

**FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM  
ADMINISTRAÇÃO  
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ÂNGELA APARECIDA ALVES PORTELLA**

**FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE  
MINAS: Uma abordagem sobre sua importância para  
o feirante**

**FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM  
ADMINISTRAÇÃO  
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

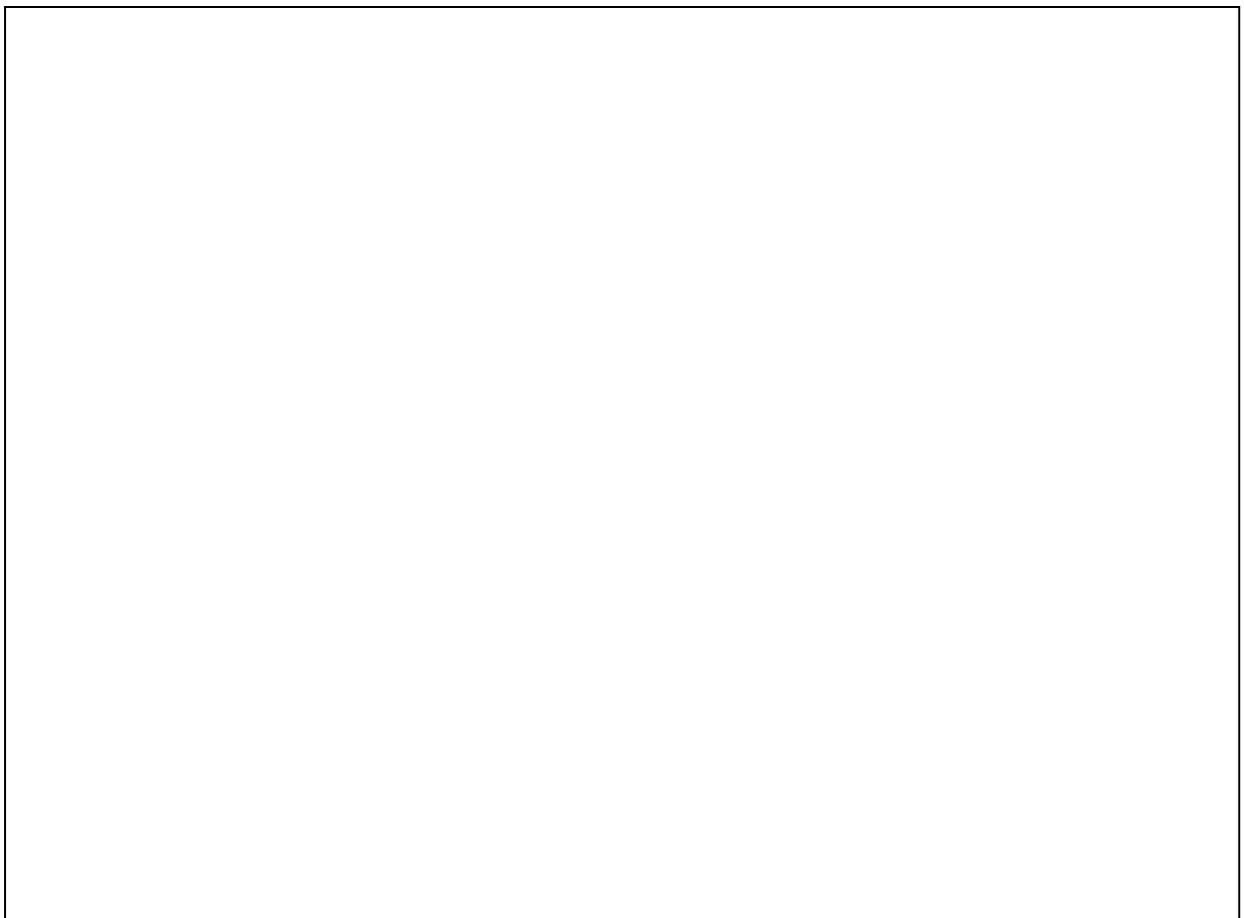
**ÂNGELA APARECIDA ALVES PORTELLA**

**FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE  
MINAS: Uma abordagem sobre sua importância para  
o feirante**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito para conclusão do Curso de Graduação em Administração e obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. José Humberto Camêlo

**Catálogo na fonte – Biblioteca Central da Faculdade Patos de Minas**



FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
Curso Bacharelado em Administração

**FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE MINAS: Uma  
abordagem sobre sua importância para o feirante**

Banca examinadora do curso de Bacharelado em Administração composta em 17 de  
novembro de 2016

Orientador: José Humberto Camêlo  
Faculdade Patos de Minas

Examinador 1: Dr. Alex Garcia da Cunha  
Faculdade Patos de Minas

Examinador 2: Me. David Fernando Ramos  
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS

Aos meus pais Maurício e Beatriz, meus irmãos Reinaldo e Daniel, meu esposo Bianch e meus colegas e amigos pelo incentivo e apoio constante.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador Prof. Esp. José Humberto Camêlo, pelos conselhos para a criação deste trabalho.

Ao professor Alex Garcia, pelas orientações de cada dia.

Aos meus entrevistados, os feirantes da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas, que contribuíram para a construção deste texto.

A Marli da Emater, por disponibilizar informações e acesso a documentações essenciais para a construção do meu trabalho.

Aos meus colegas de curso, pela rica experiência que obtive durante esses quatro anos de caminhada, em especial a Aline, Edvane, Vanessa e Nágela.

A todos os professores do curso de Administração, por abrirem as portas do conhecimento. Certamente este estudo é fruto também da dedicação de cada um de vocês ao longo da minha caminhada acadêmica.

À Faculdade Patos de Minas (FPM), pela oportunidade de me formar com um conhecimento ímpar na área de Administração.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste sonho.

*Meu desejo é que você, todos os dias,  
tenha um dia de agricultor, semeando,  
plantando e colhendo TUDO o que você  
plantar e semear-inevitavelmente!  
...escolha as boas sementes, isso será  
sábio.*

Roger Freitas

# **FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE MINAS: Uma abordagem sobre sua importância para o feirante**

## **“PATOS DE MINAS FARMER’S MARKET”: a study on its importance to marketers**

Ângela Aparecida Alves Portella<sup>1</sup>

Graduanda do Curso de Administração. Faculdade Patos de Minas.

José Humberto Camêlo<sup>2</sup>

Especialista em Planejamento Estratégico e Marketing e Gestão Empresarial

### **RESUMO**

Este artigo tem como objetivo principal apresentar um breve histórico da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas, o perfil do feirante que hoje comercializa seus produtos, e a importância da feira na geração de renda e escoamento da produção dos agricultores. Foi utilizado um questionário semiestruturado de caráter quantitativo e descritivo, aplicado a 25 feirantes que foram escolhidos aleatoriamente e compuseram a amostra do trabalho. A pesquisa apresentou os perfis sociais, demográficos e econômicos dos feirantes, o mix de produtos encontrados, os aspectos físicos e estruturais da feira e também sugestões para melhorias deste meio de comercialização.

**Palavras-chaves:** feira livre, feirante, comercialização, Patos de Minas.

### **ABSTRACT**

The main purpose of this paper is to present a concise history of the “Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas” (Patos de Minas Farmer’s Market), the profile of its marketers, and the importance of the market regarding the marketers’ income generation and outflow of production. A quantitative semistructured questionnaire was applied to 25 marketers who were randomly chosen for the study. The study presents the marketers’ social, demographic and economic profile, the mix of products marketed, some of the market’s physical and structural aspects as well as suggestions for its improvement.

**Keywords:** farmer’s market, marketer, trade, Patos de Minas.

---

<sup>1</sup> Orientanda

<sup>2</sup> Professor orientador

# 1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que a venda de alimentos em vias públicas acontece desde, pelo menos, 3.000 a.C. Em tempos de crise econômica e de alta do desemprego, muitas pessoas têm adotado esse tipo de comércio como meio de sobrevivência, criando, com isso, empregos diretos e indiretos, movimentando a economia local e gerando oportunidades de trabalho (GERMANO; GERMANO, 2014).

A feira livre do produtor rural é vista como uma modalidade de mercado varejista ao ar livre, onde os produtores podem expor seus produtos e negociá-los diretamente com o consumidor final, escoando, dessa forma, sua produção (GODOY; ANJOS, 2007).

A feira livre representa uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. Existem registros de que os povos sumérios já faziam uso desse processo de comercialização em 3.000 a.C., fazendo trocas e barganhas em um local específicos da cidade, em um dia determinado da semana (SALES et al, 2011, p. 2).

Nesse tipo de comércio, os principais produtos de comercialização são os alimentos básicos, e o processo da produção até a venda direta é realizado, em sua grande maioria, por membros de uma mesma família, gerando, com isso, trabalhos, muitas vezes, vale destacar, informais (GODOY; ANJOS, 2007).

A feira é vista como uma oportunidade de comercialização e circulação de alimentos com preços acessíveis, frescos e com qualidade para população.

Para Germano (2014), ela não é apenas um tipo de comércio para a venda e troca de produtos, mas também um importante meio de desenvolvimento econômico de caráter sustentável, que fortalece a economia local, uma vez que retém os recursos no município, fazendo-os circular entre a população que nele habita.

Esse tipo de comércio gera renda para os produtores, possibilitando o poder de acesso a outros produtos necessários à sua sobrevivência, movimentando o comércio local e contribuindo sobremaneira para o desenvolvimento econômico do local (SILVESTRE, 2006).

Ao entrarmos no universo das feiras, reconhecemos sua importância perante o mercado nelas presente, caracterizado pelo contato direto entre produtores e consumidores, as feiras representam uma forma justa de comercializar. Considerada um modelo de cadeia agroalimentar curta, o valor das mercadorias em uma feira favorece quem vende e quem compra (WICINOVSKI, 2015, p. 22).

Para Figueiredo et al. (2003), as feiras têm algumas características próprias, como mercado atomizado; fluxo de entrada e saída de feirantes, sem oscilação dos preços da venda final; preços taxados de acordo com os concorrentes, que podem ser os próprios feirantes; grande variação de preço de venda dos produtos entre o início e fim da feira; pagamento, em geral, feito em dinheiro; grande variedade de produtos e fidelização pela qualidade dos produtos vendidos por parte dos clientes.

No próximo capítulo será abordada a história da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas, baseada em documentos históricos fornecidos pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural – Emater. Em seguida, será apresentado o perfil do feirante, analisando suas características sociodemográficas, a diversidade de produtos da feira, os aspectos econômicos gerados, a satisfação com as condições físico-estruturais disponíveis e algumas sugestões de melhorias.

## **2 HISTÓRIA DA FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE MINAS**

Antes de iniciar a pesquisa do perfil dos feirantes e sua forma de comercialização, foi necessário conhecer a história da Feira Livre do Produtor de Patos de Minas. Para isso, utilizou-se o histórico documental disponível no acervo da Emater da cidade.

O município de Patos de Minas surgiu em meados do século XIX em torno de uma lagoa na qual havia muitos patos silvestres, o que deu origem ao seu nome. Os lavradores e criadores de gado foram os primeiros habitantes. A visita constante de tropeiros ajudou o povoado a crescer à beira do Rio Paranaíba, tornando-se Vila de Santo Antônio dos Patos e, posteriormente, Patos de Minas. Em 2015, o IBGE apresentou dados de que o município já tinha cerca de 148.762 habitantes, demonstrando como ele se desenvolveu ao longo dos anos (IBGE, 2015).

O município sempre foi uma região com características agrícolas, abrigando várias propriedades rurais em seu território e arredores, o que mostra grande

potencial na área de produção de hortifrutigranjeiro e transformação caseira de alimentos. Vale destacar que a maior dificuldade enfrentada pelos produtores rurais sempre foi a comercialização de seus produtos.

Para facilitar, então, esse comércio e o contato direto com o consumidor foi criada uma parceria entre prefeitura, câmara municipal, produtores rurais e famílias da agricultura familiar, com o apoio da Emater, dando origem ao projeto para a criação da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas. Cabe notar que essa foi umas das metas da administração municipal da gestão 1992-1996, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Emater (FRANÇA, 1994).

Sua inauguração se deu em 23 de outubro de 1993, tendo como convidados produtores rurais e lideranças comunitárias, além de toda a comunidade. A feira localiza-se à rua Barão do Rio Branco, esquina com a rua Ceará, ao lado do terminal rodoviário, local definido pela grande circulação de pessoas de vários pontos da cidade (FRANÇA, 1994).

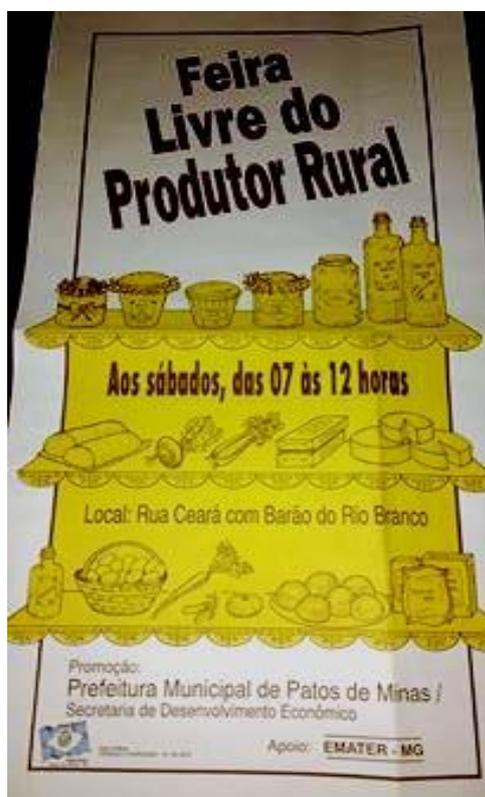
Figura 1 - Primeiro cartaz de divulgação dos horários da feira



Fonte: Acervo da Emater (1993).

Na inauguração, a feira contava com 23 barracas, que funcionavam todos os sábados de 07h30 às 12 horas. Documentos pesquisados mostram que após seis meses já eram mais de 54 barracas e, dois anos depois, 69 (FRANÇA, 1994). Atualmente, há no local 45 feirantes cadastrados, cada um com cerca de duas barracas, totalizando mais de 70 espaços de venda de produtos agrícolas (NAIMEG, 2016).

Figura 2 - Cartaz da Feira Livre do Produtor Rural



Fonte: Acervo da Emater (1996).

Os produtores chegam à feira de madrugada para preparação das barracas e organização da exposição dos seus produtos. Às 6 horas, todos se unem e fazem uma linda oração, que conta, inclusive, com a participação dos consumidores presentes naquele momento. Após esse momento, tem início a comercialização, que só termina ao meio dia, com praticamente toda a produção já vendida (NAIMEG, 2016).

Para os feirantes, a feira é a oportunidade de comercialização dos produtos diretamente para o consumidor final, gerando, assim, um lucro maior, o que

aumenta, conseqüentemente, a renda familiar, dando a eles, ainda, uma oportunidade de ampliar seus horizontes, melhorando sua qualidade de vida e a possibilidade de permanecer no campo (NAIMEG, 2016).

Sabendo da importância da feira e da agricultura familiar, este estudo tem por objetivo, assim, identificar as características dos produtores que atuam na feira, a fim de compreender a realidade econômica gerada pelo seu trabalho. Além disso, a partir da entrevista feita com um grupo deles, serão apresentadas algumas sugestões para melhorar ainda mais o processo de venda e, conseqüentemente, a lucratividade dos feirantes.

### **3 PERFIL DO FEIRANTE DA FEIRA LIVRE DO PRODUTOR RURAL DE PATOS DE MINAS**

Para definir o perfil dos feirantes da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas foi aplicado um questionário contendo 15 perguntas abertas e fechadas, com características de uma pesquisa quantitativa descritiva. Ela foi direcionada ao feirante responsável pela barraca, que estava a serviço na feira e tinha disponibilidade para responder a tais perguntas. Ao final da pesquisa de campo, foram entrevistados 25 feirantes.

O intuito do questionário foi colher dados a fim de compreender a importância da feira livre para o escoamento da produção dos produtores rurais e aumento de sua renda.

#### **3.1 Características sociodemográficas dos feirantes**

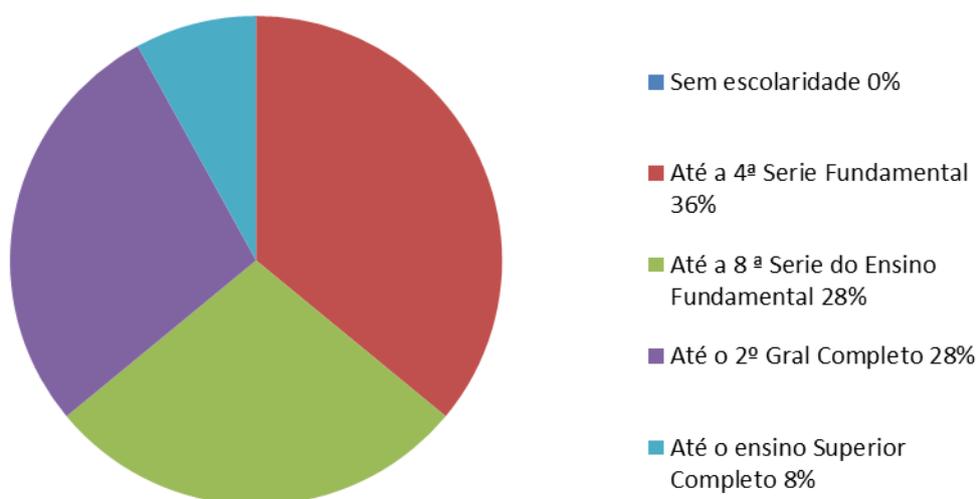
Conforme dados obtidos na pesquisa de campo, 40% dos entrevistados foram do sexo feminino e 60% do sexo masculino, mostrando o equilíbrio entre os dois gêneros.

A idade dos entrevistados teve uma variação bem interessante: entre 21 e 73 anos, cada uma com experiência e forma diferente de negociar e administrar sua barraca na feira. Dentre eles, 8% têm idade entre 21 a 30 anos, nenhum entre 31 a 40 anos, 36% entre 41 a 50 anos, 40% de 50 a 61 anos e 16% entre 61 e 70 anos ou mais.

Em geral, os feirantes são casados – 92% deles –, o que mostra uma característica bem típica das feiras livres, qual seja, famílias que trabalham juntas.

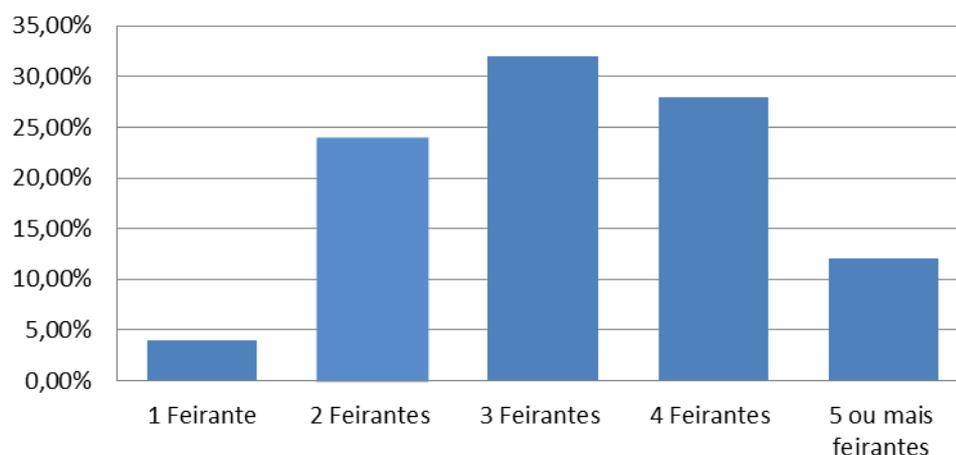
A escolaridade dos feirantes entrevistados variou muito: alguns com apenas a 4ª série do ensino fundamental e outros com ensino superior completo. Não foi encontrado nenhum analfabeto, porém a maioria dos feirantes possui baixa escolaridade: praticamente 36% deles têm apenas até a 4ª série, o que pode gerar dificuldades para estipular o preço de venda dos seus produtos, calcular o custo e detectar quais são e em quais produtos estão os prejuízos. Do restante, 28% têm até a 8ª série do ensino fundamental, 28%, o ensino médio completo e 8%, superior incompleto a completo, mostrando que a feira pode ser um negócio rentável até para quem já tem formação em uma faculdade ou universidade.

Gráfico 1 - Distribuição dos feirantes por escolaridade



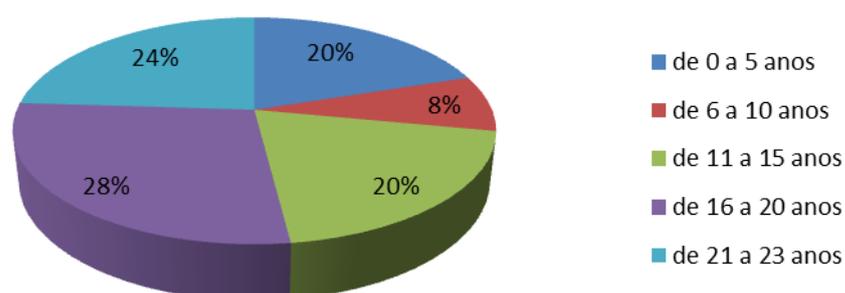
Para compreender a amplitude empregatícia, foi questionado o número de feirantes que operam diretamente na barraca do entrevistado, realizando atividades como reposição de mercadoria, venda direta dos produtos e atendimento aos clientes. A grande maioria tem de dois a três feirantes exercendo diariamente essas atividades. Em média, 4% dos entrevistados têm apenas um feirante trabalhando diretamente na barraca; 24%, dois; 32%, três; 2%, quatro e 12% têm cinco ou mais pessoas trabalhando diretamente na feira. Fica visível a viabilidade da feira como geradora de emprego direto.

Gráfico 2 - Média de feirantes empregados na barraca



Quando questionados sobre o tempo de profissão, o resultado foi uma surpresa para a pesquisadora, pois a grande maioria trabalha há mais de 20 anos na feira: 20% dos entrevistados estão na feira há cinco anos; 8% deles entre seis e dez anos; 20% entre 11 a 15 anos; 28% entre 16 a 20 anos e 24% desde que a feira abriu.

Gráfico 3 - Quanto tempo de profissão como feirante



Com os dados acima, é possível perceber que os feirantes têm uma estabilidade financeira satisfatória; do contrário, não estariam há tantos anos trabalhando na mesma profissão.

### **3.2 Diversidade de produtos da feira livre**

Para que se conheça um pouco da diversidade de produtos que os feirantes comercializam, foi questionado quais os três produtos com maior procura na barraca de cada um. As respostas mostram a grande variedade de frutas, verduras, legumes e produtos industrializados pela agricultura familiar encontrados na feira: banana nanica, banana prata, banana ouro, maracujá doce, tomate, milho, abacaxi, morango, cenoura, cebola, beterraba, alface, brócolis, couve, flor, quiabo, jiló, mandioca, batata doce, abobora, cará, pepino, repolho, ovo, galinha viva, flores, ervas para tempero, tempero pronto, molho de pimenta, pimenta, polpa de maracujá, biscoito de polvilho, pão de queijo, rosca, doce de leite, doce de pau de mamão, bolos, pamonha, mingau, milho cozido, farinha de mandioca, requeijão caseiro, variedades de queijos, requeijão, mel, própolis, pomada de própolis, suco de laranja, o famoso pastel e o caldo de cana. O número de produtos diferenciados e diversificados, além de frescos e de qualidade, é o que atrai centenas de pessoas todos os sábados à feira.

Uma questão muito relevante é a origem dos alimentos vendidos no local. De acordo com os dados coletados, 84% dos feirantes afirmaram que produzem na sua propriedade todos os produtos vendidos na feira, sendo eles caracterizados como pequenos agricultores da agricultura familiar; e 16% disseram que parte dos produtos é de sua propriedade e parte de outras fontes, como CEASA. As pessoas que praticam esse tipo de venda são denominadas atravessadores, ou seja, revendem produtos vindos da agricultura de grande escala.

Para os feirantes, a feira deveria ser destinada apenas ao pequeno agricultor, a fim de dar mais oportunidade de negócio a eles, mas a realidade é que são encontrados produtos como batatas, cebolas e tomates, por exemplo, vindos de produção da agricultura de grande escala, interferindo na venda e, conseqüentemente, na rentabilidade dos pequenos produtores.

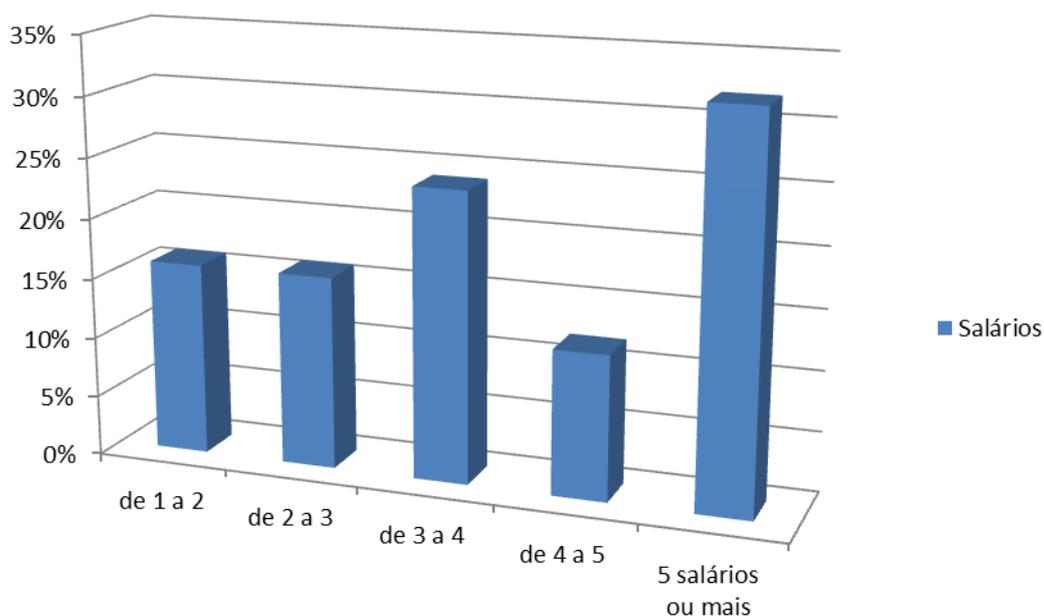
### **3.3 Aspectos econômicos gerados aos feirantes**

Quando o feirante é questionado sobre a definição do preço dos produtos a serem vendidos, fica claro que cada um tem uma forma diferente de chegar ao valor de venda. Alguns deles disseram que quem define o preço é o mercado, alguns

decidem a partir da lei da oferta e procura, outros pela cotação realizada em outras feiras, outros de acordo com a produção ou seguindo a tabela de valores fornecida pelo CEASA e uma pouca parcela dos entrevistados informou que realiza análise de custo.

Com relação à renda média líquida obtida na atividade, 16% dos entrevistados informaram que recebem de um a dois salários; 16%, de dois a três salários; 24%, de três a quatro salários, 12%, de quatro a cinco salários, e 32% deles uma renda de cinco ou mais salários. Se comparada a algumas profissões, como o comércio, a renda do feirante é bem maior, o que demonstra a importância e relevância da feira como geradora de renda para os agricultores.

Gráfico 4 - Renda dos feirantes entrevistados



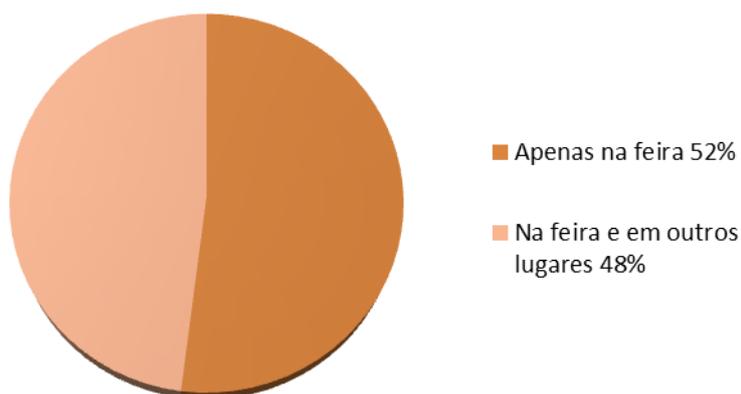
Quanto à satisfação financeira, 92% disseram estar satisfeitos, 4% muito satisfeitos e outros 4% com satisfação regular, uma vez que as vendas caíram muito devido à crise dos últimos dois anos.

Quanto à concorrência, 56% dos entrevistados não considera ter nenhum tipo de concorrência, nem mesmo o feirante da barraca ao lado, pois, de acordo com eles, cada um tem seu cliente e seu produto, e 44% consideram os colegas de feira como concorrentes, sendo essa concorrência sadia e necessária ao mercado. Além

disso, os feirantes citaram também o mercado, os hipermercados e até a Cooperativa Mista Agropecuária de Patos de Minas – COOPATOS – como concorrente.

A Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas é o único local de comercialização e escoamento da produção para muitos feirantes. Dos entrevistados, 52% vendem seus produtos apenas na feira, o que prova que ela consegue ser um ponto de venda considerável e suficiente para muitos produtores, e 48% comercializam seus produtos na feira e também em outros lugares, como no CEASA, em casa, em outras feiras, nos sacolões, supermercados e órgãos públicos.

Gráfico 5 - Ponto de vendas dos produtos dos feirantes



A feira é o ponto de maior escoamento da produção, mesmo para os que vendem seus produtos em outros lugares, sendo, assim, fundamental para um maior contato direto com o cliente e melhor meio para comercialização e negociação.

### **3.4 Satisfação dos feirantes com as condições físico-estruturais disponíveis e sugestões de melhorias.**

Para todos os entrevistados, a estrutura da feira é satisfatória para a comercialização dos seus produtos e escoamento da produção. Contudo, algumas melhorias foram sugeridas, como reparos na fiação e iluminação, já que os feirantes chegam muito cedo ao seu local de trabalho sendo, por isso, necessária uma luminosidade melhor para organização das suas barracas. Além disso, citaram que sentem falta do melhoramento no marketing e na divulgação da feira, com

propaganda em mídias, da ampliação na estrutura da cobertura, para dar mais conforto aos clientes, uma vez que alguns feirantes ficam expostos ao sol ao longo da manhã, trazendo desconforto, sem falar na possibilidade de estragos dos produtos ali expostos, e de mais organização no espaço das bancas.

Uma solicitação bem importante foi a necessidade de água potável para feirantes e clientes. Foi sugerido também mais treinamentos para os feirantes, a fim de que a produção e venda sejam ainda melhores. O aumento da fiscalização nas barracas de feirantes atravessadores que comercializam os produtos que não são produzidos pela agricultura familiar também foi uma proposta surgida na entrevista.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo teve como objetivo identificar as características dos produtores que atuam na feira, a fim de compreender a realidade econômica gerada pelo seu trabalho. A partir dos dados colhidos foi possível obter um maior entendimento acerca da comercialização de produtos nas feiras e sua importância econômica como meio de geração de renda, emprego e oportunidade, principalmente para pequenos agricultores, o que fortalece a agricultura familiar local.

Os resultados obtidos ao final da análise foram satisfatórios, uma vez que mostraram a potencialidade da feira para o abastecimento interno do município, com produtos frescos e mais saudáveis produzidos pelos próprios feirantes.

A partir dos dados da pesquisa, percebeu-se que 60% dos feirantes são homens, com idade entre 51 a 60 anos; 92% são casados, com escolaridade até a 4ª série; 32% têm cerca de três pessoas trabalhando diretamente na feira e 28% já têm uma experiência como feirante de mais de 20 anos.

Importante destacar que no lócus da pesquisa é comercializada uma imensa diversidade de frutas, verduras, legumes e produtos da indústria caseira, sendo 84% desses produtos vindos da propriedade do próprio feirante. A definição do preço do produto é feita por variáveis diversas, como lei da oferta e procura, mercado, tabelas de centros de comercialização, dentre outras. 32% dos feirantes disseram conseguir uma renda superior a cinco salários mínimos e, em geral, todos disseram estar satisfeitos financeiramente.

Para 56% deles não há concorrência direta, uma vez que consideram seus produtos únicos, e 52% comercializam seus produtos apenas na feira, tornando-a fonte única de renda. Além disso, apesar de sugestões de melhorias contínuas na estrutura e demais áreas para ampliar ainda mais suas vendas, todos os entrevistados consideram a estrutura e localização da feira satisfatória para a comercialização de seus produtos.

Com o estudo sobre a Feira Livre do Município de Patos de Minas foi possível entender que ela tem uma grande relevância para a história do município e para a economia do local.

## REFERÊNCIAS

FIGUEIREDO, A. S.; PANTOJA, M.J.; MELO, M. F. de; DIAS, R. de Lima. **Conhecendo seu canal de comercialização de hortaliças**. Universidade Católica de Brasília, Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Brasília: Universa, 2003. 52 p.

FRANÇA, MARCIA. A Feira Livre de Patos de Minas: Preço e qualidade atraem consumidor. [Editorial]. **Extensão em Minas Gerais**: Revista da Emater- MG, n. 55, p. 25-27, mai./ago.,1994.

GERMANO, Pedro Manuel Leal; GERMANO, Maria Izabel Simões. Alimentos e suas Relações com a Educação Ambiental. In: JR, Arlindo Philippi; PELICIONI, Maria Cecília Focesi. **Educação Ambiental e Sustentabilidade**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2014. p. 863-910.

GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco Do. A importância das feiras livres ecológicas: Um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, p. 364-368, 2007.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=314800&search=minas-gerais|patos-de-minas>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

NAIMEG, Carlos Guilherme. Secretário da Agricultura da Prefeitura Municipal de Patos de Minas. Depoimento concedido à Ângela Aparecida Alves Portella (2016).

SALES, Aline Pereira; REZENDE, Liviane Tourino; SETTE, Ricardo de Souza. Negócio Feira Livre: Um estudo em um município De Minas Gerais. In: ENCONTRO DE GESTÃO de PESSOAS e RELAÇÕES de TRABALHO, 3., 2011. **Anais...** João Pessoa, PB, 2011, p. 2. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR395.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

SILVESTRE, Luiz Henrique et al. **O que se compra na feira?** Perfil e fatores de decisão do consumidor em Lavras, MG. Lavras, 2006. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/5/1110.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

WICINOVSKI, João Pedro. **Feira popular da produção familiar Na Vila C em Foz do Iguaçu, PR:** Do projeto à perspectiva de desenvolvimento local. 2015. 63f. TCC (Bacharelado em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar) - Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2015. Disponível em: <<http://migre.me/vGhie>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

## ANEXO

Questionário quantitativo-descritivo utilizado para a realização de pesquisa de Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Faculdade Patos de Minas – FPM – aplicado a cada feirante responsável pelas barracas da Feira Livre do Produtor Rural de Patos de Minas.

Acadêmica: Ângela Aparecida Alves Portella

Patos de Minas \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

1 - Gênero ( ) Feminino ( ) Masculino

2 - Idade: \_\_\_\_\_

3 - Estado Civil: \_\_\_\_\_

4 - Escolaridade: \_\_\_\_\_

5 - Quantas pessoas estão envolvidas diretamente na comercialização da sua banca? \_\_\_\_\_

6 - Há quanto tempo exerce a atividade de feirante? \_\_\_\_\_

7 - Quais são os três produtos que você comercializa com maior procura?

\_\_\_\_\_

8 - Os produtos comercializados na feira são cultivados em sua propriedade ou são de outras fontes de produção? \_\_\_\_\_

9 - Como você define o preço do produto vendido? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10 - Qual é a média de renda líquida (em salário mínimo) aproximada que a comercialização dos seus produtos na feira gera mensalmente: ( ) 1 a 2 salários ( ) 2 a 3 salários ( ) 3 a 4 salários ( ) 4 a 5 salários ( ) 5 ou mais salários.

11 - Você está satisfeito financeiramente com a comercialização dos seus produtos na feira? \_\_\_\_\_

12 - Você possui algum concorrente que influencia a comercialização dos seus produtos? \_\_\_\_\_

13 - Há outros lugares em que você comercializa seus produtos? Se sim, qual (quais)? \_\_\_\_\_

14 - Você considera a localização e estrutura da feira satisfatória para a comercialização dos seus produtos? \_\_\_\_\_

15 - Você sente necessidade de melhoria ou aperfeiçoamento na estrutura de comercialização da feira? Se sim, qual (quais)? \_\_\_\_\_

## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO

Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Patos de Minas, 13 de novembro de 2016.

---

Ângela Aparecida Alves – autor orientando

---

José Humberto Camêlo – autor orientador