



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E EXATAS  
CAMPUS VI - POETA PINTO DE MONTEIRO  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MARCOS ADRIANO DA SILVA SOUZA**

**UMA ANÁLISE ECONÔMICA DA FEIRA LIVRE DE SUMÉ, PB – UM  
ESTUDO DE CASO NO ANO DE 2022.**

**MONTEIRO, PB  
2023**

MARCOS ADRIANO DA SILVA SOUZA

**UMA ANÁLISE ECONÔMICA DA FEIRA LIVRE DE SUMÉ, PB – UM ESTUDO DE CASO NO ANO DE 2022.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Bacharel Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba para à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Área de concentração:** Economia

**Orientador:** Prof. (a). Me. Ilcleidene Pereira de Freitas

**MONTEIRO, PB  
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S729a Souza, Marcos Adriano da Silva.  
Uma análise econômica da feira livre de Sumé, PB  
[manuscrito] : um estudo de caso no ano de 2022 / Marcos  
Adriano da Silva Souza. - 2023.  
29 p : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências  
Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Humanas e Exatas, 2023.

"Orientação : Profa. Ma. Ilcleidene Pereira de Freitas,  
Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCHE. "

1. Feira livre - Sumé/PB. 2. Teoria microeconômica. 3.  
Preço. 4. Relações de mercado. I. Título

21. ed. CDD 338.5

MARCOS ADRIANO DA SILVA SOUZA

**UMA ANÁLISE ECONÔMICA DA FEIRA LIVRE DE SUMÉ, PB – UM  
ESTUDO DE CASO NO ANO DE 2022.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Graduação  
em Bacharel Ciências Contábeis da  
Universidade Estadual da Paraíba  
para à obtenção do título de Bacharel  
em Ciências Contábeis.


**Área de concentração:** Economia

Aprovada em: 27/06/2023.

**BANCA EXAMINADORA**



\_\_\_\_\_  
Profa. Me. Ilcleidene Pereira de Freitas (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



\_\_\_\_\_  
Prof. Me. José Humberto do Nascimento Cruz  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



\_\_\_\_\_  
Prof. Me. Mauricéia Carvalho Nascimento  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus pais e mestres, pela  
dedicação, companheirismo e  
amizade, DEDICO.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2 REFERENCIAL TEORICO .....</b>	<b>10</b>
2.1 Teoria Microeconômica .....	10
2.2 Conexões entre Economia, Mercado e Agricultura familiar.....	11
2.3 Feiras livres e mercados alternativos cadeias curtas de comercialização de alimentos.....	11
2.4 O Município de Sumé, PB: aspectos socioeconômicos e a importância do comércio local.....	13
2.5 Estudos Anteriores .....	15
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>17</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>23</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>24</b>

# UMA ANÁLISE ECONÔMICA DA FEIRA LIVRE DE SUMÉ, PB – UM ESTUDO DE CASO NO ANO DE 2022.

Marcos Adriano da Silva Sousa\*

## RESUMO

O objetivo deste trabalho foi estudar a aplicabilidade da teoria microeconômica na feira livre no município de Sumé, PB no ano de 2022. Dessa forma, o problema de pesquisa que este trabalho buscou responder se a teoria microeconômica, é relativa à oferta, demanda e preço, comunga com as práticas aplicadas na feira livre do município de Sumé, no ano de 2022? Trata-se de um estudo exploratório e descritivo sobre as relações de mercado tendo como empírico os produtores (feirantes) que comercializam seus produtos e os consumidores da feira livre de Sumé, Foi aplicado um questionário semiestruturado com um total de 24 questões das quais 11 são questões fechadas e as demais abertas aos feirantes. Os resultados demonstraram como funciona o mercado e, como os feirantes determinam os preços e mantem uma relação com os consumidores onde 48% responderam que depende do valor pego com o fornecedor para revenda. Destaca-se que há uma combinação de preços praticados na feira onde 32% responderam que os preços de venda são decididos como um acordo em associação. Os feirantes justificam a combinação de preços para terem lucros e não prejudicar a barraca ao lado que vende os mesmos produtos, assim, todos podem ganhar e continuarem no mercado.

**Palavras-chave:** Feira livre, Comercialização, Preço, Mercado.

---

\*Graduando em Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, Contato: (83) 9 9961-5935; e-mail: [marcossouza369@gmail.com](mailto:marcossouza369@gmail.com)

# AN ECONOMIC ANALYSIS OF THE FAIR FREE OF SUMÉ, PB - A CASE STUDY IN THE YEAR 2022.

Marcos Adriano da Silva Sousa\*

## ABSTRACT

The objective of this work was to study the applicability of the microeconomic theory in the street market in the city of Sumé, PB in the year 2022. Thus, the research problem that this work sought to answer is whether the microeconomic theory is related to supply, demand and price, do you agree with the practices applied at the free fair in the municipality of Sumé, in the year 2022? This is an exploratory and descriptive study on market relations, having as an empirical example the producers (marketers) who sell their products and consumers at the Sumé street market. A semi-structured questionnaire was applied with a total of 24 questions, 11 of which closed questions and the others open to the marketers. The results demonstrated how the market works and how the merchants determine prices and maintain a relationship with consumers where 48% answered that it depends on the value obtained from the supplier for resale. It is noteworthy that there is a combination of prices practiced at the fair where 32% answered that the sale prices are decided as an agreement in association. The stallholders justify the combination of prices to make a profit and not harm the stall next door that sells the same products, so everyone can win and continue in the market.

**Keywords:** Free fair, Marketing, Price, Market.

---

\*Graduating in Bachelor of Accounting Sciences from the State University of Paraíba – UEPB, Contact: (83) 9 9961-5935; e-mail: [marcossouza369@gmail.com](mailto:marcossouza369@gmail.com)



## 1 INTRODUÇÃO

Na última década surgem indícios e sinais que demonstram uma mudança alimentar entre os brasileiros, fortalecendo uma demanda de procura por produtos orgânicos. Diversos são os produtos de origem orgânicas disponíveis no mercado, e sua comercialização abrange desde a compra direta do produtor, passando pelo cultivo em casa, feiras e lojas especializadas e também nos supermercados (WACHSNER, 2015). As feiras livres do Nordeste Brasileiro são caracterizadas pelo seu caráter local/regional, apesar de perpassarem por consideráveis transformações mediante especialização, como o caso das feiras de confecções espalhadas por toda a região Nordeste. Desse modo, tendo grande participação na construção da imagem ontológica do sujeito nordestino e da cultura regional, por outro lado, esta modalidade comercial fora responsável pela dinamização econômica e espacial do vasto interior nordestino, durante os últimos séculos.

As “feiras livres” são importantes canais de comercialização para pequenos produtores e comerciantes locais. Tais canais são instrumentos que aproximam produtores e consumidores, gerando oportunidades econômicas e de inovação, além de permitirem o resgate de alimentos diferenciados, cujos valores remetem às características históricas e culturais das regiões em que estão inseridos, os quais são dificilmente apropriados pelos atores dominantes nos sistemas convencionais de agricultura (NIEDERLE; ALMEIDA e VEZZANI; 2013; BERALDO *et al.* 2018).

Dessa forma, as feiras livres representam um dos meios mais antigos de comercialização de produtos agrícolas existindo desde a antiguidade. Funcionam como meio de comercialização de alimentos, artesanatos, animais, trocas e barganhas que aconteciam em um local específico das cidades e em um determinado dia da semana. De acordo com Darolt (2013), a prática de feiras com produtores rurais não é somente evidenciada no contexto brasileiro em cidades do interior, é também observada em cidades das regiões metropolitanas e no contexto internacional em países desenvolvidos, como é o caso dos países europeus.

Nesse trabalho entende-se que a feira é instrumento importante não só para a preservação de costumes e tradições, como também um espaço para se buscar compreender os fundamentos das Ciências Econômicas sobre o viés da Teoria Microeconômica.

Considerando a importância do mercado de alimentos, e o incipiente estágio de conhecimento sobre a produção e a comercialização destes produtos em feiras livres no estado da Paraíba, este trabalho buscou contribuir para o entendimento das relações entre o produtor e o consumidor a luz da Teoria Microeconômica. As feiras livres persistem no tempo e é recurso muito utilizado para o abastecimento de alimentos frescos, produtos especiais e produtos com identidade territorial que advenham do cultivo orgânico, e são reconhecidamente espaços privilegiados de socialização e resgate cultural.

A agricultura orgânica pode ser definida como um sistema de produção em que ocorre a isenção da aplicação de agroquímicos e outros insumos que podem apresentar algum efeito de toxicidade ao ser humano. Este tipo de produção pode ser aplicado tanto a produtos de origem animal quanto vegetal, os quais possuem destaque no mercado brasileiro. Segundo Ormond *et al.*

(2012) este tipo de alimentação pode ser considerado adequada e pode garantir um equilíbrio da prática agropecuária, ser humano e meio ambiente.

A conscientização do consumidor em relação aos benefícios para a saúde dos alimentos e bebidas orgânicos e seu uso disseminado na indústria de alimentos e bebidas é um dos fatores mais importantes que impulsionam o crescimento do mercado global de alimentos e bebidas orgânicos.

Dessa forma, o problema de pesquisa que esse trabalho busca responder foi se **a teoria microeconômica, relativa à oferta, demanda e preço, comunga com as práticas aplicadas na feira livre do município de Sumé, no ano de 2022?**

Tais questões serão respondidas a partir da abordagem da teoria microeconômica, tendo como objeto de estudo, a feira livre do Município de Sumé, Paraíba - PB.

Nesse sentido, o objetivo geral foi identificar a aplicabilidade da teoria microeconômica na feira livre no município de Sumé, PB no ano de 2022. Para atingir tal objetivo, destacam-se como objetivos específicos: a) caracterizar o perfil dos ofertantes; b) averiguar a possibilidade de combinação de preço entre os ofertantes de produtos e; c) analisar o comportamento dos demandantes nesse mercado.

Assim esse estudo encontra-se estruturado da seguinte forma: a presente sessão constitui a introdução, que será seguida pelo referencial teórico, posteriormente apresentamos alguns estudos relacionados ao tema, na sequência o Município de Sumé, PB, seguido pela metodologia a ser utilizado para desenvolver esse trabalho e posteriormente a análise dos dados obtidos através da aplicação de um questionário semiestruturado. Por fim, apresentam-se as considerações finais e as referências.

## 2 REFERENCIAL TEORICO

Neste item serão apresentados conceitos sobre Teoria Microeconomia e suas relações com as feiras livres e agricultura familiar. A partir de referências buscaram-se fundamentar a discussão dos mercados alternativos, cadeias curtas e relações de agricultores com os consumidores subsidiando assim os resultados da pesquisa apresentados posteriormente.

### 2.1 Teoria Microeconômica

A microeconomia ou teoria dos preços analisa a formação de preços no mercado, isto é, como a empresa e o consumidor se interagem e decidem o preço e a quantidade de um produto ou serviço. Estuda o funcionamento da oferta e da demanda (procura) na formação do preço. Para Pindyck e Rubinfeld (2010, p. 4) a microeconomia é um “ramo da economia que lida com o comportamento de unidades econômicas individuais – consumidores, empresas, trabalhadores e investidores assim como os mercados que essas unidades englobam”.

No quinto capítulo de seu livro Fundamentos de Economia, cuja terceira edição publicada em 2008, Vasconcellos (2008) conceitua demanda e oferta e descreve a relação de ambas na composição do equilíbrio de mercado, visando à compreensão dos leitores da dinâmica interatividade de preços, quantidades de produtos ofertados, demanda e percepção de valor que formam a famosa relação de Oferta e Procura.

De acordo com Giglio (2002), a teoria econômica diz que o consumo é ditado por escolhas racionais a partir da disponibilidade de produtos e dos recursos necessários, ou seja, os desejos são infinitos, mas as possibilidades de satisfazê-los são limitadas, e a renda é um desses fatores limitantes. Por sua vez, Vasconcellos (2008) destaca a importância da utilidade, que em seu conceito representa o grau de satisfação atribuído pelos consumidores a bens e serviços disponíveis no mercado.

Referindo-se a oferta e demanda, Wessels (2003, p. 25) diz que “[...] é importante separar os compradores (demandantes) dos vendedores (ofertantes) de um bem. Isso ocorre porque eles reagem de maneiras diferentes a variações de preços assim como a mudanças de outras variáveis”. Desse modo, observa-se esse comportamento do mercado como constante em todos os locais e situações que possam ser mensuradas e analisadas. Nessa perspectiva a Teoria da oferta e da demanda considera como compradores e vendedores se comportam e como interagem uns com os outros. Mostra como a oferta e a demanda determinam preços em um mercado e como os preços, por sua vez, determina a alocação de recursos econômicos escassos.

A Lei da demanda, de acordo com Wessels (2003), diz que a quantidade de um determinado bem diminui quando o preço sobe e cresce quando há redução de preços, agindo de modo, maneira inversa na mudança dessas duas variáveis. No caso da lei da oferta, a “quantidade ofertada aumentará quando o preço subir e diminuirá quando o preço cair” (WESSELS, 2003, p. 29).

Isso posto, um mercado pode ser entendido como um grupo de compradores e vendedores de um bem ou serviço específico. Os compradores como um grupo determinam a demanda pelo produto; e os vendedores como

um grupo determinam a oferta do produto. Alguns mercados são altamente organizados (ex.: *commodities* agrícolas), outros nem tanto (ex.: sorveterias).

## **2.2 Conexões entre Economia, Mercado e Agricultura familiar.**

No prefácio do livro: Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos Sergio Schneider (2013) destaca que o estudo sobre os mercados e os processos de inserção dos agricultores em relações mercantis ganhou inaudito interesse e proeminência nos anos recentes. As pesquisas sobre a construção de mercados, os processos de mercantilização e a inserção dos produtores em cadeias mercantis estão entre as mais inovadoras e que atraem maior interesse e afluência. Obviamente, estes trabalhos não estão retomando a velha discussão sobre o desenvolvimento do capitalismo na agricultura com o aparecimento de formas de inserção mercantil.

De acordo com Schneider (2013) no Brasil, a perspectiva que focaliza pesquisas sobre os mercados em estudos sobre agricultura familiar e desenvolvimento rural amadureceu nos últimos anos e um conjunto de trabalhos tem sido publicado em diferentes fóruns e periódicos científicos. Disseminam-se estudos sobre cadeias curtas de comercialização e certificação de produtos (RADOMSKY, 2010), mercados para produtos de qualidade (NIEDERLE, 2011), formação de laços sociais entre produtores e consumidores (TRICHES; SCHNEIDER, 2010), efeitos econômicos positivos para o desenvolvimento territorial rural (CONTERATO, 2008), reconfiguração de identidades sócios profissionais no meio rural (SCHULTZ, 2008); além de distintas abordagens acerca do papel das políticas públicas para aquisição de produtos da agricultura familiar (GRISA, 2010).

Para Schneider (2013) mercados não são apenas espaços de interação entre demanda e oferta, circunscritos às leis de formação da riqueza econômica, sua alocação e distribuição nas sociedades. Os mercados passam a ser percebidos e entendidos como espaços de interação social, formados através de sinais e relações que não são apenas materiais e tangíveis, mas fundamentalmente ativados mediante interações sociais, culturais e cognitivas. Em outras ocasiões, a noção de “mercado” adquire um sentido mais concreto, revelando-se um espaço de interação onde ocorrem trocas, diálogos, negociação, conflito, compra e venda.

Este é o caso das feiras, das mercearias, dos supermercados e das casas comerciais, etc. Seja qual for o entendimento, os mercados possuem importância crucial na vida das pessoas, contribuindo para definir amplas esferas da organização social, política e cultural das sociedades. Nesse sentido, a ideia de comercialização na agricultura familiar sempre esteve ligada ao comércio local à questão regional.

## **2.3 Feiras livres e mercados alternativos cadeias curtas de comercialização de alimentos**

As cadeias curtas ou mercados de venda direta agricultor – consumidores são onde há um relacionamento de proximidade entre os agricultores e os consumidores dos alimentos. São mercados nos quais esta relação de proximidade pode se dar em uma feira de produtor local, através de

vendas nas ruas, casas ou locais de trabalho dos consumidores, ou até na própria agroindústria ou casa dos agricultores. Estes mercados também são tidos como principais pelos agricultores em função da autonomia que estes lhes preservam, pois, nestes, os agricultores produzem seus alimentos, vendem-nos aos seus consumidores conhecidos e leais, a preços negociados na hora da troca e não dependem da legislação institucional. Um exemplo dessa autonomia são as vendas realizadas pelas experiências, as quais, em 86,7% dos casos, são feitas pelo próprio núcleo familiar, sem haver intermediários ou vendedores contratados (GAZOLLA, 2013).

Para Morel *et al.*, (2015, p.44), “algumas características fazem das feiras livres um ambiente de comercialização, que atrai muitos consumidores até os dias atuais”. Nestes locais a palavra ainda prevalece mais do que o código de barras de um produto, pois é no grito do feirante ou na pechincha dos consumidores que as feiras vêm sobrevivendo ao avanço dos supermercados.

Talvez essa seja uma boa vantagem competitiva que os feirantes têm em relação aos supermercados e funcionários que não abordam os seus clientes para lhe oferecer frutas, verduras ou legumes com um jeito especial, característico (SILVEIRA *et al.* 2017).

Para Silveira *et al.* (2017) dentre essas características se destacam a oferta de alguns produtos diferenciados no qual são produzidos de forma artesanal e em pequena escala, e as relações de amizade e confiança que se encontram nesse local através dos vendedores e compradores ao longo do ato de “fazer a feira”, ou seja, os vendedores chamam atenção dos seus clientes ao expor suas mercadorias bem apresentadas, limpas e com aspecto atraente, despertando o interesse sobre a qualidade de seus produtos e enfatizando os benefícios e valores ali existentes. Apesar dos avanços alcançados em termos de políticas públicas para a agricultura familiar, a persistência de gargalos ao escoamento da produção constitui um dos entraves principais para o seu pleno desenvolvimento. Permanece a importância de pesquisas e estudos sobre os mercados de comercialização desses produtos, através de vendas diretas, como nas feiras, que possam auxiliar o aperfeiçoamento tanto da ação pública e das decisões coletivas daqueles que optam por esta estratégia.

O estudo de Sant’Ana *et al.*, (2013), demonstra que a comercialização direta ao consumidor, realizada pelos agricultores familiares do noroeste do Estado de São Paulo, apoia-se em uma grande diversidade de produtos e de estratégias dos produtores para coloca-los no mercado e que acaba gerando uma renda muito significativa. Estas relações baseiam-se em uma qualidade partilhada por produtores e consumidores, que combina valores tradicionais e preocupações mais recentes (como o menor uso de insumos químicos sintéticos na produção) e, na visão dos produtores, é uma forma de ter maior autonomia e liberdade para organizar a produção, negociar os preços e ampliar seus conhecimentos e relações sociais.

Neste sentido a feira livre é um tradicional mercado que ocupa espaços públicos em diversos municípios do Tocantins. Este é um ambiente propício para as trocas comerciais (e sociais) dos agricultores familiares e que também permite sua inclusão em demais mercados alternativos. Por isso a relevância em manter e fomentar as feiras locais que contribuem significativamente para dinamizar as cadeias curtas de comercialização (SOUSA e BERALDO, 2020).

## **2.4 O Município de Sumé, PB: aspectos socioeconômicos e a importância do comércio local.**

O Município de Sumé, estado da Paraíba, está localizado, através de buscas no (IBGE,2023) na região do Alto Rio Paraíba, inserida no Polígono das Secas, a área possui um clima do tipo semiárido quente, com chuvas de verão. Esse clima caracteriza-se pela insuficiência de precipitações; a sua vegetação é constituída pela caatinga xerófitica, comum do sertão nordestino, sendo representada por Bromeliáceas e Cactáceas, conhecidas popularmente como macambira, marmeleiro, umburana, catingueiro, xique-xique, facheiro, jurema, etc.

No momento em que esse trabalho se desenvolve, o município de Sumé, PB, tem cerca de 16.966 habitantes e o PIB da cidade é de cerca de R\$ 184,7 milhões de, sendo que 49,2% do valor adicionado advém da administração pública, na sequência aparecem as participações dos serviços (36,1%), da indústria (49,2%) e da agropecuária (7,1%). (IBGE, 2023).

Tem como municípios limítrofes ao norte: São José dos Cordeiros e Itapetim (PE); ao sul: Camalaú e Monteiro; a leste: Serra Branca e Congo; à oeste: Ouro Velho, Prata e Amparo.

Sob o relato de Joffily (1988), nas últimas décadas do século XIX, a pequena vila de São Tomé já sediava uma feira livre com comerciantes e produtores de toda sua circunvizinhança, caracterizado como polo de relações de troca, ainda que em seu entorno existissem polos maiores de comércio como a cidade de Alagoa do Monteiro e Serra Branca.

No início do século XX, as relações comerciais passaram a se intensificar, surgindo às primeiras unidades fixas, como pequenas bodegas, lojas de tecidos e assessórios básicos que, na maioria dos casos, ocupavam o mesmo galpão, sendo discriminadas apenas por paredes de compensado – para que os tecidos não absorvessem o cheiro das demais mercadorias. Mas que simultaneamente era complementada por comércios periódicos, responsáveis pelo comércio de mercadorias “raras” ou de menor procura, ofertadas por feirantes ou tropeiros (SILVA, 2011).

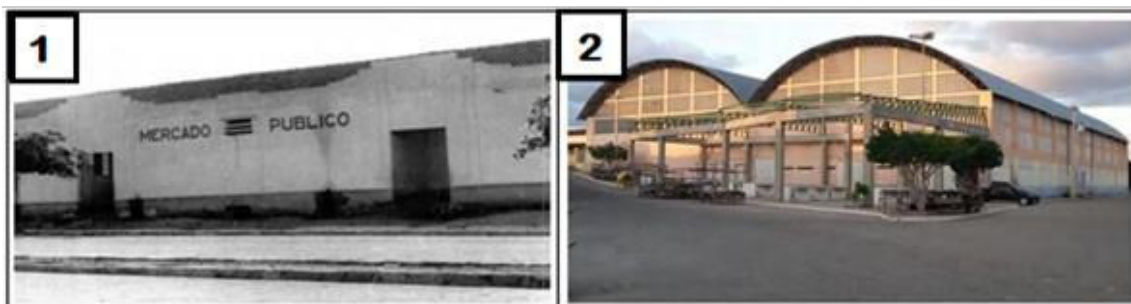
O pequeno comércio ainda exerce significativa influência econômica e social nas pequenas localidades urbanas. No caso da cidade de Sumé-PB, este ocupa lugar de destaque no centro comercial da cidade, especialmente, através da feira-livre municipal e dos comércios de hortaliças, exercendo considerável influência na formação e (re)formação do espaço urbano, contribuindo para delimitação da área comercial e da valorização do seu urbano próximo a essas áreas intensificadas. Do mesmo modo que leva a bairros mais afastados os serviços de comércio.

Tratando-se do caso de Sumé, pode-se constatar que os fluxos de capitais tomaram maior corpo a partir de 1950, quando o aglomerado passou ao status de sede municipal, e um novo mercado público fora construído em frente a BR-412, recebendo o nome de Avenida 1º de Abril, o principal eixo dinamizador da cidade. Após a construção do novo mercado em 2001, houve a proliferação de políticas higienistas e de controle de qualidade, além da na circulação das mercadorias que, em virtude da própria localização geográfica e do acesso à cidade, contribuiu para que se desenvolvesse de modo rápido. Assim, logo na década de 1980, tornou-se um dos principais centros de comércio e serviços do Cariri Ocidental Paraibano.

Historicamente, a Feira-livre de Sumé se constitui como um dos mais importantes mercados públicos localizado na Região Imediata de Sumé, simultaneamente, funcionando na concentração e dispersão dos capitais, em especial, *bens salariais*. Dessa forma, sendo legitimada pelo uso social, estruturando o espaço social mediante a realização de trocas, tornando-se de suma importância para dinamização da economia local, ou seja, rural e urbana (COSTA,2019).

As atividades comerciais de pequena dimensão, presente nas feiras livres, entre outras formas comerciais marcadas por seu caráter familiar e pequena inserção de capital, existentes em inúmeras cidades locais interioranas, reunindo práticas e formas comerciais bastante antigas. Apesar do conjunto de transformações sociais ocorridas nos últimos anos, às feiras não perderam completamente o seu caráter tradicional comercial e cultural, abastecendo as classes menos providas de capital com mercadorias e serviços ditos como hegemônicos sob menor valor monetário, além de exercer significativa centralidade entre os municípios interioranos (SANTOS, 2016).

Apesar das feiras livres serem tidas como espacialidades de cobertura regional, estas formas comerciais ainda privilegiam os fluxos em escala local, reunindo mercadorias, clientes e as especificidades de sua circunvizinhança (COSTA, 2019). Caracterizada por constituir-se, enquanto pertencente ao circuito de ondas curtas, como importante elemento para dinamização socioeconômica das pequenas cidades do interior nordestino tornando-se capazes e estimular a produção local, tal como a modernização técnica.



**Figura 1:** O Mercado Público Municipal de Sumé, PB na década de 1980.

**Figura 2:** Relocação do Mercado Público Municipal O atual Mercado Público Municipal de Sumé em 2018

**Fonte:** COSTA (2019)

## 2.5 Estudos Anteriores

**Quadro 1 – Estudos Anteriores sobre o tema**

Autor/ Ano	Título	Objetivo	Achados
<b>NASCIMENTO, JAEGGI; SALUCI; GUIDINELLE &amp; ZACARIAS (2016)</b>	Perfil dos Feirantes de Hortalças do Município de Alegre – ES	Caracterizar o perfil dos vendedores de Hortalças na feira livre do município de Alegre – ES, quanto às suas preferências, exigências e reclamações.	Com base nos resultados obtidos, a maioria dos feirantes é do sexo masculino, com idade entre 30 e 50 anos, casado, natural desse município, moradores da zona rural, com ensino fundamental incompleto e com três pessoas na família. Os feirantes, em sua maioria, produzem na própria propriedade e comercializam seus produtos sempre que é realizada a feira. O rendimento obtido com a feira, para a maioria, é extra e o lucro médio mensal entre um e dois salários mínimos. A insatisfação foi questionada pela maioria dos feirantes que alegam que as barracas não são organizadas e a feira não é coberta.
<b>DIAS (2020)</b>	Uma análise de mercado a partir da feira livre de Luzimangues porto nacional, Tocantins – TO.	Analisar à luz da Teoria Microeconômica as relações de mercado da feira livre do Distrito de Luzimangues município de Porto Nacional, Tocantins.	Os resultados demonstraram como funciona o mercado e, como os feirantes determinam os preços e mantem uma relação com os consumidores. Destaca-se que há uma combinação de preços, ou seja, há uma tabela de preços praticados na feira. Os feirantes justificam a combinação de preços para terem lucros e não prejudicar a barraca ao lado que vende os mesmos produtos, assim todos podem ganhar e continuarem no mercado.
<b>SILVA&amp;BORGES (2020)</b>	As feiras-livres da agricultura familiar em Arapiraca, Alagoas, Brasil.	Analisar o potencial de impacto socioeconômico das duas feiras-livres na agricultura familiar, localizadas em Arapiraca, Alagoas.	A partir disso, verificou-se que as duas feiras caracterizadas como universo de estudo desta pesquisa qualificam-se com papel importante dentro do contexto socioeconômico dos agricultores familiares participantes, por possibilitar maior retorno financeiro através da venda direta e exclusão da participação dos atravessadores nas vendas. Além disso, o grupo de produtores orgânicos evidenciou a satisfação em saber que vendem produtos saudáveis, sem uso de agrotóxicos.



<b>PALMEIRA, CARVALHO &amp; CAETANO (2021)</b>	A feira-livre da agricultura familiar de venda nova do Imigrante/ES Em tempos de covid-19: a percepção protagonista dos feirantes.	Analisa-se a percepção e as estratégias de comercialização da produção adotadas pelos trabalhadores da Feira-livre de Venda Nova do Imigrante diante das medidas de contenção da Covid-19 pela prefeitura.	Assim, revela-se o protagonismo da agricultura familiar, sua capacidade de representação e comunicação com a Prefeitura para a mencionada adequação, bem como o diálogo a partir de uma organicidade construída pela coletividade. Também merece menção a pressão exercida para a flexibilização do uso dos tickets pelos servidores públicos, que por três Gestões municipais recebem tal recurso.
<b>MENESES &amp; PEDROSA (2021)</b>	Muda-se de lugar, mantêm-se os hábitos: estudo sobre a feira livre do bairro de São José-Recife/PE.	Prosseguir com o observatório iniciado em 2017, acerca da educação ambiental nas feiras livres do Recife e região Nordeste.	Percebeu-se que mesmo como a mudança de local, os feirantes continuaram descartando resíduos no chão ainda que exista coletor próximo. Uma das causas é a ausência de ações de sensibilização ambiental, que contribui para a continuidade do descaso com a saúde pública e com o meio ambiente por parte dos feirantes. Compreendeu-se também que o local precisa urgente da presença dos órgãos sanitários para que haja uma forte ação de sanitização e conscientização dos feirantes sobre as formas de prevenção e contágio do vírus da covid-19.
<b>SILVA (2021)</b>	Economia solidária e popular: um estudo de caso dos Agricultores Familiares de Veredinha – MG	Identificar as características políticas, culturais, organizativas e econômicas inerentes à prática tradicional da Feira Livre no município de Veredinha, Minas Gerais.	Foi possível constatar que os agricultores familiares de Veredinha resistem por meio das práticas socioprodutivas cultivadas no espaço da feira, cujas permanências, modificações culturais, produtivas, comerciais emergem com o tempo por meio das relações entre os sujeitos e o próprio lugar onde estão inseridos. A Feira de Veredinha é resultado da resistência dos agricultores familiares frente às políticas desenvolvimentistas a partir de 1970. O fortalecimento identitário e associativista dos agricultores familiares feirantes acontece via ações e projetos, apoiados por organizações não governamentais, associação local e, atualmente, por meio de políticas públicas de incentivo a produção da agricultura familiar.

Fonte: Elaboração própria (2022)

### 3 METODOLOGIA

Nesta pesquisa utiliza-se de técnicas quali-quantitativas, ou seja, uma abordagem metodológica mista, que permite a integração e complementaridade entre as abordagens qualitativa, pois busca o entendimento, descrição e descoberta de dados, assim como sua quantificação (GIL, 2010).

Trata-se de um estudo exploratório e descritivo sobre as relações de mercado tendo como empírico os produtores (feirantes) que comercializam seus produtos e os consumidores da feira livre no município de Sumé - PB. Para tanto se utilizará das teorias e abordagens da Ciência Econômica, mais precisamente da Teoria Microeconômica, lei da oferta e demanda.

As observações foram realizadas no período compreendido entre outubro de 2022 a dezembro de 2022. O universo da pesquisa são as 80 bancas se dividem de acordo com o quadro 02. Porém cabe ressaltar que nem todas as bancas disponíveis estão funcionando e que nem todos os feirantes quiseram participar da pesquisa. Portanto, foram ouvidos cerca de vinte e cinco (25) feirantes (que responderam amostra da pesquisa), por serem os que frequentam há mais tempo e com mais assiduidade. Assim, e metodologicamente, este estudo está dividido em três etapas descritas a seguir.

Para responder a pergunta principal do trabalho foi usado o método de observação participante com roteiro pré-estabelecido. A observação realizada durante a pesquisa possibilitou conhecer e vivenciar a realidade dos produtores e consumidores da feira. Foi aplicado um questionário semiestruturado com um total de 24 questões das quais 11 são questões fechadas e as demais abertas aos feirantes, totalizando 25 entrevistas. A abordagem foi feita por meio de comunicação direta “*in loco*” com o respondente que constitui a forma tradicional para a coleta de dados primários. O questionário envolveu perguntas sobre o perfil social, econômico e educativo dos feirantes. Em relação ao perfil socioeducativo foram questionados aspectos referentes tanto aos dados pessoais como gênero, faixa etária, naturalidade, local e zona onde reside, grau de instrução, assim como aqueles relacionados diretamente às atividades na feira, como, por exemplo, quais os principais desafios enfrentados, rendimento, lucro médio, venda em outro local ou estabelecimento. A análise dos dados foi realizada por meio de estatística descritiva, utilizando tabelas para a apresentação dos resultados.

**1ª. Etapa:** Revisão bibliográfica acerca do tema, e das abordagens da Microeconomia extraída de bases de dados como Google acadêmico, SciELO, em periódicos e artigos, teses e dissertações, em sites institucionais da Web, tais como, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), Instituto de Geografia e Estatística (IBGE), Empresa Brasileira de pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), entre outros que abordam sobre Feiras Livres com enfoques nas legislações vigentes, e principais políticas públicas para agricultores familiares.

**2ª. Etapa:** Levantamento e a tabulação dos dados sobre os feirantes produtores na feira livre do município de Sumé – PB.

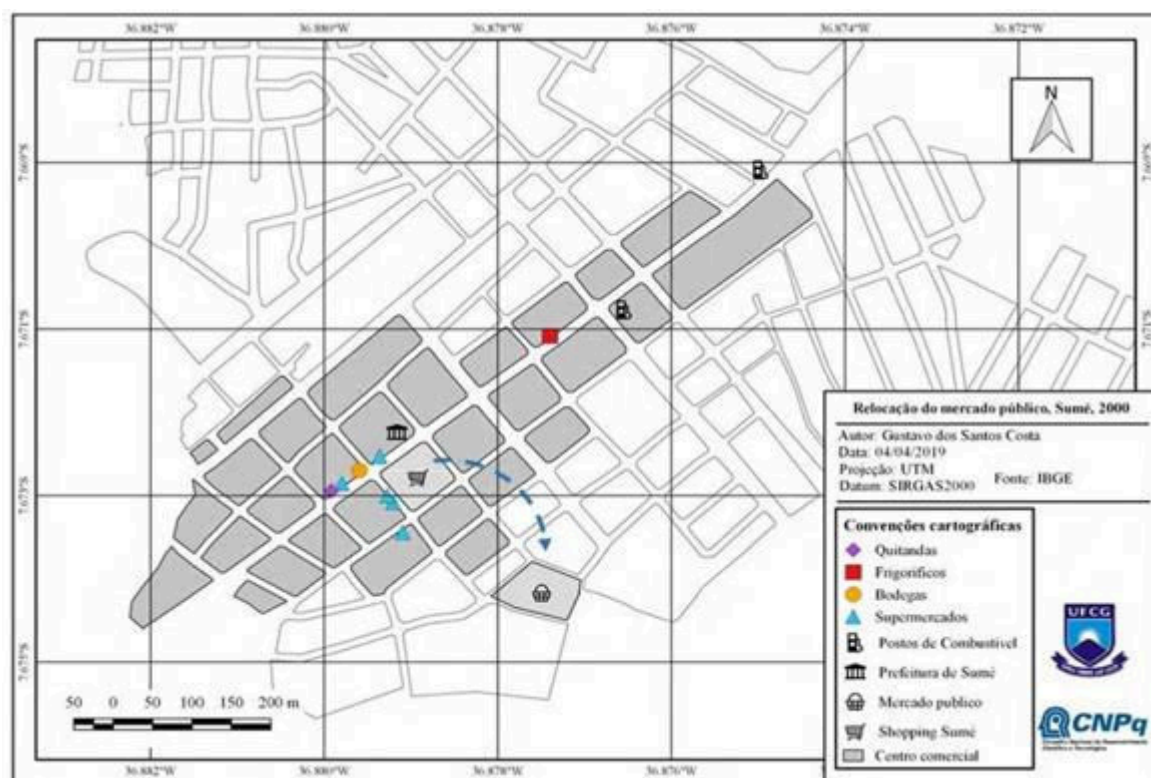
**3ª Etapa:** Análise descritiva dos dados coletados, por meio de tabelas e gráficos formulados na ferramenta Excel®, com o intuito de responder à questão central da pesquisa. A análise será feita à luz da Teoria do consumidor ou lei da oferta e da demanda.

No tópico a seguir apresentam-se os resultados da pesquisa para atender ao objetivo principal deste trabalho de compreender um pouco mais sobre as relações de mercado à luz da Teoria Microeconômica usando como empírico a Feira livre do município de Sumé – PB.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No ano de 2003, viabilizada por todo um discurso modernista (gentrificacionista) em prol da higienização, padronização e normatização dos espaços, a Prefeitura Municipal de Sumé inaugura um novo Mercado Público Municipal. Em tese, o novo mercado público pretendia expandir o centro comercial em outras direções, buscando descentralizar os serviços e amenizar os problemas urbanos promovidos pelo trânsito de automóveis e pela concentração comercial em uma pequena área. Dessa forma, o novo mercado foi construído fora do centro comercial tradicional, em um bairro residencial na periferia da cidade. Como demonstrado no mapa abaixo:

**Mapa 01** – Mapeamento do Centro Comercial Tradicional de Sumé



Fonte: COSTA (2019)

A circulação regional de capitais promovida pelo trabalho e pelo consumo na Feira Municipal de Sumé foi responsável por criar condições materiais e simbólicas para o desenvolvimento de outras formas comerciais no entorno da feira que, ao inverso da periodicidade da feira livre, possuem estrutura permanente. Neste sentido, constata-se que as modalidades de comércio que compõe o centro comercial se expandiram pelas ruas adjacentes a feira livre e pelas vias localizadas entre o ponto de parada dos transportes alternativos e o mercado público.

Seguindo o raciocínio segue o quadro com a disposição das bancas da feira citado anteriormente.

**QUADRO 2 –** Divisão do espaço onde se localiza a feira.

QTD BANCAS	FEIRANTES INTERNOS	QTS BANCAS	FEIRANTES EXTERNOS
04	BANCAS DE CEREAIS	20	Barracas que variam entre vestuário, artesanato, brinquedos, utensílios de jardinagem, cozinha e entre outros, animais, tecidos.
07	BAR E RESTAURANTES		
02	LANCHONETES		
20	PRODUTOS AGROECOLÓGICOS		
<b>TARIMBA</b>			
08	PEIXES		
27	CARNES		

**FONTE:** Dados da Pesquisa, elaboração do autor (2022).

De acordo o quadro acima demonstra a disposição das bancas na feira de Sumé. Entretanto, foram adquiridas as seguintes informações que nem todas as bancas estão em uso de acordo com o senhor Nelson Brito coordenador do mercado público apenas 50% está em uso seguindo a seguinte disposição nas bancas internas: duas bancas de cereais; quatro de bares e restaurantes; duas lanchonetes; oito de produtos agrícolas. E nas tarimbas estão com a seguinte disposição: cinco bancas de peixes e dez de carnes e nas bancas externas estão sendo usadas apenas nove bancas.

A feira livre em Sumé teve sua fundação em 1950, funciona duas vezes por semana: as segundas e sextas-feiras das 04h00min às 10h00min horas da manhã. As edições de sexta-feira possuem uma frequência menor e as de segunda-feira contabilizam uma presença maior de produtores e consumidores. (COSTA, 2019.)

O grupo de feirantes da feira livre de Sumé é composto por homens e mulheres sendo eles a maioria de meia idade, casados, com escolaridade até o ensino fundamental ou médio e que atuam nas feiras alguns há mais de duas décadas outros há quase uma década. As feiras têm caráter familiar e são, por vezes, os únicos meios para obtenção do sustento ou complemento da renda através da comercialização majoritária de vegetais frescos. No entanto, os produtos comercializados podem ser ou não oriundos da produção do feirante.

Apesar da presença do sentimento de satisfação do lado dos ofertantes (feirantes), os relatos acerca dos problemas enfrentados revelam uma necessidade de melhoria na estrutura entre outros aspectos.

**Tabela 1 -** Gênero e Idade dos feirantes cadastrados

Gênero	Faixa etária					Total (%)
	18 a 25 anos	25 a 35 anos	35 a 45 anos	45 a 55 anos	55 a 60 anos	
<b>Feminino</b>	01	-	05	07	06	81%
<b>Masculino</b>	01	-	01	02	03	06%
<b>Total</b>	02	-	06	09	08	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022)

Quanto ao perfil socioeconômico dos ofertantes, os produtores têm 18 a 60 anos. A Tabela 1 apresenta a faixa etária e o sexo dos ofertantes. Sendo que há a predominância de mulheres de 45 a 55 anos, o que representa 81% dos ofertantes.

**Tabela 2 -** Estado civil.

Tipo	Total	Percentual (%)
<b>Solteiro (a)</b>	10	40%
<b>Casado (a)</b>	12	48%
<b>Divorciado (a)</b>	01	4%
<b>Viúvo (a)</b>	02	8%
<b>Relacionamento estável</b>	-	-

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Dentre os entrevistados, (48%) são casados e possuem famílias, o que significa, a princípio, que por serem casados utilizam a renda da feira para o sustento familiar. Em estudo semelhante ocorrido junto aos feirantes de Campinas – SP, realizado por Mondin (2009), encontrou resultados semelhantes.

**Tabela 3** – Números de filhos e quantidade de pessoas residentes na mesma casa.

Qtd. Filhos	Total	Percentual (%)	Qtd residentes	Total	Percentual (%)
<b>01 a 05</b>	21	84	<b>01 a 05</b>	24	96
<b>05 a 10</b>	-	-	<b>05 a 10</b>	01	04
<b>Nenhum</b>	04	16			

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em relação ao número de filhos por família o maior percentual foi de um (01) e cinco (05) filhos por família, totalizando (84%) e 16% corresponde nenhum filho na família. E com relação à quantidade de residentes na casa 96% disseram que entre um e cinco pessoas residem com ele e 4% que entre 05 e 10 pessoas residem na mesma casa.

**Tabela 4** – Residência e Zona

Tipo	Total	Percentual (%)	Zona	Total	Percentual (%)
<b>Própria</b>	18	72	<b>Rural</b>	05	20
<b>Alugada</b>	03	12	<b>Urbana</b>	20	80
<b>Cedida</b>	03	12			
<b>Outros</b>	01	04			

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Foi observado que 72% dos entrevistados possuem residência própria se contrapondo com 12% alugada, 12% cedida e 04% responderam outra situação que não quiseram responder. E 80% responderam que sua família reside na zona urbana e 20% na zona rural do município estudado. Em estudo semelhante ocorrido junto aos feirantes de Alegre–SC realizado por Nascimento, Jaeggi; Saluci; Guidinelle & Zacarias (2016) afirmaram em sua maioria residem na zona rural.

**Tabela 5** – Das pessoas com quem residem quantas trabalham como feirante? E fonte de renda principal.

Trabalham como Feirante			Fonte/renda	Total	Percentual (%)
Qtd.	Total	Percentual (%)			
<b>01</b>	13	52	<b>Feira</b>	17	68
<b>02</b>	11	44	<b>Aposentadoria</b>	03	12
<b>03</b>	01	04	<b>Funcionário público</b>	-	-
<b>04</b>	-	-	<b>Comercio</b>	-	-
			<b>Outros</b>	05	20

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Dentre os entrevistados quando foram questionados sobre a quantas pessoas do grupo familiar trabalham na feira, 52% dos respondentes disseram que apenas uma (01) trabalha como feirantes e 44% responderam que duas (02) pessoas e 04% que três (03) pessoas trabalham como feirante. E 68% dos entrevistados disseram que sua principal fonte de renda advinha do trabalho como feirante, 12% de aposentadoria e 05% optaram por outro meio de sustento onde não quiseram especificar.

**Tabela 6** - Escolaridade dos feirantes entrevistados e há quanto tempo trabalha como feirante.

<b>Tempo/anos</b>	<b>Total</b>	<b>Percentual (%)</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Total</b>	<b>Percentual (%)</b>
<b>01 a 05</b>	08	32	<b>Ensino fundamental completo</b>	06	24
<b>05 a 10</b>	01	04	<b>Ensino fundamental incompleto</b>	09	36
<b>10 a 15</b>	03	12	<b>Ensino médio completo</b>	07	28
<b>Mais de 15</b>	13	52	<b>Ensino médio incompleto</b>	01	04
			<b>Ensino superior completo</b>	02	08
			<b>Ensino superior incompleto</b>	-	-

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022)

A maioria dos feirantes não tem o ensino fundamental completo, totalizando (36%) isso significa que os jovens rurais que, anteriormente, migraram para os centros urbanos em busca de melhor qualidade de vida se diplomaram casaram e não retornaram para o meio de origem, enquanto os que permaneceram que não tiveram a mesma oportunidade, hoje trabalham e vivem do campo.

Quando lhes foram questionados sobre o porquê optou por esse tipo de trabalho como feirante, 40% dos entrevistados responderam que começaram a trabalhar nessa área para ajudar a família, 36% porque gostam e se recolhesse na agricultura e 24% porque não tiveram outra oportunidade na época e com isso acabaram ficando nesse ramo.

Dentre os entrevistados quando foram questionados sobre quais os desafios enfrentados nessa profissão 56% responderam que a clientela pós-pandemia diminui muito e que pelos mercados, mercearias, sacolões aderirem às entregas em domicilio muitos dos clientes se acomodaram ao conforto de suas casas e isso tem feito que a procura a feira fique em segundo plano, 28% responderam que encontrar produtos de qualidade e com preços acessíveis pra revenda tem sido cada dia mais difícil; 12% se queixão da estiagem e 4% conciliar a vida de mãe (dona de casa) com a profissão. Em sequência fora perguntado se a venda é fixa (semanalmente) e qual o período mais crítico nas vendas e foram obtidas as seguintes respostas: 80% dos entrevistados disseram que sim sua venda na feira é fixa (semanalmente) e 20% que não que vai apenas de 15 e 15 dias. 48% responderam que o período mais crítico nas vendas é final de mês, pois eles observaram que há uma queda na frequência dos clientes, 20% sinalizaram que após a pandemia as vendas diminuiriam consideravelmente e 32% disseram que o início de ano devido à seca a produção cai e com isso as vendas também.

Com relação aos lucros obtidos foi questionado se são suficientes para arcar com as despesas do dia a dia ou se possuem alguma outra atividade complementar, 68% dos entrevistados responderam que não e que eles possuem outros meios como, por exemplo, aposentadoria, benefício social, e também desempenham

outras funções tais como pedreiro, diarista, etc... Para complementar a renda em contrapartida 32% respondeu que sim, que os lucros obtidos com as vendas na feira é o suficiente para sanar com as despesas do dia a dia.

Com relação à infraestrutura da Feira quando lhe questionado 40% responderam que não que deveria ser realizada uma reformulação das disposições das bancadas e por ser não ser nas ruas centrais das cidades acaba que os clientes não se dispõem em ir à procura e acaba consumindo no centro da cidade. Em contrapartida 60% responderam que estão sim satisfeitos com a estrutura da feira.

Quanto ao método utilizado para atribuição de preço de venda e se os preços que são repassados aos clientes são os mesmos em toda feira fora obtidos as seguintes respostas: 48% responderam que depende do valor pego com o fornecedor para revenda, 04% disseram que alocação de preço de venda depende da temporada; 32% responderam que os preços de venda são decididos como um acordo em associação e 16% não quiseram responder. Em relação aos preços na feira 84% dos entrevistados não quiseram responder e 16% responderam que depende muito do fornecedor ao qual eles compram os produtos para revenda.

Quando lhe foram questionados se os clientes da feira sumeense são fixos 76% dos entrevistados responderam que sim e que tem clientes que faz as compras até em dias que não corresponde aos da feira em contrapartida 24% responderam que não que muitas das vezes os clientes já têm comprado suas mercadorias nos supermercados, sacolões, vendas e etc. Com isso faz com que a demanda de cliente seja inconstante.

Na percepção dos feirantes acerca dos produtos mais consumidos pelos clientes 60% dos respondentes disseram que Frutas, verduras e legumes são os mais procurados pelos clientes; 16% disseram que vestuário; 12% eletrônicos, brinquedos e acessórios e 12% laticínios (queijo e derivados) e carnes.

Com relação às vendas qual o melhor horário na sua percepção? 40% dos respondentes disseram que o período entre 08 e 9hrs da manhã é o melhor horário para as vendas, 32% que o melhor horário é entre 04h30min e 8hrs da manhã em contrapartida 28% disseram que entre 09 e 11hrs da manhã é o melhor horário em sua percepção para as vendas na feira.

Foram também questionados se eles fazem feira em outro município que não seja Sumé 68% dos respondentes disseram que só fazem a feira de Sumé em contrapartida 32% disseram que fazem outras feiras além da de Sumé que são as de Serra Branca, Congo, Monteiro e Alagoa Grande.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a luz da Teoria Microeconômica as relações de mercado da feira livre do município de Sumé, Paraíba. Pode-se compreender a lógica dos preços praticados pelos feirantes como também quais as razões levam o consumidor a continuarem frequentando as feiras.

Com o passar do tempo às feiras livres continuam com seus encantos, sobreviveram aos supermercados, sacolões, vendas e outros. Este fato é um exemplo claro de um mercado que vem funcionando, fomentando a economia local, com a geração de postos de trabalho, mesmo sendo trabalho árduo e pesado, os feirantes continuam persistindo enfrentando crises econômicas.

Os resultados desta pesquisa demonstraram como os feirantes determinam os preços e mantêm uma relação com os consumidores. Destaca-se que na feira de Sumé há uma combinação de preços estabelecida através de associações e que também existe o fator de por quanto eles adquirem a mercadoria para revenda dos fornecedores. Os feirantes justificam tal combinação de preços para terem lucros e não prejudicar a barraca ao lado, que vende os mesmos produtos, assim todos podem ganhar e continuarem no mercado. Dessa forma fica clara a relação de reciprocidade entre os feirantes e consumidores.

Outro ponto importante é sobre os produtos ofertados na feira do Sumé, tanto os feirantes quanto os consumidores concordam, têm sempre uma boa qualidade, durante todo o período de pesquisa não foi visto nenhuma reclamação da qualidade dos produtos expostos, sempre muito limpos com uma higiene exemplar.

As pesquisas revelaram que os feirantes em sua maioria são mulheres de meia idade, atuam na área da feira livre há quase trinta anos. Os consumidores vão a feira com uma frequência semanal, já sabendo de qual feirante irá comprar, pois costumam comprar fixamente de um determinado feirante (produtor).

Conclui-se que a feira de Sumé é uma representação de mercado, e que apesar das dificuldades e desafios cotidianos ainda foram afetados pela pandemia do Covid-19, e mesmo assim, os feirantes se mostram dispostos a continuarem e os consumidores a frequentar e não se trata só de atividade econômica, mas também como uma forma cultural e tradicionalista mantendo suas origens.

Apesar das evidências econômicas e históricas que se encontram nesse estudo, sugere-se para novas pesquisas o foco voltado para a existência de registros contábeis desses feirantes a fim de se assessorar os mesmos na formação de preço de vendas e de estoques.



## REFERENCIAS

- BERALDO, K A; SUNICA, M. A de O; MELO J. A. Mercado alternativo e transição agroecológica: O caso Feirinha da UFT. **CAPIM DOURADO**, Palmas, v.01, n. 01. p. 38-46, jan. 2018.
- CONTERATO, Marcelo Antonio. **Dinâmicas regionais do desenvolvimento rural e estilos de agricultura familiar: uma análise a partir do Rio Grande do Sul**. 2008. 290 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- COSTA, Gustavo dos Santos. **A FEIRA LIVRE (R)EXISTE: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE RACIONALIZAÇÃO DO ESPAÇO DA FEIRA LIVRE DE SUMÉPB**. 2019. 92 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso Apresentado À Unidade Acadêmica de Geografia, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande - Pb, 2019.
- DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE P. A.; ALMEIDA L.; VEZZANI. F. M. (Orgs.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013, p.139-170. Acesso em abril 2022.
- DIAS, Thaisa Camilla da Silva. **UMA ANÁLISE DE MERCADO A PARTIR DA FEIRA LIVRE DE LUZIMANGUES PORTO NACIONAL, TOCANTINS**. 2020. 37 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Tocantins - UFT, Palmas - TO, 2020.
- GAZOLLA, M. Os mercados das agroindústrias familiares: produção de novidades e transição sociotécnicas no regime agroalimentar. In *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos* / Marcelo Antonio Conterato... [et al.] (Org.). – Porto Alegre: **Via Sapiens**, 2013. 358 p.: il. (Difusão IEPE/UFRGS)
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIGLIO, Ernesto M. **O comportamento do Consumidor**. 2ªed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- GRISA, Cátia; CONTERATO, Marcelo Antônio. A produção para o autoconsumo no Brasil: entre a importância econômica e o reconhecimento social. 2011. **Trabalho apresentado no 49º Congresso da SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, 24 a 27 de julho de 2011, Belo Horizonte - MG. 20p.
- IBGE. **Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias**: IBGE, 2023.
- JOFFILY, Irineu. **Gazeta do Sertão**. Nº 10. Campina Grande, 02 de Nov de 1988.h7

MENEZES, Magali Ferreira de; PEDROSA, Fábio José de Araújo. MUDA-SE DE LUGAR, MANTÉM-SE OS HÁBITOS: estudo sobre a feira livre do bairro de São José– RECIFE/PE. **Revista Equador (UFPI)**, Equador - PI, v. 10, n. 1, p. 287-302, jul. 2021.

MONDIN, S. P. Condições de trabalho e estilo de vida entre feirantes na cidade de Campinas-SP. UNICAMP. **Anais...** Campinas-SP, 2009

MOREL, Aline Pereira. et al. Negócio Feira Livre: Análise e Discussão sob a Perspectiva do Feirante. 1º ed. Santa Maria. **Revista Extensão Rural**, 2015.

NASCIMENTO, Maxwel Rodrigues; JAEGGI, Mário Euclides da Costa; SALUCI, Júlio Cesar Gradice; GUIDINELLE, Rebyson Bissaco; ZACARIAS, Alex Justino. Perfil dos Feirantes de Hortaliças do Município de Alegre – ES. **Agroecol: Cadernos de Agroecologia**, Dourados-MS, v. 11, n. 02, p. 01-08, nov. 2016.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. A Nova Arquitetura dos Mercados para Produtos Orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. In: NIEDERLE P A.; ALMEIDA L.; VEZZANI F. M. (Orgs.). Curitiba: Kairós, 2013, p. 23-68.

ORMOND, L. G. P.; PAULA, S. R. L. de; FAVERET FILHO, P.; ROCHA, L. T. M. Agricultura orgânica: quando o passado é futuro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 15, p. 3- 34, mar. 2012.

PALMEIRA, J. A.; CARVALHO, F. C. de; CAETANO, R. da C.. A FEIRA-LIVRE DA AGRICULTURA FAMILIAR DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE/ES EM TEMPOS DE COVID-19: a percepção protagonista dos feirantes. **Holos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 37, p. 01-17, mar. 2021.

RADOMSKY, Guilherme F. W. **Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual**. 2010. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SANT'ANA A. L.; SILVA, F. C.; MODENESE V. da S.; SANT'ANA, D. Z e SOUZA, G dos S. Qualidade partilhada e relações de sociabilidade entre produtores familiares e consumidores no processo de comercialização direta no noroeste paulista... p. 133. In *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos / Marcelo Antonio Conterato...* [et al.] (Org.). – Porto Alegre: **Via Sapiens**, 2013. 358 p.: il. (Difusão IEPE/UFRGS). Acesso em JAN 2023.

SANTOS, Claudio Ressurreição dos. **SHOPPING POPULAR FEIRAGUAI: ESTUDOS SOBRE A PRODUÇÃO DE UM ESPAÇO DE COMÉRCIO EM FEIRA DE SANTANA – BA**. Tese de (Doutorado em Geografia). UNESP/IGCE, 2016.

SÍLVA, Sonielson Juvíno. **Das coisas que me precederam: Histórias da cidade de Sumé- PB**. João Pessoa: EDUEPB, 2011.

SILVA, Danielle Vitorino da; BORGES, Janice Rodrigues Placeres. As feiras-livres da agricultura familiar em Arapiraca, Alagoas, Brasil. **Raízes**: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S.L.], v. 40, n. 1, p. 84-101, 03 dez. 2020. Raízes Revista de Ciências Sociais e Econômicas. <http://dx.doi.org/10.37370/raizes.2020.v40.642>.

SILVA, Adriana Rodrigues da. **ECONOMIA SOLIDÁRIA E POPULAR**:: um estudo de caso dos agricultores familiares de veredinha :: mg. 2021. 139 f. TCC (Graduação) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina, 2021.

SILVEIRA VC, OLIVEIRA ES, MARIANI, AM, SILVEIRA NF. Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina- MS. I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (Naviraí). 2017; 1(1): 1-1.

SCHNEIDER, Sergio. Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos / Marcelo Antonio Conterato... [et al.] (Org.). – Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. 358 p.: il. (Difusão IEPE/UFRGS). Acesso em FEV 2023.

SCHULTZ, Sabine Friederike. **Logística de ajuda em desastres: benefícios e impedimentos à cooperação horizontal entre organizações humanitárias**. 2008. Tese (Doutorado em Economia e Gestão) – Faculdade VII de Economia e Gestão, Universidade Técnica de Berlim, Berlim, 2008.

SOUSA, Diego Neves de; BERALDO, Keile. Abastecimento alimentar e o contexto da agricultura familiar no Tocantins em tempos de pandemia do novo coronavírus. **Gepad**: Grupo de Estudos e Pesquisas em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento, Rio Grande do Sul, v. 8, n. 8, p. 01-06, nov. 2020.

TRICHES, Rozane Marcia; SCHNEIDER, Sergio. Alimentação escolar e agricultura familiar: reconectando o consumo à produção. **Saúde e Sociedade**, [S.L.], v. 19, n. 4, p. 933-945, dez. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12902010000400019>.

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval. **Fundamentos de Economia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 355 p.

WACHSNER, S. Produtos orgânicos: que negócio é esse? **Agronegócio & Biotecnologia**, p. 22 – 24. Mar 2015.

WESSELS, W. J. Economia. São Paulo: **Saraiva**, 2003. Acesso em FEV 2023.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO SOCIO-ECONÔMICO

O presente questionário tem por finalidade traçar um perfil socioeconômico dos feirantes da cidade de Sumé, PB, a fim de fornecer dados para o Trabalho de Conclusão de Curso do aluno Marcos Adriano da Silva Souza (Mat. 152720200).

### QUESTIONÁRIO SOCIO-ECONÔMICO

1. Gênero dos feirantes entrevistados

( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Prefiro não me identificar

2. Idade dos feirantes entrevistados

( ) 18 à 25 ( ) 25 à 35 ( ) 35 à 45 ( ) 45 à 55 ( ) 55 à 65

3. Estado civil

( ) Solteiro (a) ( ) casado (a) ( ) Divorciado (a) ( ) viúvo(a)  
( ) Relacionamento estável

4. Número de Filhos

( ) 01 a 05 pessoas ( ) 05 a 10 pessoas ( ) Mais de 10: \_\_\_\_\_

5. Número de pessoas na mesma residência

( ) 01 a 04 pessoas ( ) 05 a 08 pessoas ( ) Outros: \_\_\_\_\_

6. Quanto a sua residência:

( ) Própria ( ) Cedido  
( ) Alugada ( ) Outro: \_\_\_\_\_

7. Localidade da residência:

( ) Zona Rural ( ) Zona Urbana

8. Das pessoas com quem residem, quantas trabalham como feirante?

( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) Outros \_\_\_\_\_

9. Fonte de renda principal:

- A Feira
- Aposentadoria
- Funcionário Público
- Comércio
- Outros: \_\_\_\_\_

10. Escolaridade dos feirantes entrevistados

- Ensino Fundamental completo       Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Médio completo               Ensino médio incompleto
- Superior completo                       Superior incompleto
- Outros

11. A quanto tempo você trabalha em feira?

- 01 à 05 anos       05 à 10 anos       10 à 15 anos       Mais de 15 anos

12. Por que optou por esse tipo de trabalho?

13. Quais os principais desafios da profissão?

14. Sua venda nessa feira é fixa? (Semanalmente)

15. Qual o período mais crítico de vendas?

16. Os lucros obtidos pelas vendas nas feiras são suficientes para manter os gastos do dia-a-dia?

17. Você possui outra atividade que complemente a renda familiar?

18. O ponto de venda atual atende as expectativas? Caso não, o que deveria ser melhorado?

19. Qual método é utilizado para atribuir preço as mercadorias?

20. Os preços repassados aos clientes são os mesmo em todas as feiras? Se não, o que leva a mudança?

21. Os clientes da feira sumeense são fixos? (Vem toda semana)

22. Na sua percepção quais produtos são mais vendidos na Feira.

23. Qual o melhor horário para venda nesse local?

24. Você "faz a feira" de outro município, qual?

## AGRADECIMENTOS

Enfim depois de tanta luta, entre trancos e barrancos, choros e risadas, agora a sensação é de alívio, mais uma etapa da vida concluída (demorou mais foi), só eu sei o quanto foi complicado esse percurso, mas graças a Deus eu nunca estive sozinho. Agradecer primeiramente a Deus por iluminar meu caminho e colocar gente do bem nele, gratidão a toda a minha família, em especial o grande amor da minha vida, dona Luciana vulgo mamãe por sempre dar o suporte que precisava e sempre apoiar tudo, a minha avó Dona Maria que mesmo sem entender muita coisa me dava uma palavra de apoio quando me via preocupado e também a minha voinha Carma (in memoria) que sempre falou que queria ir à minha formatura, mas sei que de onde a senhora estiver tá muito feliz por essa conquista, a meus amigos por sempre me dar uma palavra de apoio em momentos que eu estava querendo desistir (alô grupinho: galera da vilinha, concurseiros do tiktok e puarinhas), principalmente as grandes amizades que fiz durante esse percurso, Alisson, Barbara, Flávia, Nájila, Suelen, Zirelly, minha madrinha (Mariel) e ao meu parceiro de vida José Neto.

Aos meus grandes professores que contribuíram com na minha jornada acadêmica e em especial a minha querida amiga e orientadora Prof.<sup>a</sup> Me. Ilcleidene Freitas que me aceitou como orientando e teve bastante trabalho, pois eu perturbava muito, meu muito obrigado.