feira livre representa um dos métodos mais antigos de trocas e comercialização de produtos agrícolas e, tem por intuito o oferecimento de mercadorias de boa qualidade com preços mais baixos do que o usualmente aplicado em supermercados e outros comércios de produtos agrícolas. Além disso é um importante espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar, indo muito além disso: é também espaço de socialização e identidade regional. Neste trabalho busca se conhecer o perfil dos feirantes e frequentadores da feira livre de São João Evangelista, principalmente relacionado aos aspectos sociais e econômicos, bem como preferências, reclamações e hábitos de vendas e compras, possibilitando um maior conhecimento sobre o comércio local. A pesquisa desenvolvida foi do tipo descritivo com uso de técnicas padronizadas de coleta de dados através de um questionário semiestruturados contendo perguntas com variáveis dicotômicas direcionadas aos feirantes e consumidores presentes nos dias em que ocorre a feira. A partir desse levantamento, conclui-se que: a maior proporção de feirantes é do sexo feminino tem entre 41-50 anos e produzem todos os hortifrúteis que comercializam na feira. Assim como constatou-se que a maior participação dos consumidores que fazem compras na feira é do gênero feminino, com idade entre 51 a 60 anos, que costuma frequentar a feira toda a semana, e que gastam em média de 21 a 30 reais em cada visita a feira.

**Palavras-chave:** Feira livre. Produtor rural. Agricultura familiar;

## **ABSTRACT**

The open market represents one of the oldest methods of trade and marketing of agricultural products and aims to offer good quality goods at lower prices than usually applied in supermarkets and other agricultural products trades. It is also an important space for the marketing of family farming products, going beyond this: it is also a space for socialization and regional identity. In this work we seek to know the profile of the fair marketers and goers of São João Evangelista free fair, mainly related to social and economic aspects, as well as preferences, complaints and sales and shopping habits, allowing a greater knowledge about the local commerce. The research developed was descriptive using standardized data collection techniques through a semi-structured questionnaire containing questions with dichotomous variables directed to the marketers and consumers present in the days that the fair takes place. From this survey, it can be concluded that: most of the fairgrounds are female, they are between 41-50 years old and produce all the vegetables they sell at the fair. As it was found that the largest share of consumers who shop at the fair is female, aged 51 to 60, who usually attend the fair every week, and spend on average 21 to 30 reais each Visit the fair.

**Keywords:** Free Fair. Rural Producer. Family Farming.

## LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1-Espaço da feira livre no município de São João Evangelista.....</u>	<u>23</u>
<u>Figura 2- Frequência relativa (%) de feirantes, em função do gênero.....</u>	<u>26</u>
<u>Figura 3- Frequência relativa (%) de feirantes, em função da faixa etária.....</u>	<u>27</u>
<u>Figura 4- Frequência relativa (%) de feirantes, em função do nível de escolaridade.....</u>	<u>27</u>
<u>Figura 5- Frequência relativa (%) de feirantes, em função da forma de obtenção da propriedade rural.....</u>	<u>28</u>
<u>Figura 6-Frequência relativa (%), do tamanho da propriedade em hectares.....</u>	<u>29</u>
<u>Figura 7-Frequência relativa (%) de feirantes/produtor, em função das fontes de adubo utilizados.....</u>	<u>30</u>
<u>Figura 8-Frequência relativa (%) de feirantes/produtor, em função do uso de produtos para controle de pragas e doenças.....</u>	<u>31</u>
<u>Figura 9-Frequência relativa (%) de feirantes/produtor, em função da ocorrência de assistência técnica em sua propriedade.....</u>	<u>32</u>
<u>Figura 10-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da renda obtida na feira.....</u>	<u>33</u>
<u>Figura 11-Frequência relativa (%) de feirantes, em função do tempo de participação na feira.....</u>	<u>34</u>
<u>Figura 12-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da obtenção de registro para comercialização de produtos na feira .....</u>	<u>35</u>
<u>Figura 13-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da forma de transporte de mercadoria até a feira .....</u>	<u>36</u>
<u>Figura 14-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da participação em associações ou sindicatos.....</u>	<u>36</u>
<u>Figura 15-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da avaliação organizacional da feira.....</u>	<u>37</u>
<u>Figura 16-Frequência relativa (%) de hortifrútis (verduras), comercializadas na feira livre.....</u>	<u>38</u>

<u>Figura 17-Frequência relativa (%) de hortifrútiis (legumes), comercializadas na feira livre.....</u>	<u>38</u>
<u>Figura 18-Frequência relativa (%) de frutas, comercializadas na feira livre.....</u>	<u>39</u>
<u>Figura 19-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do gênero.....</u>	<u>40</u>
<u>Figura 20-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da faixa etária.....</u>	<u>41</u>
<u>Figura 21-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da escolaridade.....</u>	<u>42</u>
<u>Figura 22-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da frequência a feira livre .....</u>	<u>43</u>
<u>Figura 23- Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do principal motivo que o leva a frequentar a feira livre.....</u>	<u>44</u>
<u>Figura 24- Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do valor gasto a cada visita na feira.....</u>	<u>45</u>
<u>Figura 25-Frequência relativa (%) dos consumidores em função da avaliação organizacional da feira.....</u>	<u>46</u>

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Questionario de perguntas aplicados aos feirantes. ....	52
Anexo 2 – Questionario de perguntas aplicado aos consumidores da feira livre. ....	57

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CONTEÚDO .....	14
2.1 JUSTIFICATIVA.....	14
3. OBJETIVOS GERAIS.....	15
3.1OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
4. REVISÃO DE LITERATURA .....	16
4.1 FEIRA LIVRES: SURGIMENTO, E EVOLUÇÃO HISTÓRICA.....	16
4.2 FEIRA LIVRES NO BRASIL.....	18
4.3 A IMPORTÂNCIA DA FEIRA LIVRE PARA A AGRICULTURA FAMILIAR.....	20
5. METODOLOGIA.....	23
5.1 ÁREA DE ESTUDO.....	23
5.2 ELABORAÇÃO E DISCUSSÃO DE QUESTÕES LEVANTADAS NAS PESQUISAS.....	24
5.3. PROCESSAMENTO DOS DADOS.....	24
6.RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	25
6.1.FEIRANTES.....	25
6.1.1 CARACTERIZAÇÃO DO FEIRANTE.....	25
6.1.2 TAMANHO E EXPLORAÇÃO DA PROPRIEDADE .....	28
6.1.3 SISTEMA DE PRODUÇÃO.....	29
6.1.4 ASPECTOS RELACIONADOS A FEIRA.....	32
6.2. CONSUMIDORES.....	39
6.2.1 CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES.....	39
6.2.2 APESCTOS RELACIONADOS AS COMPRAS.....	42
7. CONLUSÃO .....	46
8.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	48

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo a definição de Mascarenhas e Dolzani (2008, p.75),” a feira livre no Brasil constitui um mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública e voltada para a distribuição local de produtos alimentícios e produtos básicos”. Já (LOPES, 2014) caracteriza as feiras livres como mercado varejista que acontece ao ar livre, e que constituem um importante espaço para a promoção de uma alimentação saudável por meio do comércio de frutas, legumes e verduras, e também pelo incentivo de práticas sustentáveis. Portanto as feiras livres são atividades econômicas que fazem parte da economia informal de uma parcela considerável das cidades. São responsáveis por abrigar pessoas que não se enquadram nos padrões exigidos pela modernização tecnológica e são de abrangência local e regional. Este tipo de comércio se articula com outras modalidades de atividades econômicas rurais e urbanas e é gerido pelas prefeituras.

As feiras livres são o principal instrumento de comercialização de produtos de origem da agricultura familiar, em que o agricultor vende diretamente para o consumidor final (BANDEIRA et al,2010). Em alguns municípios as feiras livres são mais que programas de abastecimento alimentar para a população. A feira livre é vista como um acesso a bens de primeira necessidade, empregabilidade para as pessoas do campo e distribuição dos bens econômicos (RIBEIRO et al 2003).

A busca por alimentos frescos, presumivelmente cultivados sem o uso, ou com uso menos intensivo, de defensivos agrícolas e preços mais acessíveis são os atrativos que levam muitos consumidores a preferirem as feiras livres aos mercados tradicionais. As feiras, que normalmente ocorrem em áreas abertas, são os locais onde os produtores, geralmente pequenos agricultores, comercializam, principalmente, frutas e hortaliças. Outro fator importante que concorre para a popularização das feiras é a crescente conscientização dos efeitos benéficos de uma dieta rica em frutas e hortaliças na saúde humana (CERDEÑO, 2006). Sabe-se, por exemplo, que o consumo insuficiente de frutas e hortaliças aumenta o risco de doenças crônicas não transmissíveis, como as cardiovasculares e alguns tipos de câncer, além de estar entre os dez fatores de risco que mais causam mortes e doenças em todo o mundo (JAIME, 2007).

No Brasil, aproximadamente 60% do volume total de produtos hortícolas são comercializados em atacado nos centros de comercialização do Ceasa (s). Ocorre também a venda direta por produtores que destinam os produtos a supermercados, mercados sobre caminhões, sacolões e, principalmente, feiras livres locais que são grandes mercados varejistas (VILELA et al., 2000). As feiras livres são comumente presenciadas nas diversas regiões do Brasil, sendo que no estado de Minas Gerais, assim como em outros lugares, a comercialização desses produtos tem importância significativa na renda dos feirantes que comumente são agricultores familiares (BRANDÃO, 2012).

No Brasil, de acordo com o censo agropecuário de 2006, a agricultura familiar era composta por 4,3 milhões de unidades produtivas (84% do total) e 14 milhões de pessoas ocupadas, o que representa em torno de 74% do total das ocupações distribuídas em 80.250.453 hectares (25% da área total). A produção que resulta da agricultura familiar se destina basicamente para as populações urbanas locais, o que é essencial para a segurança alimentar e nutricional, sendo boa parte dessa produção comercializada em feiras livres.

O estado de Minas Gerais se destaca na produção agrícola diversificada conseguindo explorar de forma efetiva desde plantios florestais, cafeicultura, a fruticultura, e olericultura. Em detrimento a crescente demanda por alimentos houve um incremento no cultivo de hortaliças no estado. A produção que atendia apenas aos pequenos mercados locais, hoje abastece as grandes cidades e as principais centrais de abastecimentos de Minas.

Assim como a maioria das cidades brasileiras, o município de São João Evangelista (SJE), situado no estado de Minas Gerais, é uma cidade que apresenta a agricultura como principal atividade econômica. Além da vocação para a pecuária de leite também concentra comunidades que se caracterizam pela agricultura familiar principalmente na produção de hortaliças, frutas e legumes para serem comercializadas na feira local ou para o fornecimento em sacolões e supermercados.

Diante do exposto procurou-se desenvolver com o presente trabalho, pautar o perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da feira livre de São João Evangelista e a partir desses dados fornecer subsídios para o planejamento de ações que promovam o desenvolvimento socioeconômico dos produtores, além de, ao mesmo tempo, aumentar a satisfação dos consumidores.

## **2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CONTEÚDO**

### **2.1. JUSTIFICATIVA**

São João Evangelista é uma região com grande concentração de agricultores familiares que vivem em pequenas propriedades produzindo para si mesmos e vendendo o excedente para manutenção das famílias.

Um importante local de dispersão dos produtos oriundos da agricultura familiar é a feira livre, canal de comercialização mais antigo e que ainda é muito utilizado nos dias atuais (NASCIMENTO et al., 2016). Esse tipo de ambiente possibilita a comercialização de produtos sem a padronização imposta pelo comércio formal, desta forma se tem uma maior disponibilidade de produtos ligados às tradições e à cultura regional. Sendo que os principais produtos ofertados são: frutas, verduras, hortaliças, carnes, doces e biscoitos, por exigir menor grau de processamento quando comparado com os produtos industrializados (ARGANDONA; MACHUBA, 2014).

Tendo em vista a problemática apresentada procurasse com o trabalho conhecer o perfil dos feirantes e frequentadores da feira livre de São João Evangelista, analisando aspectos comerciais, produtivos e sociais envolvendo o comércio da feira livre, levando em conta que a região tem um futuro promissor nesse mercado. A pesquisa pode ser justificada pelo fato do tema a ser apresentado ser algo relevante e de suma importância para o conhecimento e desenvolvimento do comércio varejista de gêneros agrícolas na região, e assim dessa forma levantar e apurar dados que possam ser utilizados para melhorar a qualidade do comércio regional.

### **3. OBJETIVOS GERAIS**

Analisar aspectos socioeconômicos dos feirantes e de consumidores participantes da feira livre no município de São João Evangelista.

Analisar a dinâmica do funcionamento da feira livre buscando identificar pontos positivos e negativos na perspectiva de feirantes e consumidores.

#### **3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analisar informações preliminares sobre a comercialização de hortaliças, frutas e legumes na feira, buscando informações sobre os principais produtos hortifrúti comercializados;
- Analisar informações sobre o sistema e a forma de produção dos hortifrúti comercializados, além de aspectos relacionados ao tamanho, localização e exploração da propriedade.
- Conhecer o perfil e condições de trabalho dos feirantes bem como suas percepções sobre aspectos inerentes acerca da feira livre quanto a estruturas (barracas), espaço físico, divulgação e localização da mesma e suas perspectivas para o futuro da mesma.
- Conhecer o perfil dos frequentadores da feira livre, quanto aos aspectos sociais e econômicos, bem como, comportamento de compras, preferências, reclamações e gastos oriundos na mesma.

## 4. REVISÃO DE LITERATURA

### 4.1. FEIRA LIVRES: SURGIMENTO, E EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Com a chegada do período neolítico o homem deixou de ser nômade passando a dominar a técnica de plantio e assim fixando se sobre a terra, a partir desse momento teve se a necessidade de trocar o excedente da sua produção por outros produtos.

As feiras livres, consideradas as formas mais antigas e tradicionais de comercialização de produtos agropecuários ou hortifrutigranjeiros, se originaram na antiguidade, com a troca do excedente da produção entre os produtores que, mais tarde, passaram a comercializá-los em troca de dinheiro (SOUSA, 2004). As feiras livres fazem parte do contexto histórico, social e econômico da humanidade, cuja função e ação se introduzem de forma significativa na vida cotidiana das diferentes populações, bem como na própria significação de um dado lugar. Elas significam uma importante transformação da rotina humana, a partir do fim dos hábitos nômades e da adoção de um lugar fixo de moradia.

A palavra “feira” é originária do latim *feriae*, designando “dias de festa” e, no plural, esta palavra refere-se aos dias de repouso, quando ocorriam determinadas festividades, aproveitando para a realização das atividades comerciais, como as feiras. Em uma definição mais elementar, a feira pode ser considerada como a reunião de vendedores e compradores em local e horário definidos, para a realização de práticas comerciais (GIANNECCHINI; AZEVEDO; BOTELHO, 2007).

No que se refere a período e local de surgimento das feiras livres há uma divergência entre autores, portanto os dados são desconhecidos. Considera-se que bazares, ruas de barracas e lojas já existiam no espaço urbano por volta de 200 a.C (MUMFORD, 1982 apud LIMA; SAMPAIO, 2009).

Segundo Pirenne (1936) a origem da feira livre remonta ao século IX na Europa: os mercados locais organizados com vistas a suprir a população local com os gêneros de primeira necessidade.

De acordo com Verdana (2004) a feira-livre já era presente na antiguidade em Roma e Grécia onde aparecem os primeiros indícios da presença da mesma. Nesse período existia um fluxo de mercadorias variadas e de pessoas de diferentes

localidades com objetivo de trocar produtos, pois o que era abundante para um grupo para outro já não era, isso possibilitou o intercâmbio de mercadoria.

Na Europa durante a idade média principalmente com o surgimento das cruzadas as feiras tiveram uma grande relevância no processo de desenvolvimento das cidades e do comércio, pois atendia as necessidades dos comerciantes e dos viajantes contribuindo com o chamado renascimento comercial do século XVIII. Costa e Cleps (2003) dizem que o surgimento das feiras foi especialmente impulsionado pelas Cruzadas que tinha como objetivo suprir as necessidades dos comerciantes e viajantes que buscavam uma atividade comercial, tornando-se verdadeiramente importante a partir do século XI.

Evidencia-se que as feiras tiveram uma maior efetividade no período medieval, haja vista que se buscava expandir os comércios no Extremo Oriente. Nesse sentido, as feiras livres são fenômenos socioeconômicos muito antigos, cuja consolidação se deu principalmente na Idade Média (LIMA; SAMPAIO, 2009).

Segundo Souto Maior (1978 apud Lima e Sampaio, 2009), as feiras livres sofreram forte influência do contato comercial do Ocidente e do Oriente na Idade Média, tendo em vista que o surgimento de muitas cidades e a concorrência comercial exigiu o desenvolvimento de mecanismos de compra, venda e troca, ainda cruciais para a expansão Europeia no século XVI.

Na Idade Moderna, as feiras continuaram em desenvolvimento, expandindo-se para além dos territórios europeus e modificando decisivamente a rotina de muitos povos, incluindo o Brasil, onde algumas feiras possuem uma relevância tão significativa que chegam a ser relacionadas constantemente com as tradições e costumes de um povo. Além de que as feiras livres se constituem como um mercado de trabalho que emprega uma quantidade de trabalhadores, que, através delas, garantem sua renda e movimentam a economia local e regional (LIMA; SAMPAIO, 2009).

Com o fim do Feudalismo e o início do Capitalismo as feiras ganharam ainda mais importância econômica, social e cultural, embora permanecesse com as mesmas características medievais. De acordo com Lima e Sampaio (2009, p.7) “as feiras atravessaram os tempos, adaptando-se a cada sociedade, tipos de economias, sobrevivendo a entraves como poderio centralizador, limitações para sua efetividade, entre outros”.

As feiras livres fazem parte do contexto social, histórico e cultural de diversas cidades ao redor do mundo, sendo um local de encontro de pessoas de diferentes realidades e classes sociais. Nesse ambiente o comércio de forma informal prevalece, sendo em sua maioria uma forma do produtor lidar diretamente com o público comprando sem a necessidade de intermediários, barateando o custo dos produtos oferecidos para o consumidor e possibilitando uma renda maior aos vendedores. As feiras livres apresentam aspecto socioeconômico de diversas cidades, sendo instrumento de efetivo desempenho na dinâmica para consumidores e vendedores, retratando uma subjetividade do aspecto mercantil. (JESUS e DAMERCÊ, 2016).

#### **4.2. FEIRA LIVRE NO BRASIL**

Segundo a definição de Mascarenhas e Dolzani (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.

As feiras no Brasil começaram no período Colonial, momento em que se multiplicaram rapidamente. Tinham a função de abastecimento de alimentos às primeiras vilas da época. Foram responsáveis pela organização social e econômica das populações (ANJOS et al., 2005).

De acordo com Gobert e Fridman (2003) no Brasil as feiras livres se estabeleceram por volta de 1841 como solução para o abastecimento regional de produtos, o qual ainda ocorre nos dias atuais, desde cidades metropolitanas até interioranas, muitas delas possuem grande atrativo turístico, comercial e, até mesmo, histórico dependendo da região do país.

Segundo Lima; Sampaio (2009) estas eram semelhantes às feiras medievais portuguesas, que exigiam uma grande Preparação, pois aconteciam semestralmente ou anualmente.

São consideradas no Brasil uma das mais antigas formas de varejo com presença generalizada. Elas desempenham um papel importante na venda, principalmente de produtos hortícolas (verduras, legumes e frutas) na maioria dos centros urbanos (MALUF, 1999). Muitas dessas feiras constituem microprojetos destinados a ajudar a população rural de baixa renda; ali se negociam produtos

agrícolas e pecuários. No entanto, deve-se enfatizar que as feiras, na grande maioria, são iniciativas em âmbito local, que tendem a valorizar os vínculos do abastecimento com a produção agroalimentar, especialmente em se tratando de municípios de pequeno e médio porte.

A feira livre no Brasil tem relação histórica na formação de cidades brasileiras, que se originaram no período colonial. Essas feiras sobrevivem até hoje graças a dinâmica que se dá na relação entre consumidores e feirantes constituindo-se muitas vezes como uma ou até mesmo única fonte de comércio e renda popular em algumas cidades, uma vez que possibilita aos pequenos agricultores e vendedores oportunidades para escoarem seus produtos, gerando autonomia de certos agricultores (BOECHAT E SANTOS, 2009).

Por muito tempo essas feiras eram praticadas em locais inadequados, pelo fato de não ter uma legislação clara que regulamentasse o seu funcionamento. Coutinho et al, (2006, p.2) descreve que:

O comércio era informal, até que em 1771, o Marquês do Lavradio, 3º Vice-Rei do Brasil, criou a primeira lei que visou regularizar a atividade e autorizou o funcionamento dos mercados de alimentos nas ruas. A partir de então, este comércio adquiriu as atuais características de feira livre. Em 1904, através do decreto nº 997, as feiras foram reconhecidas formalmente pela administração pública, autorizando o seu funcionamento aos sábados, domingos e feriados.

Constata-se que no Brasil as primeiras feiras se desenvolveram no litoral ou próxima de locais onde havia maior fluxo de pessoas. Aos poucos essas feiras foram se espalhando pelo interior, impulsionando o surgimento e crescimento de algumas cidades e intensificado a cultura local, em especial na região Nordeste, onde até hoje as pequenas e médias cidades são conhecidas por suas feiras e pela cultura nelas representadas.

Na atualidade, em muitas regiões do país, as feiras livres são o principal, e às vezes o único local polarizador do circuito comercial. Apesar dos tempos modernos e dos contratempos que elas causam nas cidades, elas não desaparecem Azevedo e Alves, (2010), e ainda apresentam suas funcionalidades garantindo seu lugar nas ruas das cidades em todo o Brasil, pois as feiras representam uma forma democrática, onde todos são iguais, tratados com a mesma atenção e respeito.

Portanto, de modo geral, pode-se dizer que nos espaços das feiras e dos mercados acontecem múltiplas relações.

Assim, a feira livre torna-se um “fenômeno socioeconômico de importância capital na vida e cotidiano das pessoas (CARDOSO, 1975, p. 169) que marca definitivamente a paisagem das cidades espalhadas pelo Brasil, sendo esta a principal forma de abastecimento para uma grande parcela da população.

### **4.3. A IMPORTÂNCIA DA FEIRA LIVRE PARA A AGRICULTURA FAMILIAR**

De acordo com a Lei 11.326/2006, para ser classificado como agricultor familiar é necessário atender simultaneamente os seguintes critérios: (1) não ter, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais; (2) utilizar predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; (3) ter percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo poder Executivo; (4) dirigir seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (Brasil, 2006).

Ramoniello (2015) de uma forma mais simplória define alguns pontos para se caracterizar a agricultura familiar, como: a propriedade deve ser gerida pela família; a propriedade precisa ter menos de quatro módulos fiscais, a mão de obra terceirizada deve ser inferior à mão de obra familiar.

Romarco (2012) entende por agricultura familiar a forma de se produzir onde existe uma relação íntima entre gerir a propriedade e suas relações familiares e sociais. Pode-se entender que nesse arranjo a família em si executa todas as tarefas na propriedade, utilizando o trabalho familiar e complementando o mesmo com serviço de terceiros.

Segundo dados do Censo Agropecuário (IBGE, 2006), a agricultura familiar constitui a base econômica de 90% dos municípios com até 20 mil habitantes e absorve 40% da população ativa do país. Ainda sobre o Censo, a agricultura familiar produz 38% do café, 34% do arroz, 70% do feijão, 59% carne suína, 58% leite, 46% milho, 87% mandioca, 30% bovinos, 50% aves e 21% de trigo. Portanto, a agricultura familiar tem uma grande importância econômica, que está relacionada ao mercado interno e a inflação dos alimentos e produtos utilizados no consumo dos

brasileiros. Nesse contexto, a agricultura familiar é o sistema predominante no Brasil e no mundo.

O mito de que a atividade da agricultura familiar era só de subsistência foi quebrado e, hoje, observa-se que os produtos produzidos por esta classe abastecem tanto o mercado interno quanto o mercado externo com números relevantes quanto à porcentagem que essa produção representa em âmbito nacional (GUILHOTO et al.2005).

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, a fixação do homem no meio rural, e melhor qualidade de vida (SOUZA-ESQUERDO; BERGAMASCO, 2014). Uma dessas políticas públicas é o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que prevê a compra de produtos da agricultura familiar para fornecimento à merenda escolar, doação às entidades assistenciais e recomposição dos estoques estratégicos do Governo Federal (PRONAF) (BRASIL, 2009).

A comercialização dos produtos agropecuários, por agricultores familiares pode ser realizada de maneira mais complexa como mercados, supermercados, centros de distribuição e outros intermediários ou de maneira mais direta, como no caso da comercialização realizada diretamente na propriedade rural e principalmente em feiras, as feiras livres são um importante espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar, indo muito além disso, é também espaço de socialização, identidade regional e cultural. Nas feiras há movimentação de produtos, pessoas, informações e cultura, em numa dinâmica que favorece o desenvolvimento regional (MICHELLON et al., 2007).

Uma característica importante da Agricultura Familiar é a sua grande capacidade de abastecimento de produtos de primeira necessidade, gerando e fazendo circular a renda em nível local, dessa forma a feira livre é este canal que permite a comercialização por parte dos produtores rurais a realização da venda de seus produtos, garantindo o abastecimento regular, de boa qualidade e proporcionando variedade aos hábitos alimentares (RIBEIRO et al,2005).

Ribeiro (2007) admite a integração dos agricultores familiares ao mercado, por meio da feira livre pois é através dessa que é possível escoar diversos produtos que não se enquadram a padronização imposta pelo comércio formal, que dificilmente estariam à disposição dos consumidores urbanos. A feira livre é um

canal que permite o relacionamento direto entre o produtor e o consumidor final. Isso torna possível, identificar mais facilmente, as necessidades e os desejos do consumidor e melhorar os aspectos produtivos e estruturais (AZEVEDO; FAULIN, 2005).

Unidades de produção familiar podem ser mais ou menos integradas aos mercados, destinando maior ou menor parcela da produção à comercialização. Desta maneira, por mais que haja tentativas de se implementar novos mercados para a agricultura familiar, é notória a importância da feira livre enquanto tradicional meio de trocas, materiais e imateriais. É graças às feiras livres que muitos agricultores são beneficiados, vendendo sua produção que dificilmente entraria em outros mercados. Além dessas serem de grande importância para a reprodução dos valores locais, a inclusão produtiva dos agricultores, o abastecimento de cidades pequenas, longe das rotas de distribuição de alimentos e o aquecimento da economia urbana (BUAINAIN,2006).

As feiras livres são um importante canal de comercialização para a agricultura familiar, de relevância irrefutável, em que apresentam uma verdadeira teia de relações fazendo delas lugar social de trocas não apenas materiais, mas também, imateriais (sociais, históricas e culturais). São espaços públicos e lugares de interação onde diferentes racionalidades, para além da econômica, tais como a comunitária, a religiosa, a familiar e a societária se influenciam mutuamente, com imenso potencial para a reprodução social. Esse processo acaba movimentando economicamente o mercado local, ampliando os benefícios proporcionados pela feira livre (RIBEIRO, 2007). A feira livre pode ser, portanto, um indicador da dinâmica econômica dos municípios (COELHO, 2009).

## 5. METODOLOGIA

### 5.1. ÁREA DE ESTUDO

O estudo foi realizado no Município de São João Evangelista-MG, situado na região Sudeste do Brasil, no vale do Rio Doce, mais precisamente na região Centro Nordeste de Minas Gerais. A feira livre já é um evento consolidado no município e acontece todos os sábados, mais precisamente na Rua Benedito Valadares, nº 40.

Figura 1- Espaço da feira livre no município de São João Evangelista.



Fonte: Autor

O levantamento das informações que compuseram essa pesquisa foi realizado, por meio de entrevistas diretas. Aplicaram-se questionários semiestruturados e padronizados contendo questões fechadas e questões abertas aos feirantes e consumidores da feira livre.

O questionário aplicado aos feirantes abordou questões referentes a caracterização do mesmo, (gênero, faixa etária, escolaridade, local de residência), tamanho e características da propriedade (área produtiva disponível, sistema de produção adotado), e aspectos relacionados a feira tais quais, tempo e frequência de participação e sua visão sobre o funcionamento da mesma.

Realizaram-se concomitantemente entrevistas com consumidores. Foi realizada o maior número de entrevistas possíveis, porém não consiste na totalidade de consumidores que frequentaram a feira na determinada ocasião. Não se buscou proporcionalidade na quantidade de questionários aplicados tendo em vista ser desconhecido ou impreciso o número médio de pessoas que frequentam a feira no município estudado. A abordagem dos entrevistados foi feita de forma individual e aleatória, aos sábados, no horário de 07 às 09h. Abordaram-se questões referentes a caracterização do consumidor, (gênero, faixa etária, escolaridade), frequência de participação na feira, valor gasto semanalmente, e sua percepção sobre o funcionamento da mesma.

## **5.2. ELABORAÇÃO E DISCUSSÃO DE QUESTÕES LEVANTADAS NAS PESQUISAS**

Foram realizadas reuniões com o professor orientador para elaboração dos questionários a serem aplicados aos feirantes e consumidores.

Os questionários foram elaborados com questões abertas, fechadas e semiabertas. Estas foram utilizadas para melhor ajuizar a confiança entre feirante, consumidores e o pesquisador.

A construção de um bom questionário depende não só do conhecimento de técnicas, mas principalmente da experiência do pesquisador e, seguir um método de elaboração é essencial, pois identifica as etapas básicas envolvidas na construção de um instrumento eficaz (CHAGAS, 2000).

Os questionários, ANEXO I e ANEXO II, apresentou a estrutura de caráter quantitativo e qualitativo, contendo 29 perguntas (questionário aplicado ao feirante) e 08 perguntas (questionário aplicado ao consumidor) ambas com variáveis dicotômicas, para levantamento de informações gerais quanto à percepção dos feirantes e consumidores acerca de aspectos sociais e econômicos, possibilitando um maior conhecimento sobre o comércio local.

## **5.3. PROCESSAMENTO DOS DADOS**

A pesquisa desenvolvida é do tipo descritiva onde fatos foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados com uso de técnicas

padronizadas de coleta de dados com questionário e observação sistemática (CHAGAS, 2000).

Os dados foram tabulados por meio do software Excel ® versão 2013 e posteriormente, foi realizado processamento das informações, montagens de gráficos para melhor demonstrar os resultados encontrados.

## **6.RESULTADOS E DISCUSSÃO**

As entrevistas foram realizadas no mês de novembro de 2019, com um total de 43 entrevistados, destes 13 eram feirantes e os demais 30 consumidores.

Ambas as entrevistas foram feitas in loco, durante visitas a feira livre. Os questionários foram respondidos pelos próprios feirantes e consumidores. As discussões foram realizadas levando-se em consideração as respostas contidas nos questionários.

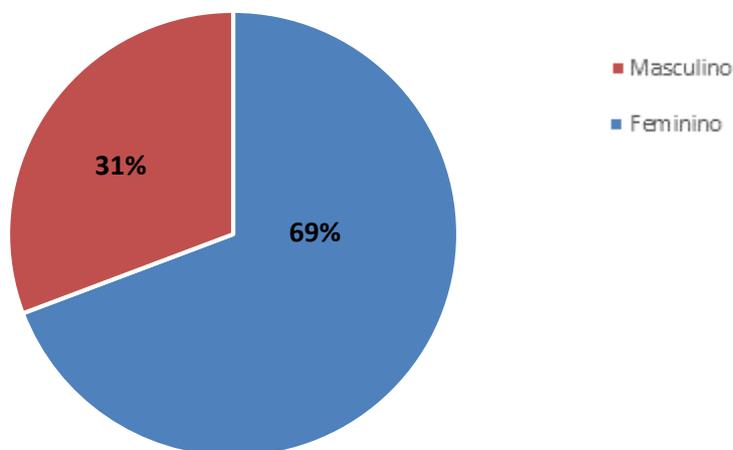
### **6.1. FEIRANTES**

Para facilitar a compreensão dos dados, a análise dos dados referentes aos feirantes foi realizada em categorias: o item 6.1.1 discute a caracterização do feirante em termos de idade, gênero, local de residência, escolaridade; o 6.1.2 refere-se a caracterização tamanho e exploração da propriedade; o 6.1.3 refere-se ao sistema de produção; e por último o 6.1.4 que aborda aspectos relacionados à feira tais quais os produtos vendidos, tempo de participação na mesma.

#### **6.1.1. CARACTERIZAÇÃO DO FEIRANTE**

Analisando as respostas do questionário aplicado aos feirantes, pode-se inferir que em relação ao gênero foi verificado que 69% dos feirantes entrevistados são do gênero feminino enquanto que 31% do gênero masculino (figura 2). Ocorre de maneira geral uma variação na frequência de feirantes homens e mulheres, indicando que a responsabilidade da venda na feira dentro da família, não é apenas de uma pessoa, podendo variar conforme a necessidade.

Figura 2- Frequência relativa (%) de feirantes, em função do gênero.



Fonte: Autor

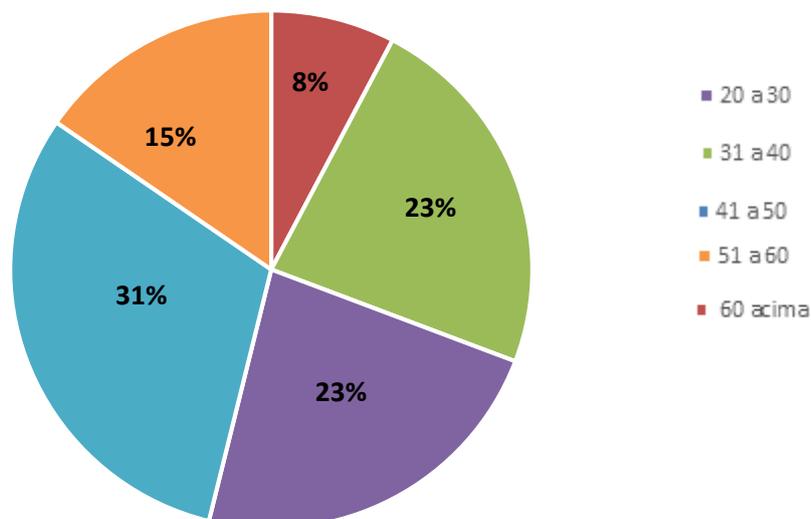
A pesquisa indicou que 100% dos entrevistados residem na zona rural, mostrando que o local de residência do feirante está ligado diretamente ao exercício das suas atividades.

De acordo com dados levantados junto à população estudada (figura 3) foi constatado que 23% dos entrevistados possuem idade inferior a 30 anos, 23% com idade entre 31 a 40 anos, 31% dos feirantes têm idade entre 41 a 50 anos, 15% com idade entre 51 a 60 anos, e os demais 8% com idade superior a 60 anos.

A maior proporção de feirantes com a faixa etária entre 41 e 50 anos pode estar ligada a não qualificação profissional, onde esses não conseguiram ingressar no mercado de trabalho devido à alta concorrência ou o baixo grau de escolaridade.

Uns dos possíveis motivos que fazem de o público jovem ter minoria da participação na feira do município é o desinteresse pelo campo, falta de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo rural, processo migratório campo-cidade.

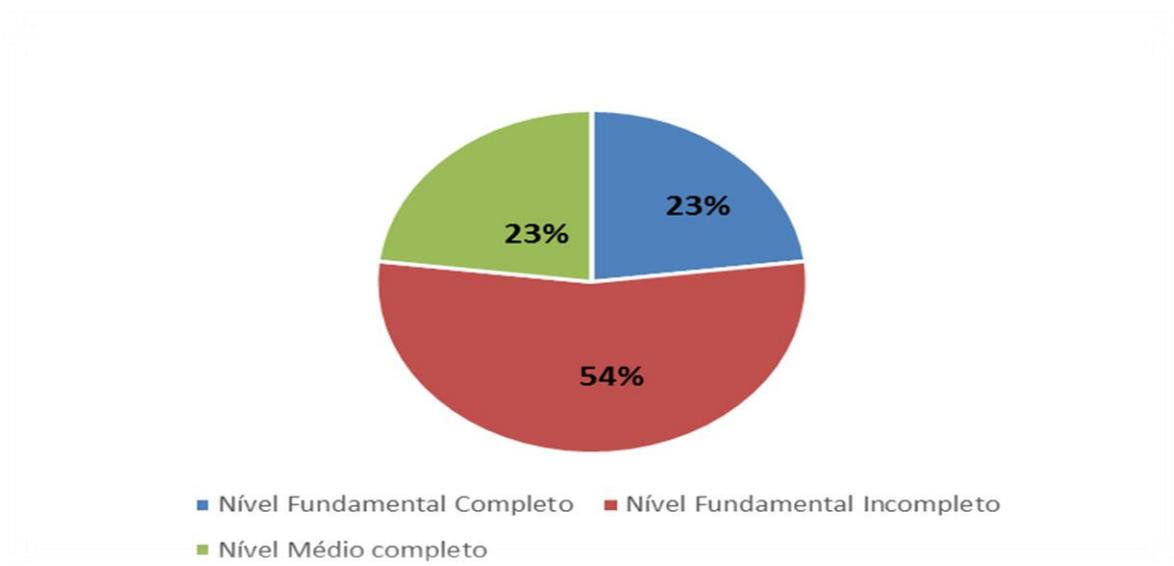
Figura 3- Frequência relativa (%) de feirantes, em função da faixa etária.



Fonte: Autor

Por ser uma atividade praticada há décadas no município e sendo passada de geração a geração até o presente, o nível de escolaridade dos feirantes foi afetado. Destes, 54% possuem o nível fundamental incompleto. Na (Figura 4) observamos que embora exista porcentagem significativa de feirantes com baixo nível de estudo, 23% possuem nível fundamental completo e os demais 23% com nível médio completo.

Figura 4- Frequência relativa (%) de feirantes, em função do nível de escolaridade.



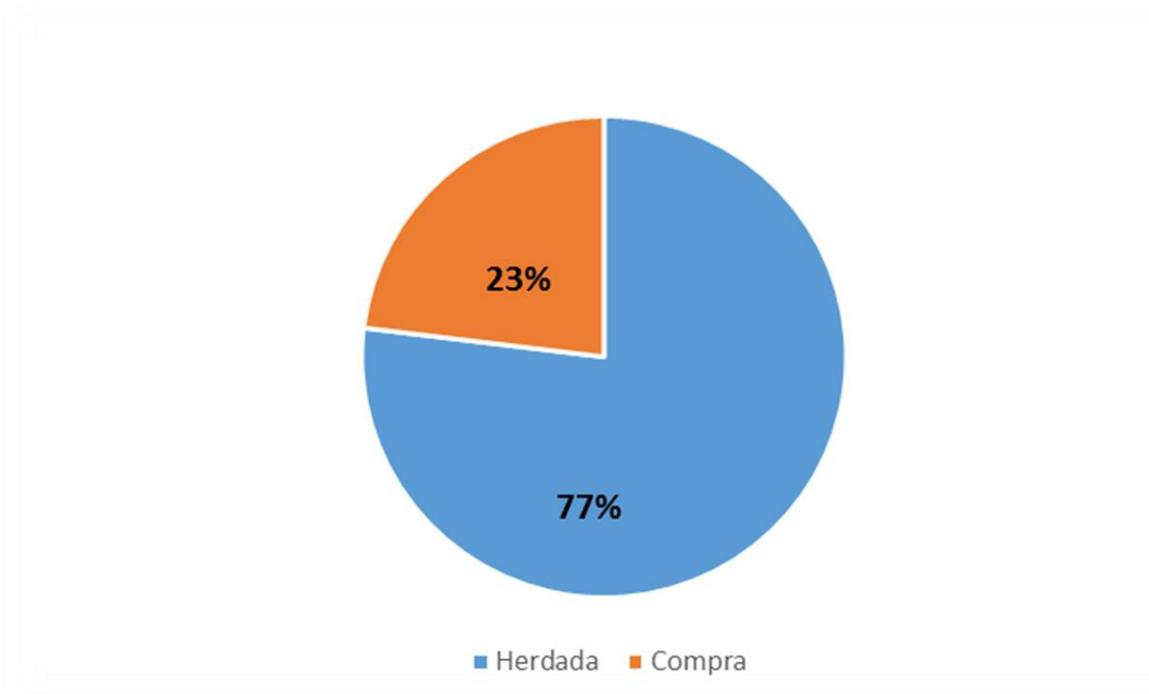
Fonte: Autor

### 6.1.2. TAMANHO E EXPLORAÇÃO DA PROPRIEDADE

Dos 13 questionários aplicados junto aos agricultores familiares que participam da Feira livre, 100% deste são donos da propriedade onde se faz o cultivo dos produtos hortifrúti comercializados. Segundo Ribeiro (2007), a posse da terra é um fator relevante para o produtor, pois gera motivação para investimentos em benfeitorias e expansão das atividades agrícolas.

Em sua grande maioria essas propriedades foram herdadas 77% e as demais 23% adquiridas através de compra (figura 5).

Figura 5- Frequência relativa (%) de feirantes, em função da forma de obtenção da propriedade rural.

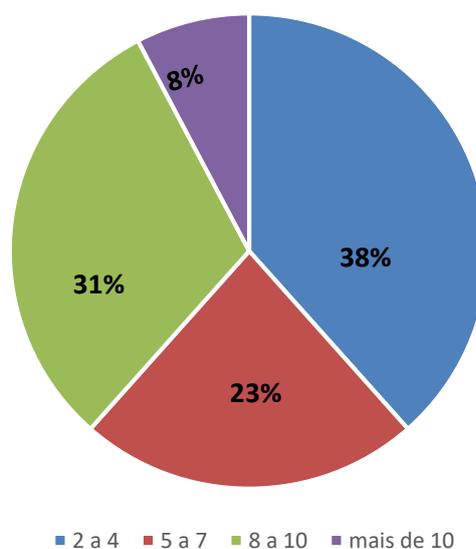


Fonte: Autor

Na (figura 6), observa-se o tamanho das propriedades estes apresentaram, na grande maioria de 2 a 4 hectares 38%, porém há grandes variações entre as maiores, com 5 a 7 ha 23%, 8 a 10 ha 31% e as maiores com mais de 10 ha 8%.

De acordo com a lei federal 8629/93, são pequenas propriedades aquelas que possuem entre um e quatro módulos fiscais. No município de São João Evangelista, o módulo fiscal é de 24 ha (INCRA, 2011). Na maioria dos casos as propriedades não ultrapassam 10 ha, apresentando dimensões inferiores a um módulo fiscal caracterizando-se como pequena propriedade.

Figura 6- Tamanho da propriedade em hectares



Fonte: Autor

### 6.1.3. SISTEMA DE PRODUÇÃO

As feiras são mercados ambulantes onde pode ocorrer a comercialização tanto de mercadorias produzidas pelos próprios feirantes como pode haver a terceirização, que constitui na compra do produto de uma pessoa ou empresa e a comercialização na feira. Neste sentido, 100% dos entrevistados que comercializam na feira livre afirmaram que todos os produtos que trazem para vender são de origem própria, não havendo revenda de produtos de terceiros. Os produtos ofertados nas feiras livres são objetos do trabalho e do cuidado das famílias que os vendem. A comercialização desses produtos é feita pelo próprio proprietário, que busca melhorar sua lucratividade através da eliminação de intermediários, vendendo seus produtos diretamente ao consumidor final.

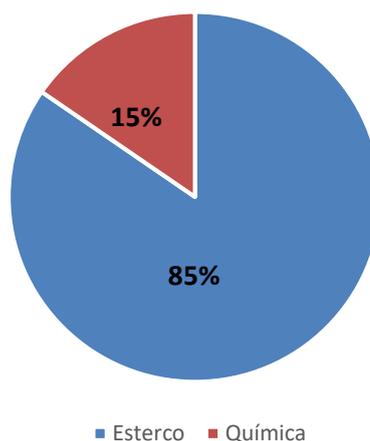
Todos os feirantes/produtores entrevistados relataram não terem dificuldade de acesso a água. A região é um ambiente em que há muitos córregos, veredas, e rios, de onde os produtores retiram a água e conseguem manter a produção ao longo do ano. Pode-se inferir que a produção de hortaliças, frutas e legumes ocorre porque contam com alguma fonte de água que possibilite a atividade.

Em relação a contratação de funcionários fixos ou temporários, nenhum dos feirantes/produtores possui funcionários para o auxílio da produção dos produtos comercializados na feira, sendo que as propriedades contam com o apoio da família,

para realizar esses cultivos. Isso ocorre devido ao fato das áreas de cultivo serem pequenas, e os produtores fazerem parte da agricultura familiar, usando como mão de obra, o próprio núcleo familiar.

A (figura 7), evidência os insumos utilizados na adubação dos produtos hortifrúteis comercializados na feira. A maior parte dos entrevistados utiliza adubação predominantemente orgânica. Há a predominância da utilização do esterco bovino em todas as localidades sendo que 85% produtores/feirantes utilizam exclusivamente essa fonte. Dentre os entrevistados pesquisados, em apenas 15% dos casos em que se constatou uso de fertilizantes químicos, no caso N-P-K.

Figura 7- Frequência relativa (%) de feirantes\produtor, em função fontes de adubo utilizado

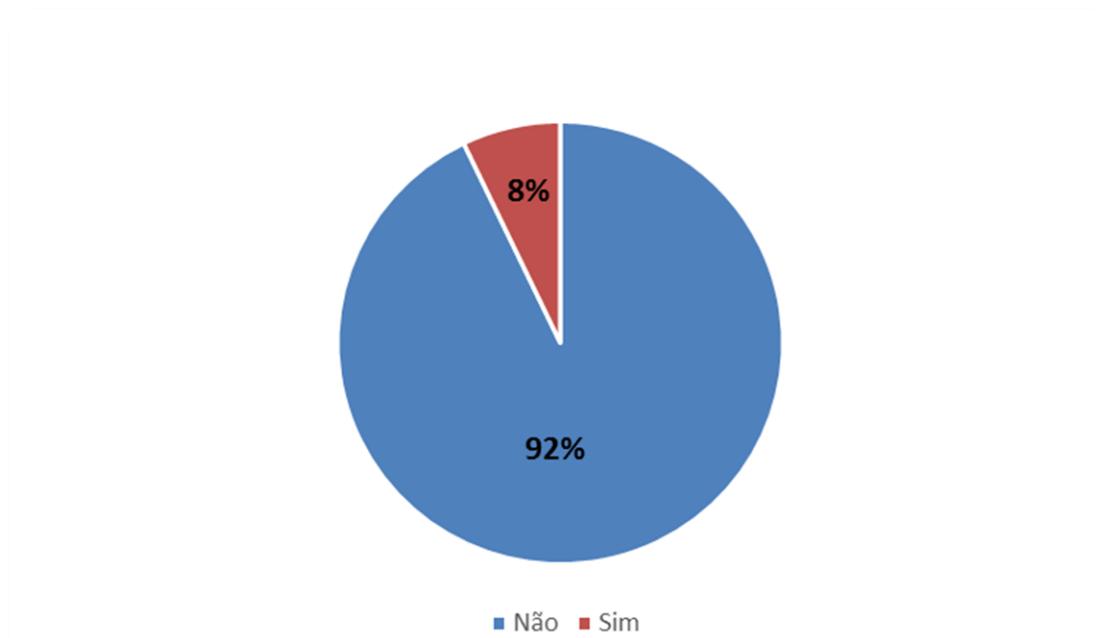


Fonte: Autor

Já em relação à utilização de defensivos agrícolas durante a produção dos produtos comercializados na feira. De acordo com os dados coletados, (figura 8) apenas um dos entrevistados utiliza essas substâncias só quando necessário, e os demais dizem que não utiliza nenhum tipo de defensivos agrícolas.

O produto citado pelo produtor/feirante foi DIPEL®, que é um Inseticida biológico na forma de Suspensão Concentrada de *Bacillus thuringiensis*. É ativo principalmente contra lagarta Curuquerê da couve (*Ascia monuste orseis*) e a Traça do tomateiro (*Tuta absoluta*).

Figura 8-Frequência relativa (%) de feirantes/produtor, em função do uso de produtos para controle de pragas e doenças

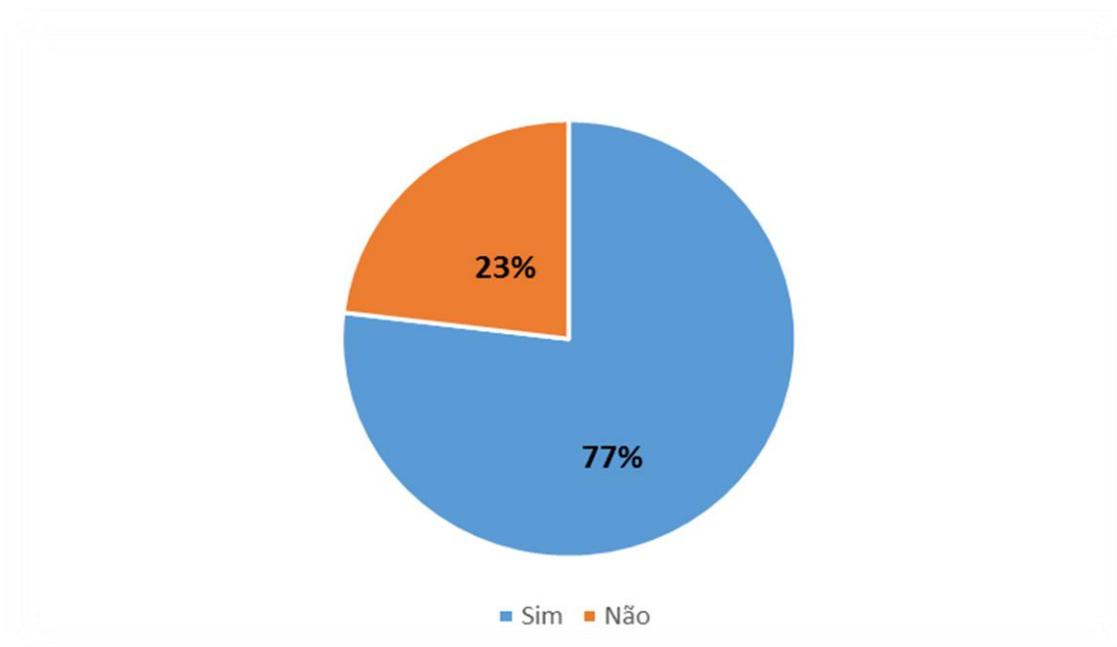


Fonte: Autor

Quanto à assistência técnica fornecida pelo estado e município nas atividades desenvolvidas pelos feirantes, apenas 23% destes recebem algum tipo de assistência técnica em suas propriedades rurais, essa advinda, principalmente por técnicos da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) (figura 9).

Cabe aos organizadores da feira estabelecer o contato entre os produtores e os órgãos promotores de assistência técnica. Brandão (2012) no estudo realizado sobre a produção e comercialização de hortaliças em Januária, constatou que a falta de assistência técnica nas feiras era um dos principais problemas, dando origem à produção e comercialização inadequada de hortaliças na região.

Figura 9-Frequência relativa (%) de feirantes/produtor, em função da ocorrência de assistência técnica em sua propriedade

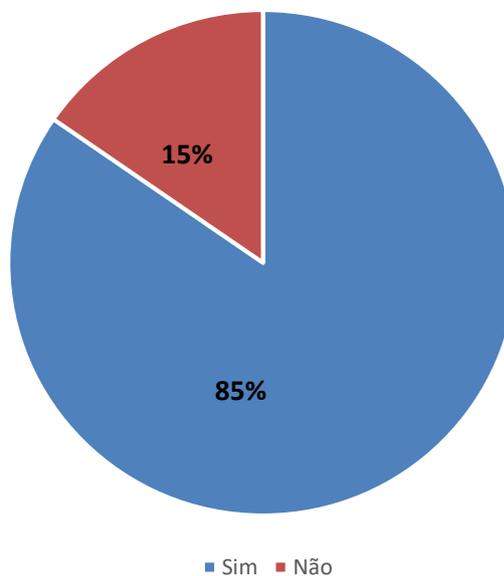


Fonte: Autor

#### 6.1.4. ASPECTOS RELACIONADOS À FEIRA

Dos 13 entrevistados, 85% afirmam que a produção e venda de hortaliças é sua principal fonte de renda (figura 10), esses são, principalmente, agricultores familiares. Dada à relevância dos resultados, a feira vem sendo uma importante atividade comercial indispensável, pois é nela que os feirantes têm a oportunidade de escoar a sua produção, ocasionando a geração de renda para suas famílias.

Figura 10-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da fonte de renda obtida na feira.

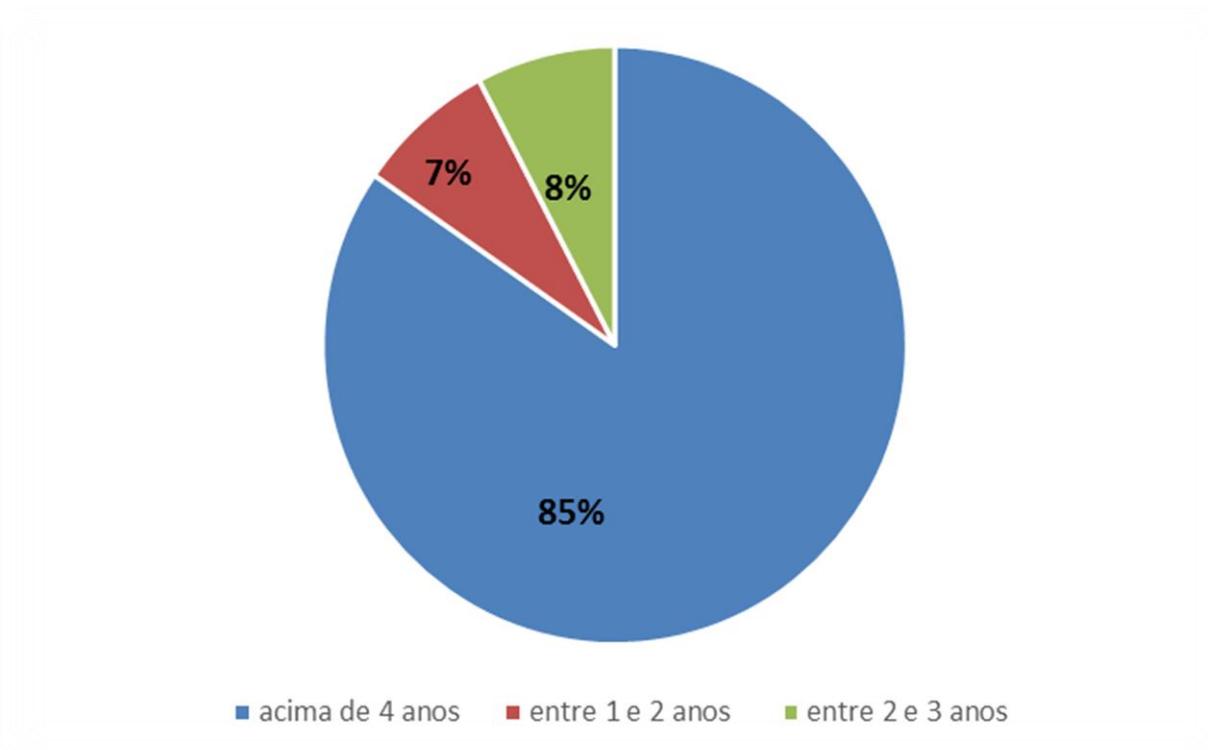


Fonte: Autor

Em relação a participação na feira livre todos os entrevistados participam regularmente da mesma. Os feirantes apresentaram um período médio de experiência nas feiras livres (figura 11). A maior parte dos entrevistados 85% possui mais de 4 anos de participação na feira do município. Porém uma taxa considerável 15% dos feirantes tem um menor tempo de participação na feira livre período compreendido entre 1 a 3 anos.

Estas duas realidades demonstram que a feira é, ao mesmo tempo, o espaço dos chamados “feirantes de ofício”, isto é, de pessoas que sempre a tiveram como principal meio de sobrevivência, onde muitos deles iniciaram o trabalho juntamente com outros familiares (pais, tios, avós) e onde vêm permanecendo; e ressaltando que é expressiva nesse município as frequências de feirantes com pouco tempo de participação nesse tipo de evento, indicando que a feira livre está despertando interesse de novos agricultores em busca de complementação da renda familiar ou ainda encontram nessa atividade uma forma de fugir da situação de precariedade do emprego no chamado “setor formal da economia”.

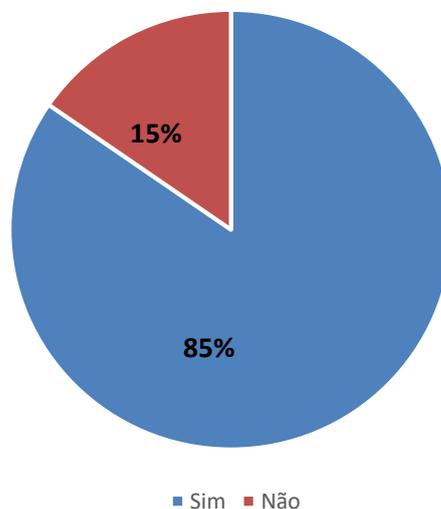
Figura 11-Frequência relativa (%) de feirantes, em função do tempo de participação na feira



Fonte: Autor

Outro aspecto relevante foi sobre a posse de algum registro que permita os produtores comercializar seus produtos na feira. Não existe um documento ou registro que identifique os produtores como comerciantes no local. Também não existem condições mínimas, impostas pelos organizadores, para que se torne um vendedor na feira. Os documentos relatados pelos 15% dos entrevistados estão relacionados à regularização da propriedade e não a atividade de feirante (Figura 12).

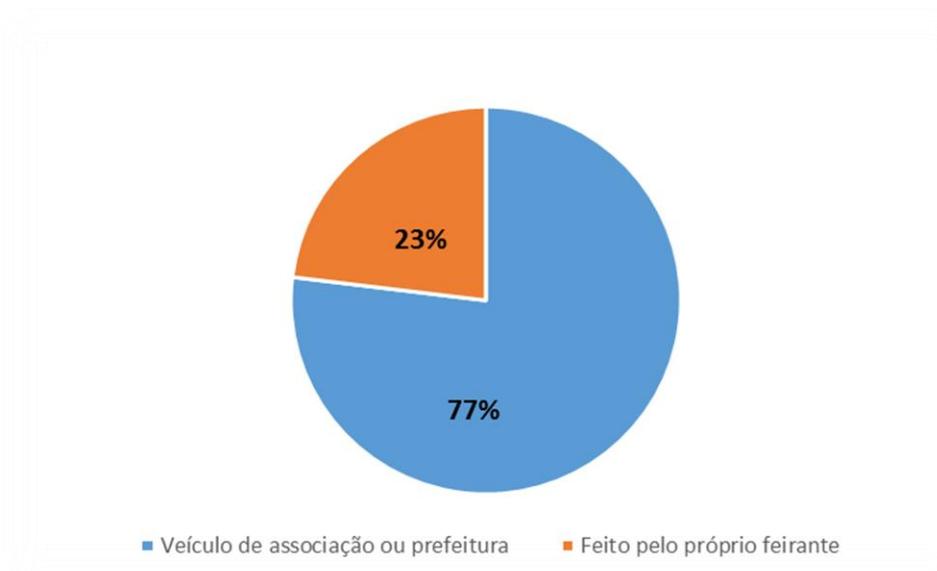
Figura 12-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da obtenção de registro para comercialização de produtos na feira



Fonte: Autor

Uma outra questão levantada na pesquisa refere-se às formas como os feirantes deslocam suas mercadorias desde o seu local de residência até à feira. A prefeitura realiza o transporte da maioria 77% dos produtores e seus produtos utilizando o mesmo ônibus do transporte escolar, o que pode implicar em uma via de estragos e contaminação dos alimentos devido o transporte inadequado. Os produtores que não utilizam o transporte da prefeitura chegam à feira em carros próprios estando incluídos nesse tipo de condução os carros fechados de 2 ou 4 portas, e as caminhonetes “tipo pick-up” (Figura 13).

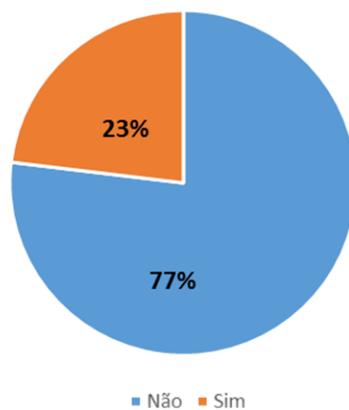
Figura 13-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da forma de transporte de mercadoria até a feira



Fonte: Autor

A inexistência de sindicatos ou associações rurais foi mencionada por mais da metade dos feirantes (77%), conseqüentemente, estes sentem falta de algum tipo de associação como forma de representá-los. E os demais 23% enfatizaram que há presença dessa e crucial para o escoamento da produção para outros meios além da feira livre, como supermercados, escolas e hospitais (figura 14).

Figura 14-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da participação em associações ou sindicatos

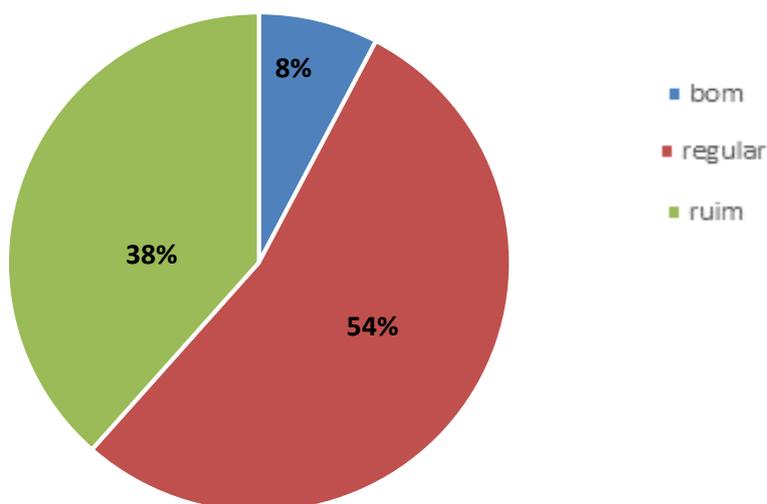


Fonte: Autor

Verifica-se que todos os feirantes apresentam sobras ao final da feira. Apesar de não escoar a totalidade dos produtos, verificou-se que os feirantes criam estratégias a fim de evitar o descarte final do produto, dando-lhe fins distintos. O principal destino das sobras é o retorno dessas para a propriedade do feirante onde as mesmas são utilizadas na alimentação animal, como também a doação para pessoas menos afortunadas, hospitais e escolas. Conforme Coêlho (2009), dar para pessoas necessitadas e/ou para animais ou instituições públicas e de caridade são destinos relacionados aos feirantes de hortifrútis em geral.

Analisando as respostas do questionário aplicado na Feira dos Produtores Rurais, que visou levantar, principalmente, informações voltadas para o modelo da organização atual da feira, pode-se inferir que 92% dos entrevistados acham regular ou ruim o local de comercialização dos hortifrútis na feira (figura 15).

Figura 15-Frequência relativa (%) de feirantes, em função da avaliação organizacional da feira



Fonte: Autor

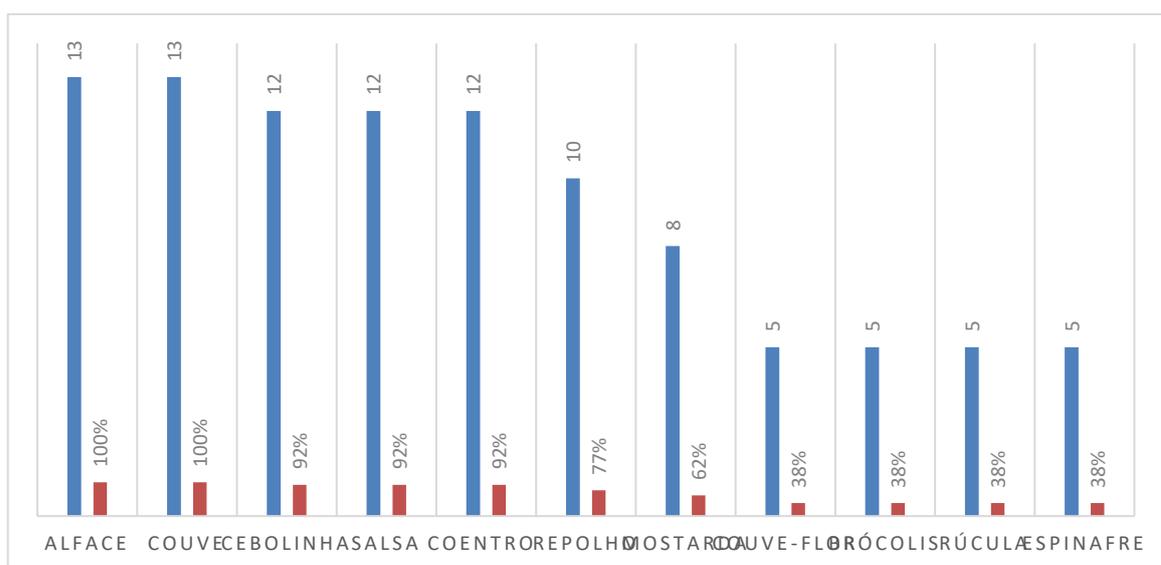
Desta forma, os feirantes consideram que a forma de comercialização adotada atualmente na feira precisa de adequações, e dentre essas adequações, as mencionadas pelos mesmos são em relação a organização e localização do espaço físico da feira, infraestrutura (barracas, e estacionamentos).

Também foi enfatizada pelos feirantes a falta de apoio do poder público municipal nas atividades associadas à feira (divulgação, organização, segurança e fiscalização), visto que é de competência da prefeitura municipal e cabe a ela, a

organização e a manutenção da estrutura para a realização e funcionamento da mesma.

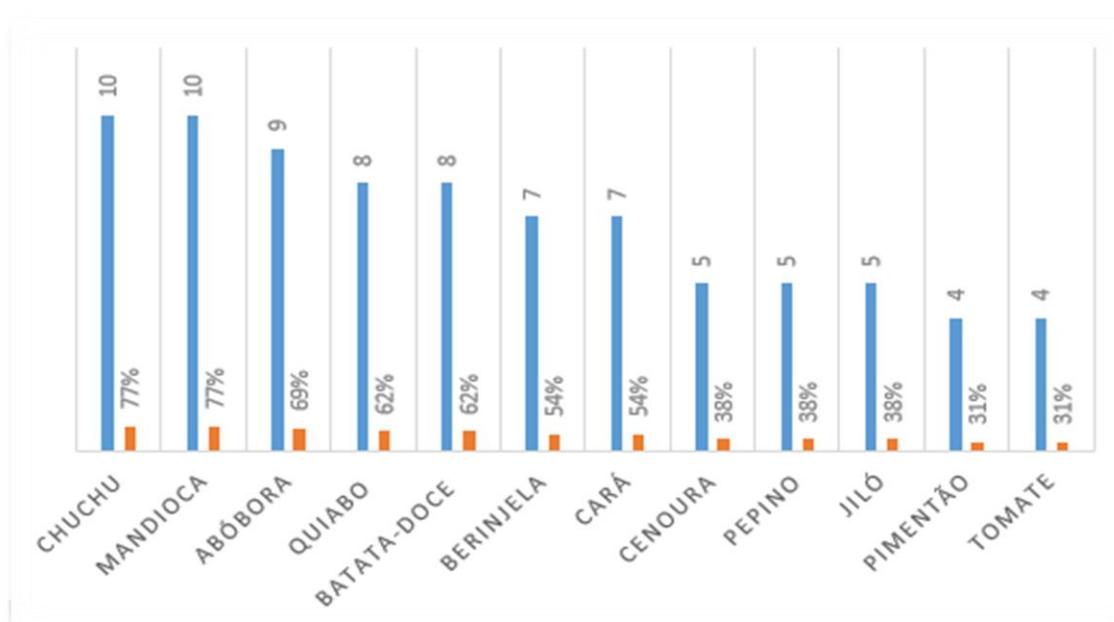
Em relação aos produtos hortifrúteis comercializados na feira livre a diversidade de espécies encontradas é alta (Figura 16, 17, 18). Para todos os produtores avaliados a hortaliça que se destacou como a mais produzida e comercializada foi a alface (*Lactuca sativa*) e couve (*Brassica oleracea*).

Figura 16-Frequência relativa (%) de hortifrúteis (verduras), comercializadas na feira livre



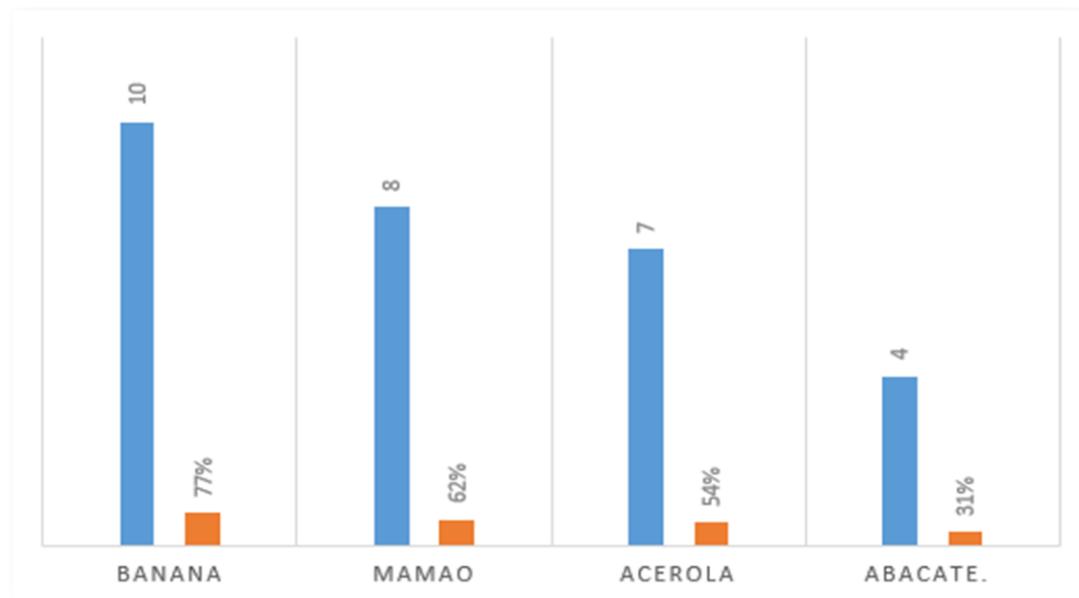
Fonte: autor

Figura 17-Frequência relativa (%) de hortifrúteis (legumes), comercializadas na feira livre



Fonte: Autor

Figura 18-Frequência relativa (%) de frutas, comercializadas na feira livre



Fonte: Autor

É possível notar que, a maioria dos feirantes, trabalha com os mesmos tipos de produtos. Tal fato pode impor limitações na comercialização, gerando competição na feira livre. Pode promover o excesso de oferta, acarretando assim a queda dos preços e explica o motivo da grande quantidade de sombras ao fim da feira. Desse modo os feirantes poderiam diversificar um pouco mais os seus produtos hortícolas e investir, principalmente na qualidade. Na maior parte das vezes, os produtos comercializados nas feiras livres dessa região, são alimentos produzidos de modo natural, ou seja, é um produto livre de produtos químicos, sendo um diferencial importante.

## 6.2. CONSUMIDORES

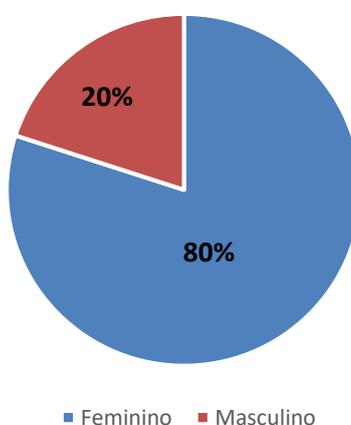
Do mesmo modo, a análise dos dados da população foi dividida em: perfil dos entrevistados, preferências do público e características da feira.

### 6.2.1. CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES

De acordo com o diagnóstico e análise dos 30 questionários aplicados aos consumidores que frequentaram a feira livre no período da realização do trabalho pode se inferir que em relação ao gênero foi verificado que 80% dos consumidores entrevistados são do gênero feminino enquanto que 20% são do gênero masculino

(figura 19). Este resultado demonstra que há uma predominância das mulheres na feira livre local, evidenciando que elas são as principais responsáveis pela tomada de decisão de compra, além de se demonstrarem mais atenciosas aos detalhes no momento da escolha dos produtos. Andreuccetti et al. (2005) relataram que as mulheres ainda são as principais responsáveis pela compra de alimentos de sua família, ratificando nossos resultados.

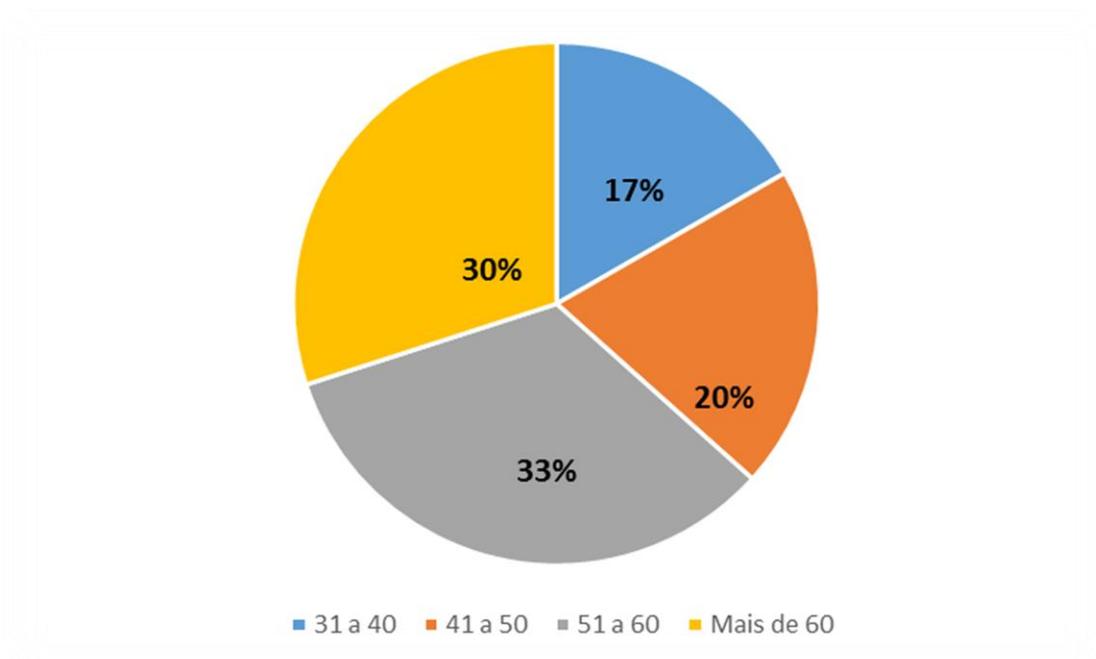
Figura 19-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do gênero.



Fonte: Autor

De acordo com dados levantados junto à população estudada (figura 20) foi constatado que 33% dos consumidores têm idade entre 51 a 60 anos, 30% com idade superior a 60 anos, 20% com idade compreendida entre 41 a 50 anos, e 17% com idade inferior entre 31 a 40 anos. A feira além do espaço de comercialização é um espaço de socialização e identidade regional fazendo com que seja mais atrativa de certa forma a população idosa, pessoas nessa faixa de idade tendem a valorizar mais a alimentação saudável, com maior participação de hortaliças frutas e legumes na dieta, fazendo com que esses consumidores frequentem, com maior intensidade, as feiras livres, até mesmo como forma de distração.

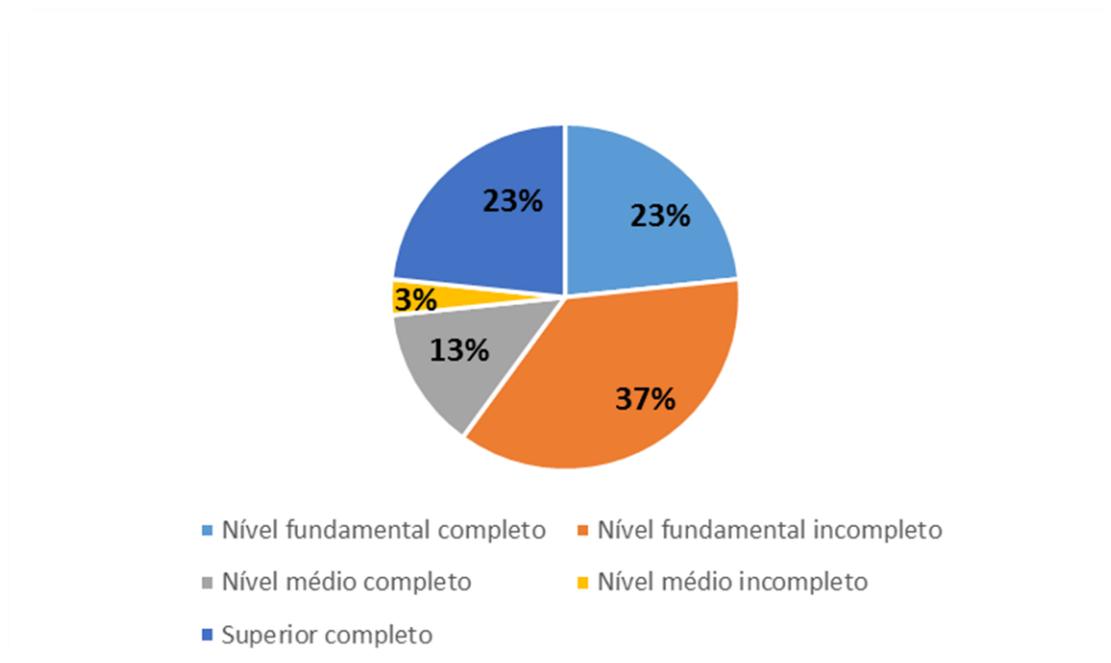
Figura 20-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da faixa etária.



Fonte: Autor

Em relação ao nível de escolaridade dos consumidores, destes, 37% possuem o nível fundamental incompleto, 23% possuem nível fundamental completo, assim 23% que possuem o nível (ensino) superior completo, 13% tem nível médio completo e 3% nível médio incompleto. Por ser população mais idosa, há um percentual bastante elevado de pessoas que não frequentaram ou não concluíram os estudos (figura 21).

Figura 21-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da escolaridade

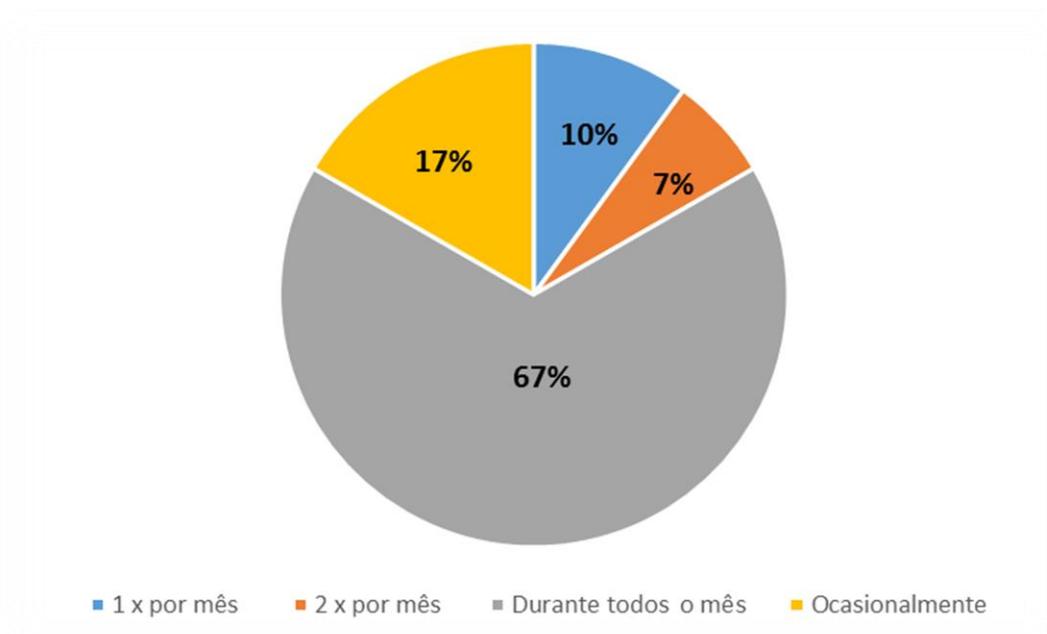


Fonte: Autor

### 6.2.2. APESCTOS RELACIONADOS ÀS COMPRAS

Os resultados referentes à frequência de ida a feira, evidenciaram que a maior parte dos consumidores 67% costuma ir à feira toda semana. Como os hortifrútis são produtos perecíveis, é natural que as compras sejam realizadas mais vezes durante o mês, justificando a maior porcentagem de consumidores que frequentam a feira semanalmente (figura 22).

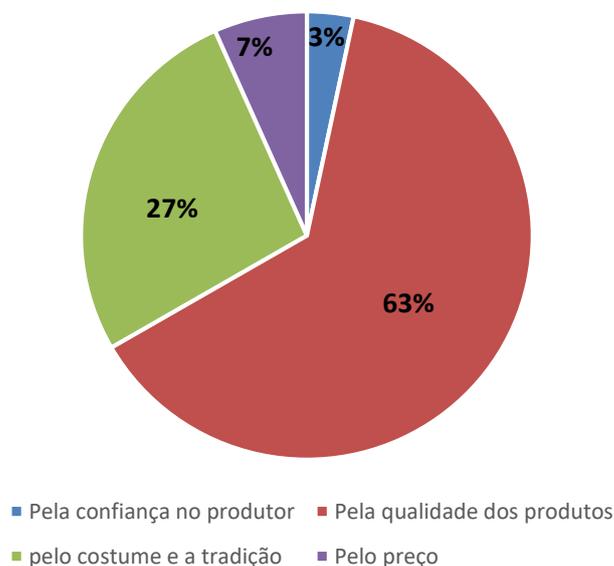
Figura 22-Frequência relativa (%) dos consumidores, em função da frequência a feira livre



Fonte: Autor

Em relação ao motivo pelo qual os consumidores frequentam a feira, foi apontando que em sua grande maioria 63% frequenta a mesma pela qualidade dos produtos ali vendidos. Evidenciado a importância dos produtos e a sua forma de produção essa de forma convencional ou seguindo os preceitos agroecológicos, confirmando tendência mundial quanto a busca de consumir produtos sem agrotóxicos, principalmente produtos consumidos in natura, como é o caso dos hortifrúteis em geral. Outros motivos apresentados pelos consumidores foram: Pelo preço 7%, pela confiança no produtor 3%, e pelo costume e a tradição de fazer compras de frutas, verduras e hortaliças na feira livre 27%, (figura 23).

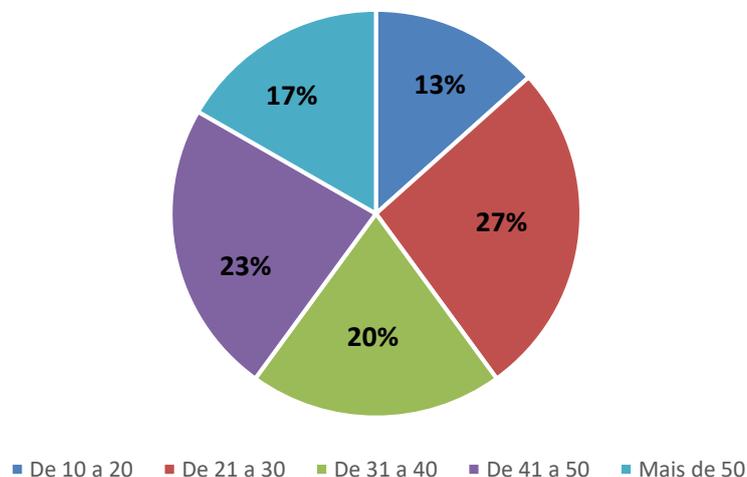
Figura 23- Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do principal motivo que o leva a frequentar a feira livre



Fonte: Autor

Em relação ao valor gasto em cada visita a feira (figura 24) a maioria dos entrevistados (27%) afirmou dispensar de R\$21 a 30,00 por compra de hortifrúti, e 23% deles gastam de R\$ 41 a 50,00, 20% gastam de R\$ 31 a 40,00, 13% gastam R\$ 10 a 20,00 enquanto 17% gastam valores superiores a R\$ 50,00 a cada compra. Este resultado demonstra que grande parte dos consumidores está disposta a pagar um valor médio de até 30,00 por compra, evidenciando consumo significativo de frutas e hortaliças pela população, visto que a maioria afirmou ir à feira semanalmente.

Figura 24 - Frequência relativa (%) dos consumidores, em função do valor gasto a cada visita na feira.

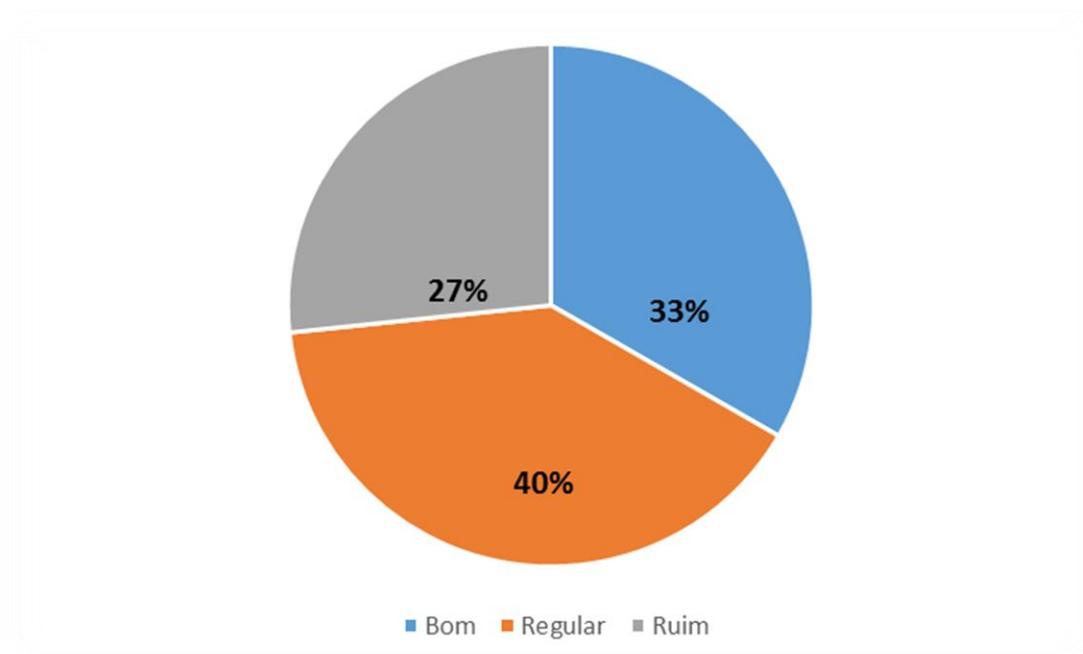


Fonte: Autor

Visto que um dos objetivos do estudo é conhecer a opinião das pessoas acerca de alguns aspectos da feira, os consumidores foram questionados sobre a percepção para o modelo da organização atual da feira, (figura 25) a grande maioria 40% dos entrevistados acham regular, enquanto 33% consideram o modelo organizacional da mesma como boa, já 27% considera o modelo da atual organização da feira como ruim.

Quanto às críticas sobre a feira-livre estes responderam que a falta de infraestrutura (barracas) para condicionar e apresentar os produtos dos agricultores na hora de vender, preço exagerado de alguns produtos se comparados a outros setores (sacolões e supermercados) onde os mesmos são vendidos, são fatores que contribuem negativamente à continuidade da atividade da Feira Livre.

Figura 25-Frequência relativa (%) dos consumidores em função da avaliação organizacional da feira



Fonte: Autor

## 7. CONCLUSÃO

Dada à relevância dos resultados apresentados, a feira vem sendo uma importante atividade comercial indispensável para qualquer município, pois é nela que os feirantes têm a oportunidade de escoar sua produção, ocasionando a geração de renda para suas famílias e os consumidores de adquirirem produtos frescos e saudáveis.

Dos 13 feirantes entrevistados, pode concluir que a maioria dos feirantes são do sexo feminino tem entre 41-50 anos e produzem todos os hortifrúteis que comercializam na feira, evidencia-se que esse grupo apresenta limitações no tocante à formação escolar. Boa parte dos feirantes acha como regular a forma como a feira vem sendo organizada atualmente, dentre as principais reclamações da classe, as falhas estruturais (alocações inadequadas de barracas e produtos), foram as mais citadas.

Pelas observações da pesquisa, constatou-se que a maior participação dos consumidores que fazem compras na feira é do gênero feminino, com idade entre 51

a 60 anos, que costuma frequentar a feira toda a semana, dado pela motivação da qualidade dos produtos ali ofertados, e que gastam em média de 21 a 30 reais em cada visita. Em relação a satisfação do público sobre os aspectos essenciais da feira a grande maioria considera o mesmo como regular, quanto às críticas sobre a feira-livre estes responderam que a falta de infraestrutura (barracas) para condicionar e apresentar os produtos dos agricultores na hora de vender, preço exagerado de alguns produtos se comparados a outros setores (sacolões e supermercados) onde os mesmos são vendidos, são fatores que contribuem negativamente à continuidade da atividade da Feira Livre.

Os dados obtidos pela pesquisa além de caracterizar e gerar uma discussão sobre o perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores, podem ser utilizados pelas esferas do poder público com intuito de promover intervenções necessárias no que diz respeito à estrutura das feiras, divulgação, incentivos fiscais, criação de cooperativas e associações, registro e aumento de feirantes entre outros.

Assim, espera-se que os resultados possam ser utilizados para nortear políticas públicas de desenvolvimento da agricultura familiar na região, direcionando investimentos principalmente quanto à infraestrutura tanto do setor produtivo quanto do espaço de comercialização.

## 8.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREUCCETTI, C.; FERREIRA, M. D.; TAVARES, M. **Perfil dos compradores de tomate de mesa em supermercados da região de Campinas.** Horticultura Brasileira, v. 23, p. 148-153, 2005.

ANJOS, F. S.; GODOY, W. I.; CALDAS, N. V. **As feiras livres, de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências.** Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, p. 195, 2005.

ARGANDONA, E. J. S; CHUBA, C. A. M. **Avaliação do perfil dos feirantes de Dourados-MS na comercialização de produtos alimentícios.** 8º Encontro de Ensino Pesquisa e Extensão.2014.

AZEVEDO, P. F.; FAULIN, E. J. **Comercialização na agricultura familiar.** In: SOUZA FILHO, H. M.; BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão integrada da agricultura familiar.** São Carlos: EDUFSCAR, 2005. p. 229-250.

AZEVEDO, Rosimair Mendes de; ALVES, Carlos Antonio Belarmino. **Feira Livre de Guarabira e o trabalho informal dos carroceiros: um breve estudo.** In: Belarmino Mariano Neto, Luciene Vieira de Arruda (Orgs.). **Geografia e Território: planejamento urbano, rural e ambiental.** João Pessoa: Ideia, 2010. cap. 1.10. p. 141-152

BANDEIRA, A et al. Emater: **Balanco Social 2009/10.** Paraná: EMATER, 2010.

BOECHAT, P. T. V.; SANTOS, J. L. **Feira livre: dinâmicas espaciais e relações identitárias.** Universidade Estadual da Bahia - Campus V, 2009. Disponível em:<<http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/2p.pdf>>. Acesso em: 05 de out 2019.

BRANDÃO, A. de. A.; **Produção e comercialização de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária.**2012. 92f. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias) Universidade Federal de Minas Gerais. Montes Claros, MG, 2012. [Orientador: Prof. Cândido Alves da Costa]

BRASIL. **Lei Nº 11.326 de 24 de Julho de 2006.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm)>. Acesso em 18 de out. de 2019.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome. **PAA 5 anos: balanço e perspectivas.** Brasília, DF, 2009. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/sites/seminario-paa-balanco-e-perspectivas>>. Acesso em: 10 out. 2019.

BUAINAIN, A. M.; em colaboração com SOUZA FILHO, H. M. de. **Agricultura familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável: Questões para Debate.** 1 ed. Brasília: IICA, 2006.

CARDOSO, Maria Francisca Thereza C. Feira de Caruaru. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil.** 10.

ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975.

CERDEÑO, V.J.M. **Hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas – Resultados del Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.** Rev Distribución y Consumo, n.88, p.5-28, 2006. Disponível em: [http://www.mercasa.es/nueva/revista/08\\_dyc\\_88.php](http://www.mercasa.es/nueva/revista/08_dyc_88.php). Acesso em: 19 set. 2019.

CHAGAS, A. T. R. **O questionário na pesquisa científica.** Administração online, v. 1, n. 1, 2000. Disponível em: <[www.fecap.br/adm\\_online/art11/anival.htm](http://www.fecap.br/adm_online/art11/anival.htm) Acessado em: 10 out 2019.

COELHO, J. D. **Feiras livres de Cascavel e de Ocara: caracterização, análise da renda e das formas de governança dos feirantes.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2009. 160 p.

COSTA, Andréia Ferreira; CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **A Inserção da Feira-Livre no espaço urbano de Uberaba-MG.** In: II Simpósio Regional de Geografia “Perspectivas para o Cerrado no século XXI”. Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Geografia 26 a 29 de novembro de 2003. Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br/2srg/5/5-73B.pdf>> Acesso em: 22 de set.2019.

COUTINHO, Edilma Pinto et al. **Feiras Livres do Brejo Paraibano: crises e perspectivas.** In: XLIV CONGRESSO DA SOBER “**Questões Agrárias, Educação no Campo e Desenvolvimento**”. Fortaleza, 23 a 27 de julho de 2006. Disponível em:<<http://www.sober.org.br/palestra/5/663.pdf> >Acesso em: 28 set. 2019.

GIANNECHINI, Laura Mariana; AZEVEDO, Maria Mercedes S.; BOTELHO, Ricardo Aparecido. **“Feira livre também é cultura!” – Feiras livres como espaços de intensa sociabilidade na cidade de São Paulo.** São Paulo: Departamento de Antropologia, FFLCH-USP, 2007. 15 p.

GORBERG, Samuel; FRIDMAN, Sérgio Abram. **Mercados no Rio de Janeiro: 1834-1962.** Samuel Gorberg, 2003.

GUILHOTO, J.J.M. et. al. A Importância do Agronegócio Familiar no Brasil. In: XLIII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Ribeirão Preto: Sober,2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2006.**Disponível em:<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=313520&idtema=3&search=minas-gerais|januaria|censo-agropecuario-2006>>. Acesso em: 26 set. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA. **Indicadores cadastrais de 2001.** Disponível em: <<http://www.incra.gov.br>>. Acesso em: 25 out 2019.

JAIME, P.C. et. al. **Educação nutricional e consumo de frutas e hortaliças: ensaio comunitário controlado**. Rev Saúde Pública, [on line], v.41, n.1, p.154-157, 2007. Disponível em: <http://www.scielosp.org>. Acesso em: 19 set. 2019.

JESUS D.X., DAMERCÊ N.O. **FEIRA E LUGAR: UM OLHAR HUMANISTA SOBRE A FEIRA-LIVRE DE JACOBINA-BA**. Monografia curso de Geografia do Departamento de Ciências Humanas, da Universidade do Estado da Bahia. Jacobina 2016.

LIMA, M.A.E.F.; SAMPAIO, J. L. F.; **Aspectos da formação espacial da feira-livre de Abaiara – Ceará: relações e trocas**. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 19., 2009, São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2009, p. 1-19.

LOPES. L. H. **Feiras livres em Florianópolis – SC: práticas sustentáveis na comercialização de frutas, legumes e Verduras in natura**. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Nutrição. Florianópolis, 2014.

MALUF, R. S. **Ações públicas locais de abastecimento alimentar. São Paulo: Polis, 1999**. Disponível em: <<http://www.polis.org.br/obras/arquivo172.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M.C.S. **Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Ateliê Geográfico, Goiânia, v.2, n.4, agosto/2008.

MICHELLON, E.; COSTA, T. R.; RITTER, S. P.; ARAGÃO, R. M.; TANOUE, H. T. **Feira do produtor e os entraves à sua organização e à comercialização o caso de Paiçandu, PR**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 45. 2007, Londrina. Anais... Londrina: UEL, 2007.

NASCIMENTO, M. R.; JAEGGI, M. da C.; SALUCI, J.C. G.; GUIDINELLE, R. B.; ZACARIAS, A. J. **Perfil dos Feirantes de Hortaliças do Município de Alegre – ES**. Cadernos de Agroecologia, V. 11, N. 2, 2016.

REIFSCHNEIDER, F. J. B; LOPES, C. A. **Horticultura brasileira sustentável. Sonho eterno ou possibilidade futura?** Revista de Política Agrícola. Ano XXIV – Nº 2 – 90p. Abr/Maio/jun. 2015.

RIBEIRO E.M. Feiras do Jequitinhonha. **Mercados, Cultura e trabalho de famílias rurais no Semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza: BNB. n.1 p.246. 2007.

RIBEIRO, E. M. (Org.). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais do semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza: Etene/BNB, 2007.

RIBEIRO, E. M.; ÂNGULO, J.L.G; NORONHA, A. B; CASTRO, B.S; GALIZONI, F.M.; CALIXTO, J.S., SILVESTRE, L.H. **A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais**. UNIMONTES CIENTÍFICA. Montes Claros, v.5, n.1, jan./jun. 2003.

ROMANIELLI, M. M.; ASSIS, T. R. de. **Extensão e sustentabilidade**. Lavras: UFLA, 2015, 114 p.

ROMARCO DE OLIVEIRA, M.; **Agricultura familiar Assistência Técnica e Extensão Rural**. Revista Em Extensão, v. 14, n. 2, p. 35-52, 11 abr. 2012.

SEBRAE. **O Mercado de Hortaliças no Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e abastecimento**. Sebrae-Nacional, 2015. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-de-hortalicas-nobrasil,92e8634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>> acesso em: 24 de setembro de 2019.

SOUSA, L.G. **Memórias de economia: a realidade brasileira** (edición electrónica). São Paulo: Eumed, 2004. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/lgs-mem.htm>>. Acesso em: 18 out. 2019.

SOUTO MAIOR, A. **História geral**. São Paulo: Editora São Paulo, 1978.

SOUZA-ESQUERDO, V. F. de; BERGAMASCO, S. M. P. P. **Análise sobre o acesso aos programas de políticas públicas da agricultura familiar nos municípios do circuito das frutas (SP)**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 52, suplemento 1, 2014.

VILELA, N. J.; HENZ, G. P.; **Situação atual da participação das hortaliças no agronegócio brasileiro e perspectivas**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v.17, n.1, p.71-89, jan. /abr. 2000.

## ANEXO I

### QUESTIONÁRIO DE PESQUISA – APRESENTAÇÃO

Prezado Feirante, sou estudante do curso de Agronomia do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG, campus São João Evangelista e estou desenvolvendo uma pesquisa. Necessito de sua atenção e disponibilidade para preencher este formulário. Com este questionário, pretendo conhecer o perfil dos feirantes da feira livre de São João Evangelista, principalmente relacionado aos aspectos sociais e econômicos, hábitos de vendas e sua percepção sobre o funcionamento da feira livre, possibilitando um maior conhecimento sobre o comércio local. Desde já agradeço a colaboração e garanto o sigilo dos dados.

#### DADOS DOS PESQUISADORES

•Profº Dr. Nildimar Gonçalves Madeira

E-mail: nildimar.madeira@ifmg.edu.br

•Graduando em Agronomia Jeferson Rodrigues da Silva Alecrim

E-mail: jefersonalecrim@hotmail.com

Os dados desta pesquisa serão divulgados apenas em publicações científicas ou informativas, havendo divulgação de informações do voluntário apenas com o consentimento do mesmo.

Não serão divulgados os nomes dos voluntários, apenas as informações coletadas.

### 1. CARACTERIZAÇÃO DO FEIRANTE

01. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

02. Idade:

03. Qual o seu nível de escolaridade?

( ) Nível Fundamental Incompleto ( ) Nível Fundamental Completo

( ) Nível Médio Incompleto ( ) Nível Médio Completo

( ) Nível Superior Incompleto ( ) Nível Superior Completo

**04.**Local de residência:

Zona Urbana     Zona Rural

## **2.TAMANHO E EXPLORAÇÃO DA PROPRIEDADE**

**05.**O terreno onde planta é:  próprio  arrendado  na meia

**06.**A propriedade foi obtida por:  compra     herança     doação

**07.**Tamanho da propriedade em hectares ou alqueires:

## **3.SISTEMA DE PRODUÇÃO**

**08.**O (a) senhor (a) que produz todos os produtos hortifrúti (hortaliças, frutas e legumes) que traz para vender:

SIM;  NÃO

**09.**Faz adubação nos produtos hortifrúti (hortaliças, frutas e legumes) que produz:

SIM;  NÃO

**10.**Que tipo de adubação:

Química;  Esterco;

**11.**Utiliza algum produto para controle de doenças ou pragas?

SIM;  NÃO

**12.**Qual?

**13.** A EMATER-MG ou outra empresa de assistência Técnica dão alguma suporte a atividade?

( )SIM ( )NÃO

**14.**Tem problemas com falta de agua para a produção

( )SIM ( )NÃO

**15.**Possui funcionários que o auxilia na produção dos hortifrúti:

( )SIM ( )NÃO

**16.**Número de funcionários fixos?

#### **4.ASPECTOS RELACIONADOS A FEIRA**

**17.** A feira é a sua principal fonte de renda

( )SIM ( )NÃO

**18.**Há quanto tempo participa da feira:

( ) Menos de 1 ano

( ) Entre 1 e 2 anos

( ) Entre 2 e 3 anos

( ) Acima de 4 anos

**19.**Porque trabalha na feira:

- Tradição
- Gosta da área
- Lucrativo
- vender o excessivo da produção

**20.** Participa com que frequência na feira?

- ocasionalmente
- 1 x por mês
- 2 x por mês
- 3 x por mês
- durante todos o mês

**21.**Quais produtos hortifrúti (hortaliças, frutas e legumes o Sr (a) costuma vender?

**22.**Possui alguma espécie de registro em instituição tal qual secretaria de agricultura sindicatos ou EMATER para comercialização de Produtos?

- SIM  NÃO

**23.** Faz parte de alguma associação ou sindicato para produtores?

- SIM  NÃO

**24.** Fazer parte de uma associação para produtores rurais é importante para vender a sua produção?

SIM  NÃO , por quê?

**25.** Como é feito o transporte dos produtos da sua propriedade até a feira?

Feito pelo próprio feirante

Feitos por terceiros

veículo de associação ou prefeituras

**26.** Costuma sobrar produtos?  SIM  NÃO

**27.** O que faz com o que sobra?

**28.** Como o Sr(a) considera o principal modelo de comercialização usado na feira atualmente quanto a estruturas( barracas) , espaço físico , divulgação e localização da mesma ?

Bom  Regular  Ruim

**29.** Na sua opinião o que precisa ser melhorado na Feira?

## ANEXO II

### QUESTIONÁRIO DE PESQUISA – APRESENTAÇÃO

Prezado consumidor, sou estudante do curso de Agronomia do Instituto Federal de Minas Gerais – IFMG, campus São João Evangelista e estou desenvolvendo uma pesquisa. Preciso de sua atenção e disponibilidade para preencher este formulário. Com este questionário, pretendo conhecer o perfil dos frequentadores da feira livre de São João Evangelista, principalmente relacionado aos aspectos sociais e econômicos, bem, hábitos de compras e reclamações, possibilitando um maior conhecimento sobre o comércio local. Desde já agradeço a colaboração e garanto o sigilo dos dados.

### DADOS DOS PESQUISADORES

•Profº Dr. Nildimar Gonçalves Madeira

E-mail: nildimar.madeira@ifmg.edu.br

•Graduando em Agronomia Jeferson Rodrigues da Silva Alecrim

E-mail: jefersonalecrim@hotmail.com

Os dados desta pesquisa serão divulgados apenas em publicações científicas ou informativas, havendo divulgação de informações do voluntário apenas com o consentimento do mesmo.

Não serão divulgados os nomes dos voluntários, apenas as informações coletadas.

### 1. CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

01. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

02. Idade:

03. Qual o seu nível de escolaridade?

( ) Nível Fundamental Incompleto ( ) Nível Fundamental Completo

( ) Nível Médio Incompleto ( ) Nível Médio Completo

( ) Nível Superior Incompleto ( ) Nível Superior Completo

## 2. APESCTOS RELACIONADOS AS COMPRAS

**04.** Com que frequência vem a feira?

- ocasionalmente
- 1 x por mês
- 2 x por mês
- 3 x por mês
- durante todos o mês

**05.** Por qual motivo você frequenta a feira?

- Pela qualidade dos produtos
- Pelo preço
- Pela confiança no produtor
- pelo costume e a tradição de fazer compras de frutas, verduras e hortaliças na feira livre

**06.** Qual o valor médio gasto em reais (R\$) a cada visita à feira? (Compras)

- menos de 10
- De 10 a 20
- De 21 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- Mais de 50

**07.** Qual é a sua opinião sobre a organização da feira?

( ) ótimo

( ) bom

( ) regular

( ) ruim

**08.** Na sua opinião o que precisa ser melhorado na Feira?