

# PESQUISAS AGRÁRIAS E AMBIENTAIS

Volume XI

Alan Mario Zuffo  
Jorge González Aguilera  
org.



2022



**Alan Mario Zuffo**  
**Jorge González Aguilera**  
Organizadores

**Pesquisas agrárias e ambientais**  
**Volume XI**



Pantanal Editora

2022

Copyright© Pantanal Editora

**Editor Chefe:** Prof. Dr. Alan Mario Zuffo

**Editores Executivos:** Prof. Dr. Jorge González Aguilera e Prof. Dr. Bruno Rodrigues de Oliveira

**Diagramação:** A editora. **Diagramação e Arte:** A editora. **Imagens de capa e contracapa:** Canva.com. **Revisão:** O(s) autor(es), organizador(es) e a editora.

### Conselho Editorial

#### Grau acadêmico e Nome

Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos  
Prof. Msc. Adriana Flávia Neu  
Prof. Dra. Allys Ferrer Dubois  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior  
Prof. Msc. Aris Verdecia Peña  
Prof. Arisleidis Chapman Verdecia  
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva  
Prof. Dr. Bruno Gomes de Araújo  
Prof. Dr. Caio Cesar Enside de Abreu  
Prof. Dr. Carlos Nick  
Prof. Dr. Claudio Silveira Maia  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos  
Prof. Dr. Cristiano Pereira da Silva  
Prof. Ma. Dayse Rodrigues dos Santos  
Prof. Msc. David Chacon Alvarez  
Prof. Dr. Denis Silva Nogueira  
Prof. Dra. Denise Silva Nogueira  
Prof. Dra. Dennyura Oliveira Galvão  
Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins  
Prof. Dr. Fábio Steiner  
Prof. Dr. Fabiano dos Santos Souza  
Prof. Dr. Gabriel Andres Tafur Gomez  
Prof. Dr. Hebert Hernán Soto Gonzáles  
Prof. Dr. Hudson do Vale de Oliveira  
Prof. Msc. Javier Revilla Armesto  
Prof. Msc. João Camilo Sevilla  
Prof. Dr. José Luis Soto Gonzales  
Prof. Dr. Julio Cezar Uzinski  
Prof. Msc. Lucas R. Oliveira  
Prof. Dra. Keyla Christina Almeida Portela  
Prof. Dr. Leandro Argentel-Martínez  
Prof. Msc. Lidiene Jaqueline de Souza Costa Marchesan  
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann  
Prof. Msc. Marcos Pisarski Júnior  
Prof. Dr. Marcos Pereira dos Santos  
Prof. Dr. Mario Rodrigo Esparza Mantilla  
Prof. Msc. Mary Jose Almeida Pereira  
Prof. Msc. Núbia Flávia Oliveira Mendes  
Prof. Msc. Nila Luciana Vilhena Madureira  
Prof. Dra. Patrícia Maurer  
Prof. Msc. Queila Pahim da Silva  
Prof. Dr. Rafael Chapman Auty  
Prof. Dr. Rafael Felipe Ratke  
Prof. Dr. Raphael Reis da Silva  
Prof. Dr. Renato Jaqueto Goes  
Prof. Dr. Ricardo Alves de Araújo (*In Memoriam*)  
Prof. Dra. Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos  
Msc. Tayronne de Almeida Rodrigues  
Prof. Dr. Wéverson Lima Fonseca  
Prof. Msc. Wesclen Vilar Nogueira  
Prof. Dra. Yilan Fung Boix  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme

#### Instituição

OAB/PB  
Mun. Faxinal Soturno e Tupanciretã  
UO (Cuba)  
IF SUDESTE MG  
Facultad de Medicina (Cuba)  
ISCM (Cuba)  
UFESSPA  
UEA  
UNEMAT  
UFV  
AJES  
UFGD  
UEMS  
IFPA  
UNICENTRO  
IFMT  
UFMG  
URCA  
ISEPAM-FAETEC  
IFG  
UEMS  
UFF  
(Colômbia)  
UNAM (Peru)  
IFRR  
UCG (México)  
Mun. Rio de Janeiro  
UNMSM (Peru)  
UFMT  
Mun. de Chap. do Sul  
IFPR  
Tec-NM (México)  
Consultório em Santa Maria  
UFJF  
UEG  
FAQ  
UNAM (Peru)  
SEDUC/PA  
IFB  
IFPA  
UNIPAMPA  
IFB  
UO (Cuba)  
UFMS  
UFPI  
UFG  
UEMA  
IFB  
  
UFPI  
FURG  
UO (Cuba)  
UFT

Conselho Técnico Científico  
- Esp. Joacir Mário Zuffo Júnior  
- Esp. Maurício Amormino Júnior  
- Lda. Rosalina Eufrausino Lustosa Zuffo

Ficha Catalográfica

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

P472 Pesquisas agrárias e ambientais [livro eletrônico] : volume XI / Organizadores Alan Mario Zuffo, Jorge González Aguilera. – Nova Xavantina, MT: Pantanal Editora, 2022. 239p.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN 978-65-81460-41-9

DOI <https://doi.org/10.46420/9786581460419>

1. Ciências agrárias – Pesquisa – Brasil. 2. Meio ambiente.  
3. Sustentabilidade. I. Zuffo, Alan Mario. II. Aguilera, Jorge González.  
CDD 630

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**



Nossos e-books são de acesso público e gratuito e seu download e compartilhamento são permitidos, mas solicitamos que sejam dados os devidos créditos à Pantanal Editora e também aos organizadores e autores. Entretanto, não é permitida a utilização dos e-books para fins comerciais, exceto com autorização expressa dos autores com a concordância da Pantanal Editora.

**Pantanal Editora**

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000.  
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil.  
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp).  
<https://www.editorapantanal.com.br>  
[contato@editorapantanal.com.br](mailto:contato@editorapantanal.com.br)

## Apresentação

As áreas de Ciências Agrárias e Ciências Ambientais são importantes para a humanidade. De um lado, a produção de alimentos e do outro a conservação do meio ambiente. Ambas, devem ser aliadas e são imprescindíveis para a sustentabilidade do planeta. A obra, vem a materializar o anseio da Editora Pantanal na divulgação de resultados, que contribuem de modo direto no desenvolvimento humano.

O e-book “Pesquisas Agrárias e Ambientais Volume XI” é a continuação de uma série de volumes de e-books com trabalhos que visam otimizar a produção de alimentos, o meio ambiente e promoção de maior sustentabilidade nas técnicas aplicadas nos sistemas de produção das plantas e animais. Ao longo dos capítulos são abordados os seguintes temas: fatores físico-químicos que interferem no processo de compostagem; ácido húmico e microrganismos promotores de crescimento na germinação de sementes e desenvolvimento inicial de plantas de pepineiro; bioatividade de extratos de laranja e alho no desempenho germinativo de sementes de cenoura; paradigmas associados ao cultivo do eucalipto no cerrado; accelerated aging, cold, and electrical conductivity tests as parameters to analyze wheat seed vigor; germinação de sementes de espécies da flora brasileira ameaçadas de extinção: uma revisão; desempenho agrônomo de híbridos de milho em segunda safra no Mato Grosso do Sul; agricultura 4.0: desenvolvimento, aplicações e impactos sociais; uso do biofóssido como substrato para a produção de mudas; atributos físicos de uma toposequência de Luvisolos Crômicos (TC) no Semiárido paraibano; três espécies de *Senecio* (Asteraceae) proibidas na composição de produtos tradicionais fitoterápicos no Brasil; censo de roedores por consumo de alimentos no município de Paranaguá; uso da programação linear para estimar ganhos econômicos em sistemas de integração lavoura-pecuária: o caso da combinação da ovinocultura com atividades agrícolas no estado do Paraná, Brasil; comparação da presença de *Cryptococcus* ssp. em área verde urbana antes e após processo de revitalização; dificuldades e estratégias na comercialização de produtos da feira livre da Quatorze de Março em Capanema, Pará; análise dos impactos ambientais causados pela urbanização no Igarapé Sajope no município de Igarapé-Açu – Pará; aspectos Sobre a Produção e Comercialização de Tomate Orgânico; produção de Brássicas na Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro. Portanto, esses conhecimentos irão agregar muito aos seus leitores que procuram promover melhorias quantitativas e qualitativas na produção de alimentos e do ambiente, ou melhorar a qualidade de vida da sociedade. Sempre em busca da sustentabilidade do planeta.

Aos autores dos capítulos, pela dedicação e esforços sem limites, que viabilizaram esta obra que retrata os recentes avanços científicos e tecnológicos na área de Ciência Agrárias e Ciências Ambientais Volume XI, os agradecimentos dos Organizadores e da Pantanal Editora. Por fim, esperamos que este ebook possa colaborar e instigar mais estudantes e pesquisadores na constante busca de novas tecnologias e avanços para as áreas de Ciências Agrárias e Ciências Ambientais. Assim, garantir uma difusão de conhecimento fácil, rápido para a sociedade.

Os organizadores

## Sumário

<b>Apresentação</b>	<b>4</b>
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>7</b>
Fatores físico-químicos que interferem no processo de compostagem	7
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>18</b>
Ácido húmico e microrganismos promotores de crescimento na germinação de sementes e desenvolvimento inicial de plantas de pepineiro	18
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>27</b>
Bioatividade de extratos de laranja e alho no desempenho germinativo de sementes de cenoura	27
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>38</b>
Ainda, sobre os paradigmas associados ao cultivo do eucalipto no cerrado	38
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>55</b>
Accelerated aging, cold, and electrical conductivity tests as parameters to analyze wheat seed vigor	55
<b>Capítulo 6</b> .....	<b>66</b>
Germinação de sementes de espécies da flora brasileira ameaçadas de extinção: uma revisão	66
<b>Capítulo 7</b> .....	<b>81</b>
Desempenho agrônômico de híbridos de milho em segunda safra no Mato Grosso do Sul	81
<b>Capítulo 8</b> .....	<b>91</b>
Agricultura 4.0: desenvolvimento, aplicações e impactos sociais	91
<b>Capítulo 9</b> .....	<b>103</b>
Uso do biossólido como substrato para a produção de mudas	103
<b>Capítulo 10</b> .....	<b>115</b>
Atributos físicos de uma topossequência de Luvisolos Crômicos (TC) no Semiárido paraibano	115
<b>Capítulo 11</b> .....	<b>133</b>
Três espécies de <i>Senecio</i> (Asteraceae) proibidas na composição de produtos tradicionais fitoterápicos no Brasil	133
<b>Capítulo 12</b> .....	<b>141</b>
Censo de roedores por consumo de alimentos no município de Paranaguá	141
<b>Capítulo 13</b> .....	<b>158</b>
Uso da programação linear para estimar ganhos econômicos em sistemas de integração lavoura-pecuária: o caso da combinação da ovinocultura com atividades agrícolas no estado do Paraná, Brasil	158
<b>Capítulo 14</b> .....	<b>177</b>
Comparação da presença de <i>Cryptococcus</i> <i>ssp.</i> em área verde urbana antes e após processo de revitalização	177

<b>Capítulo 15</b> .....	<b>186</b>
Dificuldades e estratégias na comercialização de produtos da feira livre da Quatorze de Março em Capanema, Pará	186
<b>Capítulo 16</b> .....	<b>195</b>
Análise dos impactos ambientais causados pela urbanização no Igarapé Sajope no município de Igarapé-Açu – Pará	195
<b>Capítulo 17</b> .....	<b>206</b>
Aspectos Sobre a Produção e Comercialização de Tomate Orgânico	206
<b>Capítulo 18</b> .....	<b>221</b>
Produção de Brássicas na Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro	221
<b>Índice Remissivo</b> .....	<b>235</b>
<b>Sobre os organizadores</b> .....	<b>236</b>

## Dificuldades e estratégias na comercialização de produtos da feira livre da Quatorze de Março em Capanema, Pará

Recebido em: 15/06/2022

Aceito em: 17/06/2022

 10.46420/9786581460419cap15

Raylan Costa de Oliveira<sup>1\*</sup> 

Elaine de Oliveira Neto<sup>1</sup> 

Wélida do Rosário Guimarães<sup>1</sup> 

Maria Luana Araújo do Nascimento<sup>1</sup> 

Diocléa Almeida Seabra Silva<sup>1</sup> 

### INTRODUÇÃO

Segundo Vieira (2004), as feiras livres são práticas comerciais muito antigas, é o que gera a comercialização e fornecimento de alimentos para a mesa de uma considerável parte da população brasileira. Apesar de ser um modelo comercial defasado, realiza o desenvolvimento econômico e social, promovendo a economia das pequenas cidades dos interiores. Do ponto de vista do feirante e do consumidor as feiras livres desempenham um papel muito importante, que vai além do socioeconômico, pois a mesma tem representatividade no espaço público e cultural, tornando um ambiente dinâmico e diversificado. Godoy e Dos Anjos (2007) afirmam que esse sistema de comercialização vai além da compra e venda de produtos, envolve também a importância ao sistema de produção e seus produtores.

As feiras livres apresentam forte relação com a agricultura familiar, uma vez que essa é a principal responsável por abastecer os estabelecimentos que compõem esses espaços, o que por consequência assume um importante papel social, como a geração de renda, em duas situações distintas: Indiretamente pela necessidade de mão-de-obra no processo de produção e diretamente no processo abastecimento e comercialização desses produtos nas feiras (Michellon et al., 2007).

Segundo Costa et al. (2012), as feiras livres se constituem como um importante canal de distribuição de produtos advindos da agricultura familiar, uma vez que permite a comercialização direta entre os produtores e os consumidores. Isso por sua vez, torna possível um fornecimento de produtos sem exigir regularidade de oferta e padronização de produtos, como acontece em outras instituições comerciais (varejo tradicional). Essa distribuição valoriza relação consumidor-feirante, caracterizada por se basear na afetividade.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal Rural da Amazônia, Capanema, CEP: 68700-665, Pará, Brasil.

\* Autor correspondente: raylancostoli197@gmail.com

Segundo Godoy (2011), o consumidor procura tomar posse se pertencer a um lugar através das comunidades onde reportam suas condições de vida de lado a lado com as relações sociais tomando como base a reciprocidade e cooperação.

A intensificação do processo de urbanização tem favorecido cada vez mais mercados varejistas formais (ex.: supermercados e shopping) e paralelamente a esse tipo de mercado encontra-se o mercado varejista informal (feira). Como forma de manter-se na concorrência as feiras apostam em estratégias de comercialização que buscam atrair um público-consumidor característico (Assumpção et al., 2014; Coelho; Pinheiro, 2009).

Os feirantes têm estabelecidos estratégias de marketing de modo informal para obter vantagens na competitividade entre seus concorrentes. Tais métodos não possui um padrão estabelecido, devido à falta de conhecimento e assistência técnica por profissionais específicos (Souza et al., 2015).

Uma das principais dificuldades enfrentadas pelos feirantes está na falta de infraestrutura, esses buscam de alguma forma melhorias em seus estabelecimentos. O que demonstra insatisfação dos feirantes ao Poder público, pois cabe a esses fazer a manutenção das mesmas e proporcionar local apropriado para os feirantes (Corá et al., 2011).

Dificuldades no transporte dos produtos para a feira, fraco movimento no final do mês e ocorrência de pragas no processo de produção são para os vendedores que produzem seus produtos comercializados um dos fatores que mais limitam essa atividade (Dias et al., 2018). Ao mesmo tempo os autores mostram que a comercialização dos produtos em feira tem se tornado uma estratégia, uma vez que esse espaço possibilitou um aumento nas vendas, entre os entrevistados.

Como mostrado por De Jesus Tello et al. (2015), um dos principais produtos comercializados em feiras, as hortaliças, são produzidas em outras localidades e transportadas até esses espaços comerciais. Essa dinâmica, por sua vez, torna-se um dos principais entraves no processo comercial desses produtos. Dessa forma, os mesmos autores recomendam a realização de estudos que visam caracterizar a comercialização e os comerciantes desses espaços, afim de que se possa com isso melhorar a eficiência dessa relação comercial.

A feira da Quatorze de Março e por sua vez uma das mais tradicionais e importantes feiras do município de Capanema, entre os produtos comercializados podemos encontrar com maior expressividade os alimentícios, como: hortaliças em geral, frutas e carnes de origem bovinas, suínas e de aves. O seu funcionamento acontece todos os dias da semana nos três turnos e visa atender o consumidor que demanda produtos de menores preços.

Nesse contexto, este trabalho tem por objetivo identificar as dificuldades e estratégias de comercialização dos produtos pelos feirantes da feira livre da Quatorze de Março no município de Capanema, Nordeste Paraense.

## MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa em questão foi realizada no município de Capanema, situado na microrregião dos caetés, nordeste do estado do Pará. Contou com a participação de 11 feirantes oriundos da agricultura familiar, atuantes em uma das principais feiras do município (Feira da Quatorze).

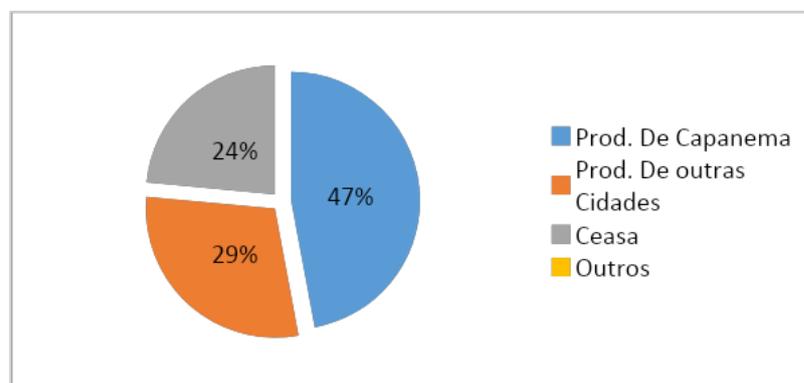
A pesquisa baseou-se na coleta de dados por meio da aplicação de um questionário semiestruturados contendo 35 perguntas fechadas. Sendo aplicadas nos dias compreendidos entre 9 e 10 de fevereiro de 2019. As perguntas foram elaboradas de forma a englobar os principais desafios e estratégias presentes no fluxo comercial dos produtos comercializados na feira da quatorze.

A partir disso, foram analisados os seguintes fatores: presença ou ausência de organizações de comerciantes (cooperativa, associações, grupos informais e outros), participação dos comerciantes em grupos ou organizações, tipo de cultivo (orgânico e convencional) e marketing, relacionando-os com estratégias na comercialização dos produtos, além das principais dificuldades enfrentadas por essas pessoas, no processo de comercialização dos seus produtos como: infraestrutura, transporte, auxílio do poder público, preços e etc.

Os dados coletados foram sistematizados através de uma análise percentual relacionada a cada item apresentado, com auxílio do programa Excel versão 2013, para então serem elaborados os gráficos e as tabelas, bem como os valores da frequência relativa.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

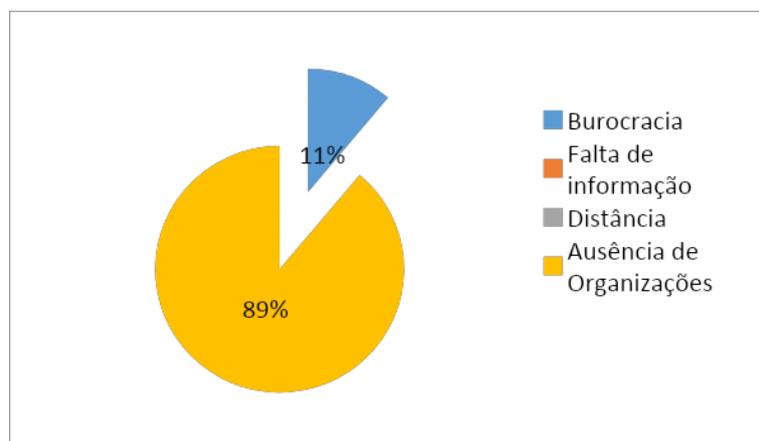
A feira da Quatorze é uma das principais fontes de aquisição de produtos advindo da horticultura e fruticultura por parte dos consumidores menos favorecidos economicamente, no município de Capanema-PA. Esses produtos são, em sua maioria, produzidos no próprio município ou nas regiões pertencentes a este, onde 55% dos entrevistados alegaram produzir, total ou parcial, os produtos comercializados em seus estabelecimentos. Aos feirantes que adquirem os produtos de terceiros foi questionado sobre a origem de tais mercadorias e 47% deles responderam conseguir de produtores da própria cidade, ou de municípios pertencente a ela, os demais dados se comportaram da seguinte forma: 29% adquirem as mercadorias de produtores de outras cidades, 24% da Ceasa e 0% outros



**Figura 1.** Origem dos produtos comercializados na feira da Quatorze. Fonte: Os autores.

Com o objetivo de saber as estratégias adotadas para potencializar a comercialização, foi perguntado aos feirantes se participavam de algum tipo de organização. No entanto, apenas 18% responderam que sim, afirmando terem conhecimento dessas organizações a partir do convite de outros membros mais antigos. Para Coelho e Pinheiro (2009), a organização dos feirantes se faz necessário para obter maiores sucessos em competições com mercados varejistas, buscando para isso apoio, seja ele público ou não.

Na feira da Quatorze foi observado ausência de qualquer tipo de organização, específica para os feirantes do local. Quando questionados sobre o interesse em participar de algum tipo de organização 50% deles responderam que sim, desse percentual a grande maioria (89%) afirmaram não estar participando de nenhuma organização pela ausência desse tipo de estratégia comercial e 11% pela burocracia (Figura 2).



**Figura 2.** Fatores que motivam a não participação dos feirantes em organizações. Fonte: Autores.

Constatou-se, ainda que 64% dos produtos comercializados na feira não são produzidos de forma orgânica. Este resultado deve-se, em parte, a maior demanda por produtos convencionais, que por sua vez correspondeu a 82% dos produtos comercializados na feira. Outro fator motivador desse resultado é a renda dos consumidores que frequentam a feira, uma vez que os demandantes são, em sua maioria, pessoas com menor poder aquisitivo, tendo em vista que os produtos orgânicos são mais valorizados, por maiores dificuldades na produção quando comparados com os convencionais. Morais et al. (2012), estudando o perfil dos consumidores de produtos orgânicos em Goiânia-GO, afirmaram que a escolaridade e renda são fatores que influenciam no consumo de produtos orgânicos, sendo esta uma relação diretamente proporcional.

**Tabela 1.** Estratégias comerciais dos feirantes da feira da Quatorze. Fonte: Os Autores.

<b>Variáveis investigadas</b>	<b>Frequência (%)</b>
<b>Técnicas utilizadas para conquistar o consumidor</b>	
Embalagens personalizadas	5,00
Liquidações	40,00
Cortesias	50,00
Exposição de produtos em eventos	0,00
Outros	5,00
<b>Meios de Divulgação</b>	
Carro Som	6,00
TV	13,00
Rádio	0,00
Internet	25,00
Boca à Boca	56,00

Foi perguntado aos feirantes participantes da pesquisa se estes investiam em algum tipo de marketing como estratégia de comercialização, 55% dos entrevistados responderam que sim. Posteriormente, foram questionados sobre quais das principais técnicas que mais utilizavam para conquistar o consumidor: Estes responderam que fazem uso de embalagem personalizada, promoção, cortesia, exposição dos produtos em eventos e outros, onde os dados obtidos estão expostos na Tabela 1. O uso de cortesia é uma prática bastante comum nos espaços da feira em estudo, sendo caracterizado pelo incremento a mais de algum dos produtos disponíveis no estabelecimento, que não faz, obrigatoriamente, parte do acordo comercial entre o feirante e o consumidor. Nesse espaço tais produtos são popularmente chamados de “agrado”.

Em relação aos principais meios de comunicação utilizados para prover propaganda dos seus produtos, 6% dos entrevistados respondeu realizar por meio de carro som, 13% TV, 0% através de rádio, 25% pela internet e 56% “Boca a Boca” (Tabela 1). Esses resultados tornam-se coerentes quando comparado com as análises realizadas por Souza et al. (2015), sobre as estruturas de comercialização: ações de marketing informal por microempreendedores em uma feira-livre, onde afirmaram que esse tipo de comunicação utilizada em ambiente de feira consiste na forma mais comum, sendo caracterizada pela utilização de músicas conhecidas, paporicos e gírias que despertam o interesse das pessoas que frequentam o local.

Dos feirantes 27% afirmaram que a principal dificuldade que enfrentam na comercialização é o preço, pois o mesmo sofre oscilação por fatores de produção. Com 20% cada, a concorrência e a falta de

conhecimento também se constituem dificuldades que os feirantes enfrentam, quando somadas essas dificuldades ficam 40%, o que se torna um valor bem relevante para as dificuldades enfrentadas na comercialização. Transporte e qualidade com 13% apresentam-se em terceiro lugar para as dificuldades e juntas totalizam 26%, tornando esse valor representativo que afeta na venda dos produtos.

**Tabela 2.** Dificuldades enfrentadas pelos feirantes da Quatorze. Fonte: Os Autores.

<b>Variáveis investigadas</b>	<b>Frequência (%)</b>
<b>Principais dificuldades enfrentadas</b>	
Preço	27,00
Rejeição do consumo	0,00
Qualidade	13,00
Transporte	13,00
Concorrência	20,00
Produção	0,00
Infraestrutura	7,00
<b>Problemas de infraestrutura</b>	
Higiene	13,00
Espaço insuficiente	40,00
Pouca atratividade	34,00
Falta de energia	0,00
Ausência de água	13,00

Um fator de grande influência na aquisição de um produto no momento da compra é o preço. Nas feiras a formação do preço de um produto leva em consideração não só os custos de produção, o cliente e a concorrência são componentes que influenciam fortemente no estabelecimento dos preços (Silveira et al., 2017). O mesmo autor segue dizendo que para que haja conquista do cliente o feirante deve superar a concorrência, nesses espaços essa conquista está centrada na forma de atendimento, onde é necessário fazer com que o cliente se sinta bem, confortável e superando suas expectativas. Isso permite maior possibilidade de retorno do cliente ao estabelecimento.

Segundo Dantas e Almeida (2013) entre as dificuldades que fazem parte da feira estão o transporte dos produtos para a mesma, retorno financeiro e pouco incentivo. Chiarello, Orlowski e Wackulicz (2007), registraram um amplo espectro de dificuldades quanto à venda nas feiras, que por sua vez variam desde a concorrência dos mercados, limite de produtos que podem ser comercializados até as cobranças sanitárias e infraestrutura das feiras.

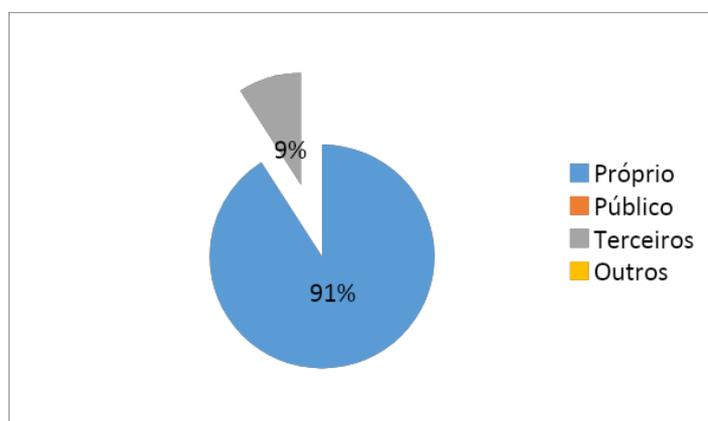
Em relação aos problemas relacionados a infraestrutura 40% dos feirantes alegam o fator “espaço insuficiente”, sendo este o problema que mais influência na infraestrutura e dificulta a comercialização, pois os mesmos se limitam na diversidade dos produtos. Em seguida os feirantes alegam que seus estabelecimentos são menos atrativos com 34% dos resultados. Não ter espaço adequado é a reclamação de muitos feirantes, pois a mercadoria se torna escassa e com pouca variabilidade. E os clientes reclamam pela falta de espaço que atrapalha o fluxo das pessoas e automóveis causando transtorno, e a demanda de produtos insuficientes (Vasconcelos, 2014).

Um dos maiores entraves enfrentados pelos feirantes da Quatorze é a falta de auxílio e incentivo, por parte do poder público. Isso é percebido quando 91% dos feirantes admitirem não receber nenhum tipo de assistência, sendo que a assistência técnica prestada aos 9% que responderam sim é oriunda do setor privado. Além disso, 64% afirmaram não estar participando (ou nunca ter participado) de nenhum curso ou trocas de experiências e capacitação que promova conhecimentos sobre estratégias de comercialização.

Quando questionados sobre o auxílio de órgãos públicos para contornar os problemas encontrados, 100% dos feirantes afirmaram não recebem auxílio. De acordo com Corá et al. (2011) se faz necessário políticas públicas para efetivar as atividades de trabalho e cabe ao feirante organizar os produtores e consumidores.

Conforme os dados obtidos, 64% dos feirantes encontram-se insatisfeitos com os lucros obtidos, pois alegam ter um retorno econômico abaixo do desejado. Quando interrogados sobre o interesse em melhorar esses resultados econômicos, 100% dos participantes responderam haver interesse.

O transporte dos produtos até a feira da Quatorze de Março se dá por conta própria com 91% dos resultados, pois a maioria dos feirantes já possuem transporte particular, 9% deles contam com transporte de terceiros, tornando um gasto de produção a mais e com isso tendo que ajustar o valor do produto ou diminuir sua margem de lucro.



**Figura 2.** Transporte de produtos dos feirantes da Quatorze. Fonte: Os autores.

Como principal estratégia de comercialização os feirantes, em sua maioria, apostam na divulgação dos seus produtos através do método denominado “Boca a Boca”, que consiste no método mais acessível à realidade dos ofertantes.

O fator mais limitante no processo de comercialização nos produtos dos feirantes atuantes na feira da Quatorze é o preço. Espaços insuficiente é o principal problema relacionado a infraestrutura, relatado por eles. Além disso, a ausência de organizações, grupos ou movimentos em favor dessa classe torna-os menos eficientes em suas atividades e com menor poder em buscar soluções para os fatores que mais limitam o sucesso de suas atividades.

É bem visível a falta de interesse pelos feirantes da quatorze de março, por parte do poder público. A precarização dos estabelecimentos e falta de conhecimentos quanto ao processo de comercialização prova tal fato, por tal razão os feirantes estão desenvolvendo suas atividades de forma independente e elaborando suas próprias estratégias de comercialização, fundamentadas em conhecimentos empíricos e com isso tentando contornar suas principais dificuldades.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assumpção, W. et al. (2014). Estratégias do comércio popular de feiras livres e mercados municipais como benchmark para o varejo supermercadista. *Revista construção e tecnologia*, 1(2013), 98-109.
- Costa, S. M. A. L., Nascimento, K. S., Rapassi, R. A., Tarsitano, M. A. A., Santana, S. M. (2012, Agosto). Comercialização dos produtos da agricultura familiar e o papel da feira como importante canal de distribuição. *Simpósio sobre Reforma Agrária e Questões Rurais*. Araraquara, SP, BRA.
- Chiarello, M., Orłowski, R. F., & Wackulicz, G. J. (2007). Feiras livres: uma alternativa de geração de renda aos agricultores familiares de Chapecó (SC). (2007). [http://www.apec.unesc.net/II%20EEC/sesoes\\_tematicas/Regional/Artigo15.pdf](http://www.apec.unesc.net/II%20EEC/sesoes_tematicas/Regional/Artigo15.pdf).
- Coêlho, J. D., & Pinheiro, J. C. V. (2009). Grau de organização entre os feirantes e problemas por eles enfrentados nas feiras livres de cascavel e de ocará, no Ceará. *Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural*, 1(2009).
- Corá, M. B., Begnini, L., & Rech, R. (2011). Análise sócio-econômica da associação de feirantes do município de realeza-PR. *Synergismus científica*, 6, 1-9.
- Dantas, V. R. C., & Almeida, M. F. D. (2013). Análise sócio-econômica da associação de feirantes do município de realeza-PR. Fortalecimento das estratégias de comercialização na feira agroecológica de solânea - PB. <http://www.prac.ufpb.br/enex/trabalhos/8CCHSADCSAPROBEX2012215.pdf>.
- De Jesus Tello, J. P. et al. (2015). Aspectos socioeconômicos e de comercialização dos vendedores de hortaliças do lado brasileiro da tríplice fronteira (Brasil-Peru-Colômbia). *Cultura Agronômica: Revista de Ciências Agronômicas*, 24(3), 275-288.

- Dias, E. C., Santos, W. B., & Almeida, G. Q. M. (2018). Comercialização de Produtos Agroecológicos na Feira Livre de Dianópolis - TO. Econômicas em Diálogo com a Agroecologia. [cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/download/164/1598/](http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/download/164/1598/)
- Godoy, W. I. (2011). A esfera da troca na economia solidária: comércio e consumo solidário na cidade. XII Simpósio Nacional de Geografia Urbana. Belo Horizonte.
- Godoy, W. I., & Dos Anjos, F. S. (2007). A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. II Congresso Brasileiro de Agroecologia, 2(1).
- Michellon, E. et al. (2007). Feira do produtor e os Entraves à Sua Organização e à Comercialização: o Caso de Paçandu. XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). UEL
- Morais, F. F. de et al. (2012). Perfil dos consumidores de produtos orgânicos da feira agroecológica do mercado municipal de Goiânia-GO. Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável.
- Silveira, V. C. et al. (2017). Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina–MS. Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), 1(1).
- Souza, G. H. S. de et al. (2015). Estruturas de comercialização: ações de marketing informal por microempreendedores em uma feira-livre. *Congresso Nacional de excelência em gestão*, Rio de Janeiro, RJ, BRA, 11.
- Vasconcelos, J. (2014). Feira da Banana já não possui espaço para armazenar produtos. Manaus - AM, 2014. Disponível em: <https://www.acritica.com/channels/manaus/news/feira-da-banana-ja-nao-possui-espaco-para-armazenar-produtos>.
- Vieira, R. (2004). *Dinâmicas da feira livre do município de Taperoá*. Monografia, UFPB, João Pessoa, Brasil.

## Índice Remissivo

- A**
- Agricultura 4.0, 91, 92  
 Altura de plantas, 83  
 Asteraceae, 134  
*Azospirillum brasilense*, 19, 20, 21
- B**
- Bacillus subtilis*, 19, 20, 22, 23, 24  
 Boca a Boca, 192, 195  
 Bosque, 179, 180, 181, 183, 185, 186  
 Brassicaceae, 223, 226
- C**
- CNC Flora, 69, 70  
 Compostagem, 8  
*Cryptococcus*, 179, 180, 183, 185, 186
- D**
- Densidade do solo, 120, 124
- G**
- Germinação, 66  
 Gestão Ambiental, 197
- I**
- Infraestrutura, 193
- L**
- Londrina, 179, 180, 183, 186
- M**
- Meio Ambiente, 200, 202  
 Microrganismos promotores de crescimento,  
 21, 23
- N**
- Nordeste brasileiro, 115
- P**
- pH, 8, 11, 12  
 Preço, 193
- S**
- Senecio*, 134, 135, 136, 137, 138, 139  
*Senecio brasiliensis*, 136, 137, 138, 139  
 Solanaceae, 211, 216
- T**
- Toxicidade, 138  
 Transporte, 193, 194, 196  
*Triticum aestivum* L., 55

## Sobre os organizadores



  **Alan Mario Zuffo**

Engenheiro Agrônomo, graduado em Agronomia (2010) na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). Mestre (2013) em Agronomia - Fitotecnia (Produção Vegetal) na Universidade Federal do Piauí (UFPI). Doutor (2016) em Agronomia - Fitotecnia (Produção Vegetal) na Universidade Federal de Lavras (UFLA). Pós - Doutorado (2018) em Agronomia na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Atualmente, possui 165 artigos publicados/aceitos em revistas nacionais e internacionais, 127 resumos simples/expandidos, 66 organizações de e-books, 45 capítulos de e-books. É editor chefe da Pantanal editora e revisor de 18 revistas nacionais e internacionais. Professor adjunto na UEMA em Balsas. Contato: [alan\\_zuffo@hotmail.com](mailto:alan_zuffo@hotmail.com).



  **Jorge González Aguilera**

Engenheiro Agrônomo, graduado em Agronomia (1996) na Universidad de Granma (UG), Bayamo, Cuba. Especialista em Biotecnologia (2002) pela Universidad de Oriente (UO), Santiago de Cuba, Cuba. Mestre (2007) em Fitotecnia na Universidade Federal do Viçosa (UFV), Minas Gerais, Brasil. Doutor (2011) em Genética e Melhoramento de Plantas na Universidade Federal do Viçosa (UFV), Minas Gerais, Brasil. Pós - Doutorado (2016) em Genética e Melhoramento de Plantas na EMBRAPA Trigo, Rio Grande do Sul, Brasil. Professor Visitante na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) no campus Chapadão do Sul (CPCS), MS, Brasil. Atualmente, possui 74 artigos publicados/aceitos em revistas nacionais e internacionais, 29 resumos simples/expandidos, 49 organizações de e-books, 37 capítulos de e-books. É editor da Pantanal Editora e da Revista Agrária Acadêmica, e revisor de 19 revistas nacionais e internacionais. Contato: [j51173@yahoo.com](mailto:j51173@yahoo.com), [jorge.aguilera@ufms.br](mailto:jorge.aguilera@ufms.br).



**Pantanal Editora**

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000  
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil  
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp)  
<https://www.editorapantanal.com.br>  
[contato@editorapantanal.com.br](mailto:contato@editorapantanal.com.br)