

ORIGEM E VENDA DOS VEGETAIS *IN NATURA* COMERCIALIZADOS NA FEIRA DO PRODUTOR EM UM MUNICÍPIO DA AMAZÔNIA LEGAL

ORIGIN AND SALE OF VEGETABLES *IN NATURA* MARKETED IN THE PRODUCER'S FAIR IN A TOWN OF THE LEGAL AMAZON

DOI: 10.31072/rcf.v13i2.1151

Rafael de Oliveira da Paixão

Graduado em Agronomia pelo Centro
Universitário FAEMA - UNIFAEMA.
E-mail: rafael.27697@unifaema.edu.br

Aline Rodrigues de Oliveira

Graduanda em Agronomia pelo Centro
Universitário FAEMA - UNIFAEMA.
E-mail: alinerodriguesoliveira2001@gmail.com

Jhackeline Mendes de Jesus

Graduanda em Engenharia Ambiental e
Sanitária pelo Centro Universitário FAEMA -
UNIFAEMA.
E-mail: jhackeline.47010@unifaema.edu.br

Evelin Samuelsson

Mestre em Ecologia pela Universidade Regional
Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2013).
E-mail: evelin.samuelsson@unifaema.edu.br

Submetido: 3 out. 2022

Aprovado: 5 out. 2022

Publicado: 7 out. 2022

E-mail para correspondência:

evelin.samuelsson@unifaema.edu.br

Este é um trabalho de acesso aberto e distribuído sob os Termos da *Creative Commons Attribution License*. A licença permite o uso, a distribuição e a reprodução irrestrita, em qualquer meio, desde que creditado as fontes originais.

Imagem: StockPhotos (Todos os direitos reservados).



Open Access

Resumo: Na atualidade, a alimentação saudável tem ganhado notoriedade e atraído um público crescente, a presença de frutas e hortaliças têm ganhado maior ênfase na dieta na população. Este tipo de alimento é amplamente encontrado em feiras livres, que são importantes na vida urbana e no desenvolvimento da região onde a mesma está inserida, pois o processo de comercialização de produtos possibilita o escambo, com troca de mercadorias e novas redes comércio, onde o feirante muitas vezes é o próprio produtor rural e este tem a chance de comercializar seu produto. A variedade da mesma mercadoria a pequenas distâncias atrai o consumidor final, com o poder de escolher as características desejáveis do produto, como odor, cor e muitas vezes o feirante oferece amostras para uma improvisada análise sensorial para garantir a venda, há a chance de barganha por melhores preços. Com o papel muito ativo para o abastecimento da população a feira tem conseguido a concorrência de modernos supermercados, pois permite até mesmo que classes sociais de menor poder aquisitivo participem do processo de compra. Vale ressaltar também a participação de intermediários, que trazem vegetais de outras localidades e dão a oportunidade aos produtores venderem indiretamente seus produtos, uma vez que muitos não teriam a chance de participar presencialmente do comércio local. O objetivo deste estudo foi identificar os vegetais que compõem a cadeia produtiva local e sua origem, e conhecer o perfil socioeconômico dos feirantes de um município da Amazônia Legal.

Palavras-chave: Feira Municipal; Cadeia Produtiva; Comércio Local.

Abstract: Nowadays, healthy eating has gained notoriety and attracted a growing audience, the presence of fruits and vegetables has gained greater emphasis on diet in the population. This type of food is widely found in street markets, these are important in urban life and in the development of the region where it is located, as the process of marketing products allows barter, with the exchange of goods and new trade networks, where the marketer is often the rural producer himself and he has the chance to sell his product. The variety of the same merchandise at small distances attracts the end consumer, with the power to choose the desirable characteristics of the product, such as odor, color and often the marketer offers samples for an unexpected sensory analysis to guarantee the sale, there is a chance of bargaining for better prices. With the very active role for the supply of the population the fair has achieved competition from modern supermarkets, because it allows even social classes of lower purchasing power to participate in the purchasing process. It is also worth mentioning the participation of intermediaries, who bring vegetables from other locations and give the opportunity to producers to sell their products indirectly, since many would not have the chance to participate in person in the local trade. The aim of this study was to identify the vegetables that make up the local production chain and its origin, and to know the socioeconomic profile of the fairgoers of a municipality in the Legal Amazon.

Keywords: Municipal Fair; Productive Chain; Local Commerce.

Introdução

Na atualidade muitos aspectos da alimentação saudável têm sido comentados, sendo dada importância de dietas reconhecidas por instituições governamentais, não governamentais e internacionais. Devido a ampla distribuição destas informações, políticas nutricionais e campanhas educativas têm crescido para a conscientização da população em aumentar o consumo de produtos frescos ⁽¹⁾.

Os consumidores nos últimos anos têm demonstrado maior preocupação na escolha dos seus alimentos. Visto a quantidade de produtos que atualmente a indústria brasileira é capaz de processar, além da diversificação, as frutas e hortaliças aparecem como uma das alternativas mais procuradas para compor a mesa do consumidor, associadas ao apelo nutricional ⁽²⁾.

O Centro de Informações Tecnológicas e Comerciais para Fruticultura Tropical evidencia que o consumo per capita de frutas no Brasil é em média de 57 kg/ano. O estado de Rondônia apresenta um grande potencial para a comercialização de frutas e hortaliças minimamente processados, devido ao setor da fruticultura ser uma atividade importante para a economia. Além disso, o setor tem apresentado uma fase de crescimento, onde vários fatores têm contribuído para esse resultado, sendo o aumento da população no estado, investimentos do Governo Federal na região, a produção de frutas regionais que são consumidas em outros estados, a atividade da agroindústria que inicia ainda timidamente a produção de polpas de frutas, iogurte, sucos e outros produtos ⁽³⁾.

O canal de comercialização é o caminho pelo qual o produto percorre desde o início da cadeia produtiva até o consumidor final. A importância de conhecer o mecanismo de funcionamento desse canal se torna uma ferramenta para melhor organização do mercado, tendo em vista a entrega do produto no lugar adequado, no momento certo, na forma e na quantidade desejada, evitando assim perdas de matéria-prima ⁽⁴⁾.

As feiras livres tem um papel muito ativo para o abastecimento da população e alcança uma concorrência com as grandes redes supermercados, pois 10 ainda não há uma tecnologia ou eficiência nos caixas de supermercados que substituam o contato direto entre o vendedor e comprador ⁽⁵⁾.

Há possibilidade que a feira livre oferece ao consumidor, como comparar preços entre diferentes comerciantes da mesma mercadoria a pequenas distâncias, contrário ao que acontece entre supermercados, por ficarem distantes uns dos outros. Tal fato dificulta a pesquisa de preços ou a torna inviável para o consumidor. Assim, a feira livre acaba competindo com o supermercado, pois oferece preços mais acessíveis e a chance de barganha, e isso agrada ao consumidor ⁽⁶⁾.

Material e Métodos

Para estruturação do referencial teórico, foram realizadas consultas de trabalho publicados e indexados nas bases de dados da SCIELO (Scientific Electronic Library online) e Google Acadêmico, utilizando as seguintes palavras-chave de busca e combinadas entre si: cadeia produtiva; perfil socioeconômico de feirantes; feiras livres.

Para a realização deste trabalho, foi realizado uma pesquisa de campo de caráter exploratório-descritivo e abordagem qualitativa e quantitativa utilizando o levantamento *survey*, na qual foram entrevistados 11 feirantes no dia 09 de abril de 2021 na Feira Municipal do Produtor Rural em um município da Amazônia Legal localizado no estado de Rondônia.

Foi feita a aplicação de um questionário por meio de entrevista com os feirantes que comercializam produtos de origem vegetal na feira do produtor rural. Foi feita a apresentação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE, e mediante ao aceite, o participante foi conduzido ao questionário, de maneira segura e totalmente sigilosa.

O instrumento de Coleta de Dados (APÊNDICE I) foi redigido em linguagem direta e simplificada, o que favoreceu a rápida aplicação. Os dados coletados foram relacionados a: sexo, idade, estado civil, grau de escolaridade e tempo de trabalho como feirante. Ademais, as seguintes perguntas também foram feitas para indicar os dados sobre o produto comercial: Quais produtos vegetais são comercializados em sua banca? Qual a origem desses produtos comercializados? Quais produtos de origem vegetal são mais vendidos no dia a dia e quais são os menos vendidos?

Os dados coletados foram tabulados no programa Excel (Microsoft Office 2019) para análise descritiva e representação dos dados em tabelas e gráficos.

O presente estudo foi realizado após apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa - CEP da Faculdade de Educação e Meio Ambiente, estando de acordo com as diretrizes que regem a pesquisa com seres humanos e cumprindo com todos os aspectos legais e éticos previstos, sendo executado tão somente após parecer favorável com o seguinte número de registro: 4.462.763.

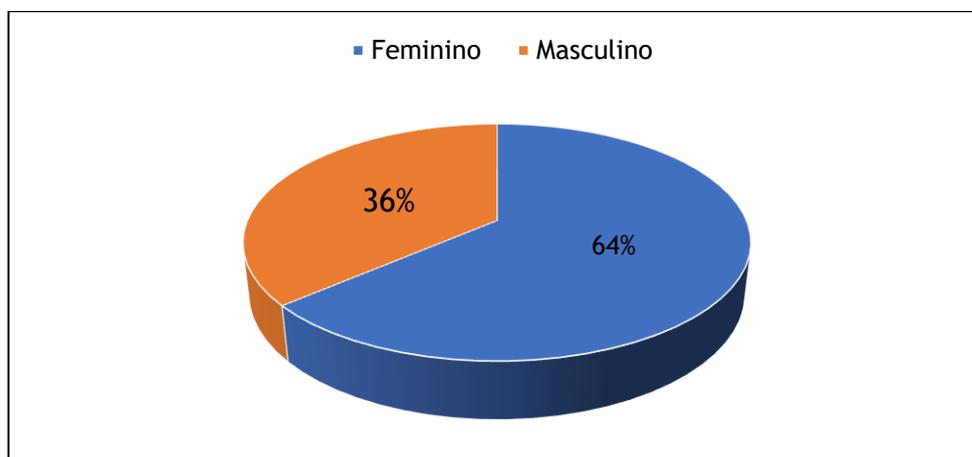
Foram estabelecidos os seguintes critérios de inclusão: maioria; ser feirante na Feira do Produtor Municipal; comercializar produtos de origem vegetal *in natura* e aceitar os termos do TCLE.

Como benefícios observou-se que através deste estudo, foi possível ter uma melhor compreensão sobre os produtos vegetais comercializados no âmbito local, e, conseqüentemente, sua origem e trajeto até o consumidor final, bem como mapear quais os produtos de origem vegetal que são mais comercializados, possibilitando a identificação das lacunas de produção de vegetais alimentícios através da análise dos vegetais importados.

Resultados e Discussão

Em relação ao sexo dos entrevistados, 64% (n=7) da amostra são indivíduos do sexo feminino (Figura 1), enquanto a representação do sexo masculino se deu em 36% (n=4) dos entrevistados, demonstrando a grande participação feminina, como pode ser observado na Figura 1. Estes dados corroboram com estudos realizados por Souza *et al.* ⁽⁷⁾ e divergem com estudos realizados por Sousa ⁽⁸⁾, demonstrando que esta classe trabalhadora é variante de acordo com as condições regionais.

Figura 01 – Percentual de feirantes do sexo feminino e masculino



Fonte: Dos autores (2021).

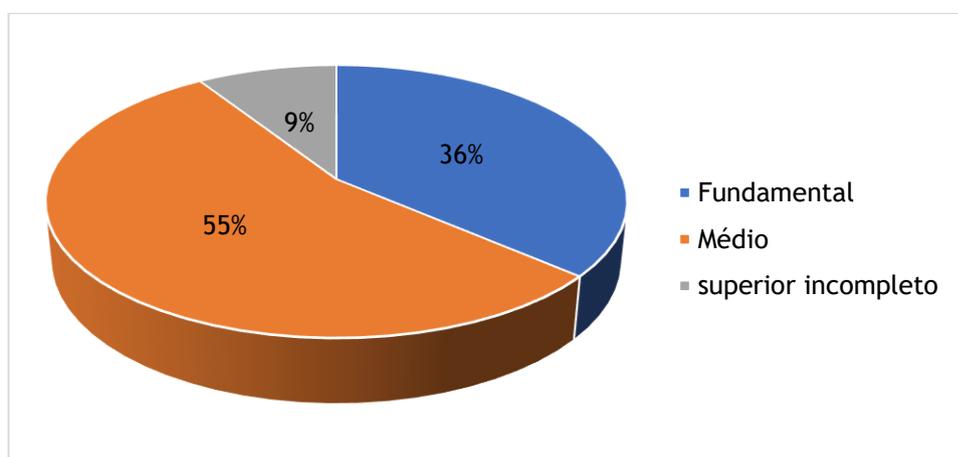
A grande participação das mulheres na feira livre está relacionada com a possibilidade de seu ingresso no mercado de trabalho, pois elas apresentam uma maior liberdade e autonomia, aprimorando e desenvolvendo suas habilidades de conversação para construir e conquistar sua clientela. Por não se configurar como uma divisão empresarial formal, esse espaço proporciona um novo modelo de vida, a qual tem a oportunidade de ter uma renda, mostrando que são capazes de administrar um empreendimento, promovendo a autorrealização e autoestima, por ter o seu sustento adquirido pela sua força de trabalho e por estarem em sintonia com os processos de globalização e transformações sociais, econômicas e urbanas ⁽⁹⁾.

O nível de escolaridade dos feirantes foi avaliado em três níveis, aferidos em nível fundamental, médio e superior (Figura 2). Grande parte se concentrou no nível médio, com percentual de 55%, e fundamental com representatividade de 36%, havendo uma pequena participação do ensino superior de 9%.

Em uma pesquisa feita com feirantes no município de São Pedro do Sul – RS, a escolaridade dos feirantes foi considerada baixa, 72,7% dos entrevistados possuem o fundamental incompleto, 18,2% ensino médio incompleto e 9,1% com ensino médio completo. E no município de Santo Augusto - RS, 57,1% com ensino fundamental incompleto, 28,6% com o ensino fundamental completo e somente 14,3% ensino superior completo ⁽¹⁰⁾.

Em outra pesquisa, feita no em Itabaiana- SE analisou-se que, grande parte da população dos feirantes são analfabetos, representando 63%, e apenas 37% possuem o Ensino Médio e Ensino Superior ⁽¹¹⁾. No município de Palmas – TO, cerca de 80% dos feirantes possuem apenas ensino fundamental completo e os outros 20% possuem o ensino médio incompleto ⁽¹²⁾.

Figura 2 – Nível de escolaridade dos feirantes



Fonte: Dos autores (2021).

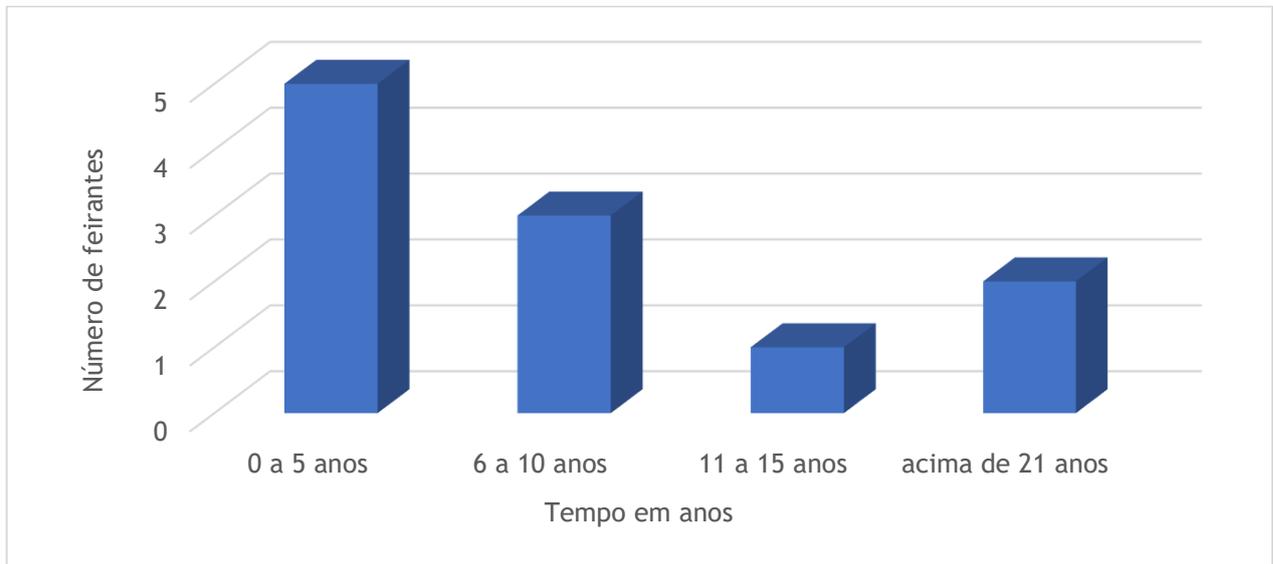
Em relação ao tempo que realiza a atividade de feirante, a maior parte afirma estar entre o período de 0 a 5 anos (Figura 3), o que demonstra que uma parcela significativa está inserida recentemente nessa área de trabalho. Contudo, o tempo de participação na atividade se dá de forma decrescente no gráfico, mostrando que atividade nas feiras é propícia economicamente, onde alguns feirantes encontram-se estabilizados.

A feira permite o acesso às outras formas econômicas pelos produtores, ampliando a produção, aumentando a renda e gerando alternativas para o abastecimento local. Assim, as feiras representam uma boa iniciativa do ponto de vista do desenvolvimento local e regional, contribuindo com a diversificação e a melhoria na oferta de alimentos ⁽¹³⁾.

O tempo de trabalho e atuação neste tipo de atividade é variável, pois as condições de infraestrutura e incentivo são diferentes de acordo com cada região. Em uma pesquisa realizada no município de Presidente Prudente – SP foi possível verificar que há maior tempo de comércio

relativamente, sendo que 47% dos feirantes declararam que participam da feira municipal há mais de 20 anos e somente 15% estão na atividade a menos de 5 anos ⁽¹⁴⁾.

Figura 3 – Tempo de trabalho como feirante



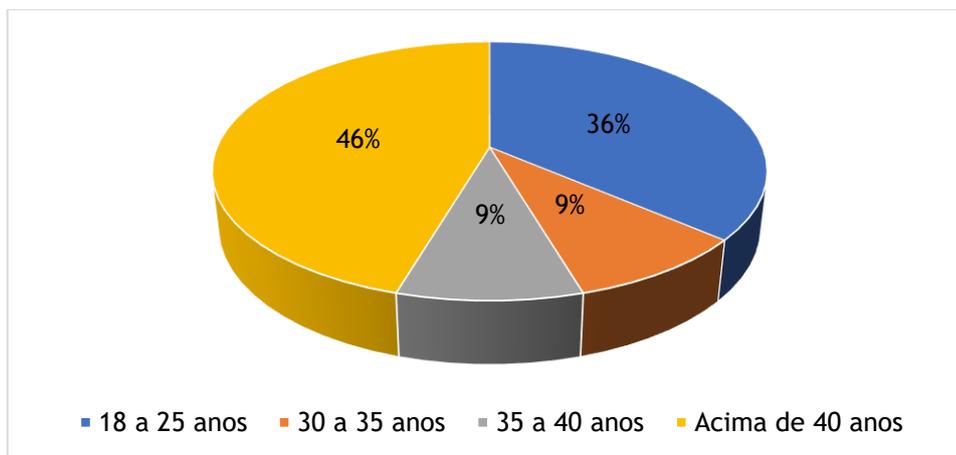
Fonte: Dos autores (2021).

Em relação a faixa etária dos feirantes, verificou-se uma ampla variação (Figura 4), com amplitude que vai dos 18 anos até acima dos 40 anos. Isso demonstra que esta atividade é integradora, podendo ser praticada por pessoas com distintas faixas de idade. A faixa etária com maior representação foi acima dos 40 anos, com 46% dos indivíduos pertencentes a esta faixa. Na pesquisa realizada em Presidente Prudente – SP, observa-se que 41% dos feirantes estão na faixa etária entre 30 a 49 anos e 29% entre 50 a 64 anos ⁽¹⁵⁾.

Na pesquisa citada anteriormente, no município de São Pedro do Sul – RS, a faixa etária dos feirantes concentrou-se nas idades avançadas, nas quais nenhum feirante se enquadrou nas faixas menores a 20 anos; e entre 21 e 30 anos. Todos os feirantes apresentaram a faixa etária entre 31 a 59 anos ou acima de 60 anos. A distribuição entre as faixas ocupadas se deu relativamente proporcional, na qual a maior concentração foi na faixa com idade superior a 60 anos, compreendendo 36,4% dos indivíduos. Em comparação à pesquisa feita no município de Santo Augusto-RS, não houve nenhum indivíduo na faixa etária acima de 60 anos, pois a distribuição se deu entre as faixas menores ou iguais a 20 anos (14,3%); entre 21 e 30 anos (14,3%); entre 31 a 40 anos (14,3%); entre 41 a 50 anos (28,6%) e 51 a 60 anos (28,6%).

Mesmo que a atividade de feirante seja bem heterogênea em relação a idade, nota-se que há uma inclinação para que a faixa etária com maior representatividade seja aquela que apresenta idade mais elevada. Isso pode ser influenciado pelo cotidiano de cada sociedade, onde normalmente os indivíduos com maior idade veem a feira como oportunidade de ingresso novamente no mercado de trabalho, pois muitos ainda são produtores rurais, o que facilita o processo da comercialização do seu produto.

Figura 4 – Faixa etária dos feirantes



Fonte: Dos autores (2021)

A feira municipal é um ambiente de comercialização de produtos, onde muitos produtores rurais tem a oportunidade de ofertar suas mercadorias diretamente para o consumidor final, ou seja, muitas vezes não há a necessidade de atravessadores e possibilita tornar seus preços mais competitivos.

O atravessador ou intermediário é o ator social relacionado com a mobilidade da relação de comercialização, pois este é quem escoar a produção, quando o produtor não tem condições ou disponibilidade de realizar tal ação. Normalmente são pessoas físicas, especializadas neste tipo de comércio, porém, nem sempre são mercadores, podendo também se encaixar como atravessador nesta os supermercados e mercearias ⁽¹⁶⁾.

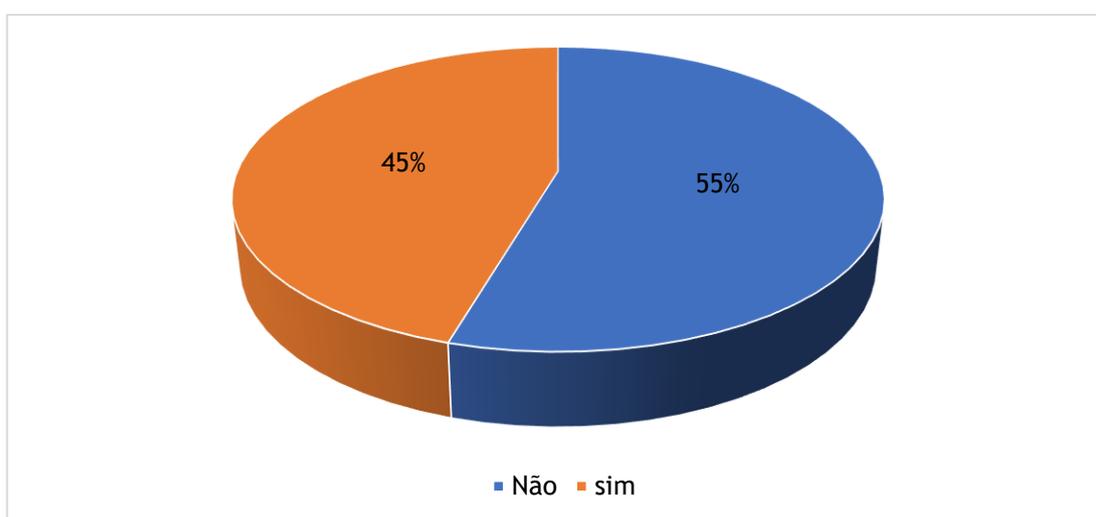
No município em questão, o quantitativo de comerciantes que não produzem o próprio produto a ser comercializado na banca ocupa uma representação de 55%, sendo assim maior do que os comerciantes que são produtores rurais e estão comercializando a sua própria produção (45%) (Figura 5). Os dados sugerem um certo equilíbrio, mostrando a participação dos produtores rurais no processo de comercialização.

O produtor rural quando participa de toda a cadeia de produção e comercialização até o consumidor final, tem a oportunidade de maior margem de lucros, pois não tem gastos com o

atravessador, que muitas vezes impõe o preço. Além disso, tem a chance de barganha e fidelização do cliente ao dispor de técnicas de venda, como oferecer amostras para garantir a qualidade do produto em questão, assim como a sua frequência no mercado e sua desenvoltura no processo venda.

As situações de contato direto também dão lugar a relações humanas como conversas e explicações em torno do produto, do trabalho, dos procedimentos, das receitas as quais geram sentimentos e valores de amizade, de fidelidade e de confiança ⁽¹⁷⁾. A participação nesses espaços de comercialização oportuna a resistência dos agricultores ao modelo hegemônico de fazer agricultura, além de marcar um conjunto de estratégias e oportunidades passíveis de ampliação para a Agricultura Familiar ⁽¹⁸⁾.

Figura 5 – Feirantes que comercializam o próprio cultivo



Fonte: Dos autores (2021)

Em relação a diversidade de produtos de origem vegetal comercializadas na feira do produtor, obteve-se um total de 52 espécies de produtos vegetais, que são comercializados em 11 bancas. Por meio de sua classificação, foram definidas uma gama grande de espécies de frutíferas, raízes tuberosas e grande variedade de olerícolas (Tabela 1).

Na pesquisa realizada no município de Tangará da Serra – MT, a maior variedade de espécies encontradas, classificou-se como frutíferas e olerícolas, com maiores exemplares de banana, pimenta, alface, laranja e o tomate ⁽¹⁹⁾. O tomate, mandioca e banana, possuem um maior número de variedades, devido a relação de controle pela demanda do mercado ⁽²⁰⁾.

Tabela 1 – Produtos de origem vegetal *in natura* comercializado na Feira do Produtor Rural

Produto	Quantidade de bancas que comercializaram	Família
Limão	10	Rutaceae
Tomate	8	Solanaceae
Banana	7	Musaceae
Alface	6	Asteraceae
Batata doce	6	Convolvulaceae
Mandioca	6	Euphorbiaceae
Abacaxi	5	Bromeliaceae
Abóbora	5	Cucurbitaceae
Alho	5	Alliaceae
Cebola	5	Liliaceae
Pepino	5	Cucurbitaceae
Cheiro verde	4	Apiaceae
Couve	4	Brassicaceae
Jiló	4	Solanaceae
Laranja	4	Rutaceae
Mamão	4	Caricaceae
Pimentão	4	Solanaceae
Cebolinha	3	Alliaceae
Maracujá	3	Passifloraceae
Melancia	3	Cucurbitaceae
Rúcula	3	Brassicaceae
Abobrinha	2	Cucurbitaceae
Cebola roxa	2	Liliaceae
Gengibre	2	Zingiberaceae
Inhame	2	Dioscoreaceae
Limaõ taití	2	Rutaceae
Maça	2	Rosaceae
Melão	2	Cucurbitaceae
Milho verde	2	Poaceae
Morango	2	Rosaceae
Pocã	2	Rutaceae
Abacate	1	Lauraceae
Abobora cabotia	1	Cucurbitaceae
Açafrão	1	Zingiberaceae
Acelga	1	Amaranthaceae
Almeirão	1	Asteraceae
Banana da terra	1	Musaceae
Berinjela	1	Solanaceae
Beterraba	1	Quenopodiaceae
Caqui	1	Ebenaceae
Cenoura	1	Apiaceae
Chuchu	1	Cucurbitaceae
Espinafre	1	Amaranthaceae
Jurubeba	1	Solanaceae
Limão rosa	1	Rutaceae
Manga	1	Anacardiaceae
Mexerica	1	Rutaceae
Quiabo	1	Malvaceae
Repolho	1	Brassicaceae
Salsinha	1	Apiaceae
Vagem	1	Fabaceae

Fonte: Dos autores (2021).

Os produtos vegetais com maior comercialização no município (Figura 6) são principalmente frutíferas, olerícolas e raízes tuberosas de grande potencial e adaptabilidade no estado. Pode-se excluir o alho e a cebola, na qual produção concentra-se nas regiões sul e sudeste, devido as condições de adaptação climática.

Os feirantes entrevistados relataram 5 locais de origem dos vegetais comercializados na feira do produtor rural, sendo a maioria deles, 32 produtos, com origem no próprio município, 27 produtos originados no próprio Estado de Rondônia, 22 produtos com origem indefinida, e 2 estados que importam produtos para o município, sendo eles Goiás e São Paulo, como demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2 – Produtos de origem vegetal *in natura* comercializados na Feira do Produtor Rural

Local de Origem	Número de produtos vegetais
Goiás	1
Local Indefinido	22
Município	32
RO	27
SP	4
Total Geral	86

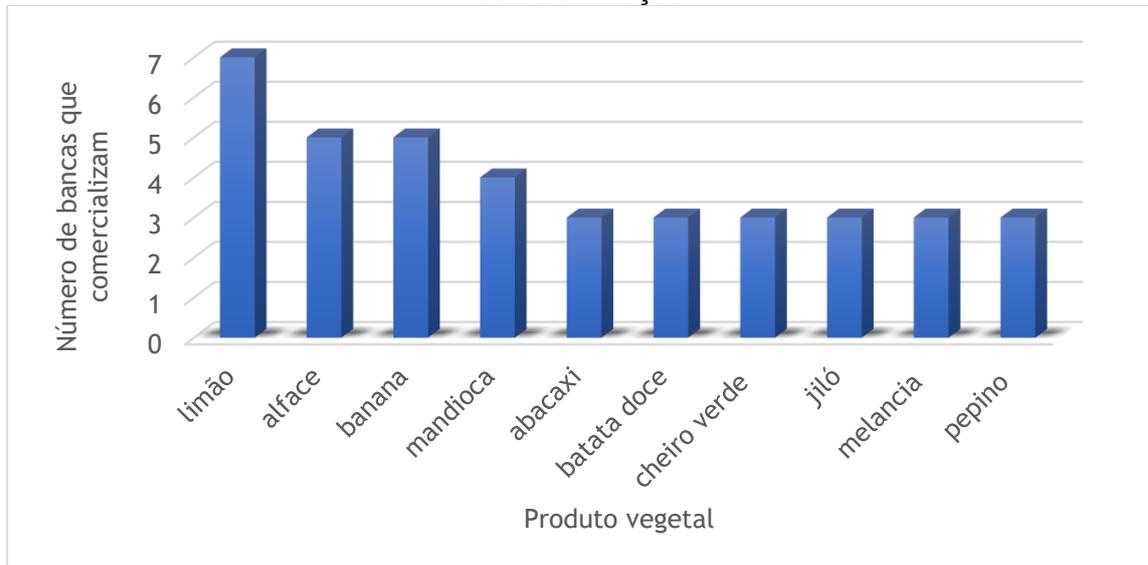
Fonte: Dos autores (2021).

O Estado de Rondônia apresenta um grande potencial na fruticultura, com condições edafoclimáticas favoráveis para a produção de frutas tropicais, com destaque para a banana, abacaxi, maracujá e limão. A produção, por sua vez, garante uma boa rentabilidade, oportunidade de emprego e renda, o que contribui para o desenvolvimento do agronegócio local ⁽²¹⁾.

O município onde foi realizada a pesquisa em questão, é o maior da região do Vale do Jamari, apresenta um bom potencial agrícola produtivo, como demonstrado na Figura 6, ele é responsável pela produção de 6 dos principais produtos que apresentam o maior índice de comercialização na feira, observado na Figura 7, caracterizando a grande participação dos produtores rurais locais, na comercialização do seu próprio cultivo.

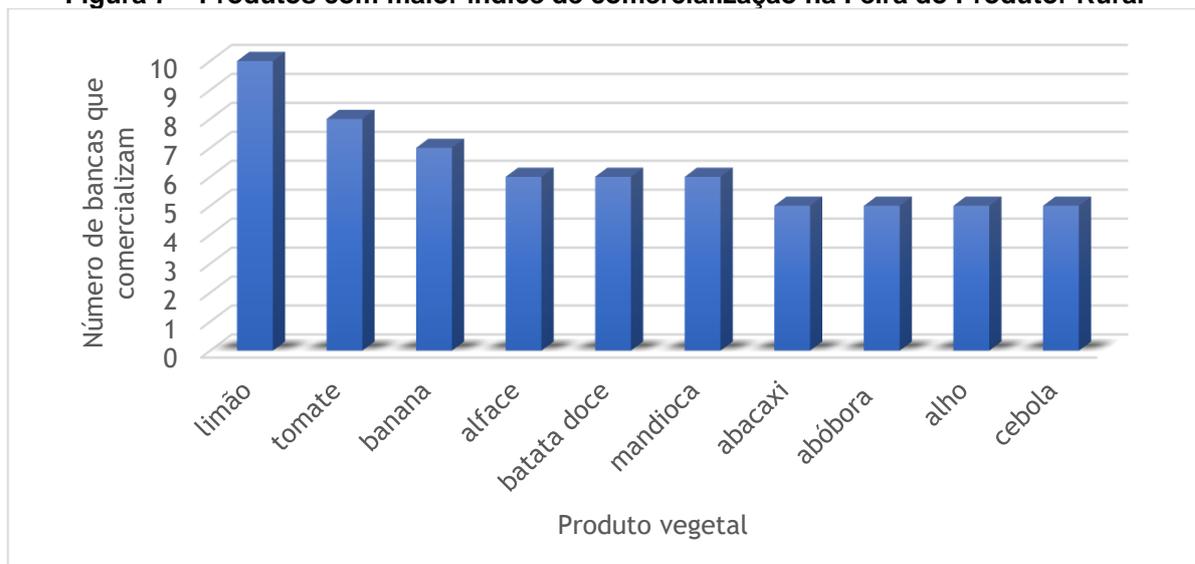
Rondônia ainda importa a maioria das frutas que consome, inclusive frutos tradicionais da região, sendo o abacaxi a segunda fruta mais cultivada. Estes dados demonstram o enorme potencial da fruticultura rondoniense, principalmente de espécies originárias das Américas, mais adaptadas ao solo e clima da região ⁽²²⁾.

Figura 6 – Produtos vegetais *in natura* produzidos no município escolhido para a pesquisa com maior comercialização



Fonte: Dos autores (2021).

Figura 7 – Produtos com maior índice de comercialização na Feira do Produtor Rural

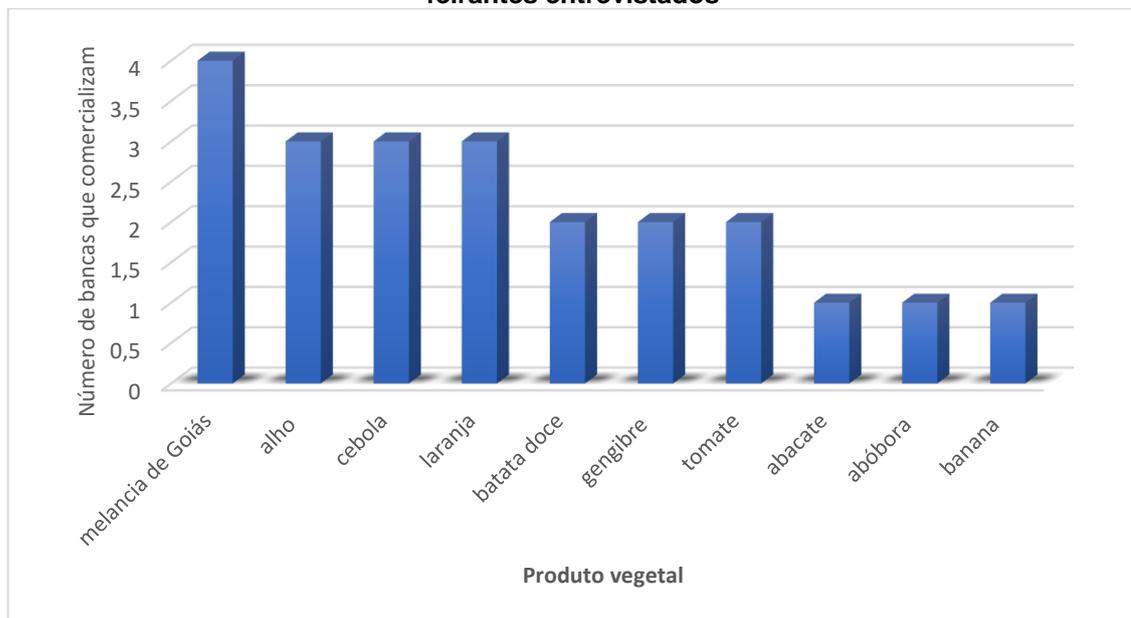


Fonte: Dos autores (2021).

Apesar do Estado de Rondônia apresentar um grande potencial produtivo, há muitos produtos trazidos de outras regiões produtoras (Figura 8). Por vezes, a produção estadual de determinados produtos mostra-se insuficiente, não sendo capaz de atender a própria demanda, como por exemplo no caso da banana. A região também pode não possuir as condições edafoclimáticas requeridas pelas culturas agrícolas para serem produzidas em larga escala, como a cebola, alho e gengibre.

O processo de adquirir produtos com origem de outros locais também foi observado na feira local do município de Presidente Prudente – SP, na qual a produção própria dos produtores locais foram a mandioca, abobrinha, melancia e alface. Os outros produtos foram adquiridos na Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) onde sua origem era de outros municípios do próprio estado com produção agrícola. Os produtos advindos deste armazém e encaminhados para Presidente Prudente – SP foram o tomate, a batata e a melancia ⁽²³⁾.

Figura 8 – Produtos com maior índice de comercialização que vêm de fora do estado, segundo os feirantes entrevistados



Fonte: Dos autores (2021).

Considerações Finais

Através deste estudo foi possível verificar que há uma grande variedade de produtos vegetais comercializados na Feira do Produtor Municipal em um município do Vale do Jamari - RO, devido a boa adaptação de algumas espécies vegetais e o potencial agrícola da região, que propiciam a produção, e boa parte dos produtos com maior comercialização são produzidos nas propriedades rurais do município.

Depreende-se que há uma grande participação dos produtores rurais no processo de comercialização, mostrando a importância quando o produto sai da porteira, pois, normalmente, passam para a mão dos atravessadores no sistema porteira adentro. Observa-se que a feira municipal dá a oportunidade aos próprios produtores de comercializarem seus produtos, podendo determinar o

preço e realizar a possível fidelização do cliente. Assim como a participação feminina na atividade foi relevante, pois as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho, e a feira torna-se uma possibilidade de ingresso nesse meio. E, em relação ao período de atuação na atividade como feirante, os dados mostraram-se bem variáveis, com a ocorrência tanto de feirantes novos na área, como de feirantes já estabilizados, na qual a feira se torna crucial como fonte de renda para todos eles.

Verifica-se uma grande participação dos produtos vegetais regionais, houve também muitos produtos oriundos de outras regiões do país, onde normalmente são produtos não adaptados às condições edafoclimáticas da região ou os advindos de grandes polos de produção localizados em outras regiões, entretanto, os produtores não souberam especificar a origem de cada um deles.

A feira ainda é um importante canal de comercialização de produtos vegetais, pois o produtor se vê inserido na sociedade tendo a oportunidade de comercializar seu produto, permitindo assim a geração de renda e incentivando o comércio local e seu desenvolvimento. Outros estudos podem ser realizados para verificar com mais detalhes o processo de produção e comercialização desses produtos na feira e sua importância para o desenvolvimento econômico da região.

Referências

- 1 Spagnol WA, Park KJ, Sigrist JMM. Taxa de respiração de cenouras minimamente processadas e armazenadas em diferentes temperaturas. *Food Science and Technology*. 2006;26:550–4.
- 2 Bastos M do SR. Frutas minimamente processadas: aspectos de qualidade e segurança. Fortaleza: Embrapa Agroindústria Tropical. 2006;10–1.
- 3 Souza Filho TA, Paes-de-Souza M, Barbosa FL. Atividades de marketing e a produção de frutas em Rondônia. *Revista Monografias Ambientais*. 2014;13(2):3099–109.
- 4 Hoffmann R, Engler JJ de C, Serrano O, Thame A de M, Neves EM. Administração da empresa agrícola. 1989.
- 5 Nascimento MR, Jaeggi MEC, Saluci JCG, Guidinelle RB, Zacarias AJ. *Revista cadernos de agroecologia*. [revista na internet] 2016. [acesso 30 de agosto de 202]. Disponível em: <http://revistas.abaagroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/21856>
- 6 Santos JE, Junior SS, Theodoro VCA, Nolasco F. Caracterização da horticultura comercial do município de Rio Branco/MT/Brasil. [anais] Rio Branco/MT horticultura brasileira 26; 2008.
- 7 Souza Filho TA, Paes-de-Souza M, Barbosa FL. Atividades de marketing e a produção de frutas em Rondônia. *Revista Monografias Ambientais*. 2014;13(2):3099–109.
- 8 Sousa PM. Feira do Bosque: espaço para construção da identidade cultural de Palmas–Tocantins. 2014.
- 9 Vedana V. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. *Horizontes antropológicos*. 2013;19:41–68.

- 10 da Silva GP, Paris JC, Samborski T, Döör AC. Perfil e percepções dos feirantes em relação a feira livre dos municípios de São Pedro do Sul (RS) e Santo Augusto (RS). *Revista Monografias Ambientais*. 2014;3203–12.
- 11 Souza EL, Silva P. Perfil socioeducacional e identidade do feirante de Itabaiana – SE. *Ed. Psicol & m foco*. 2009; 2: 66-67.
- 12 de Sousa PM. Feira do Bosque: espaço para construção da identidade cultural de Palmas–Tocantins.
- 13 da Silva GP, Paris JC, Samborski T, Döör AC. Perfil e percepções dos feirantes em relação a feira livre dos municípios de São Pedro do Sul (RS) e Santo Augusto (RS). *Revista Monografias Ambientais*. 2014;3203–12.
- 14 Santos HS, da Silva AA, Favarin S, Cremasco CP, Narita N. Perfil socioeconômico do feirante, procedência e quantidade comercializada de hortaliças na feira central de Presidente Prudente–SP.
- 15 Santos HS, da Silva AA, Favarin S, Cremasco CP, Narita N. Perfil socioeconômico do feirante, procedência e quantidade comercializada de hortaliças na feira central de Presidente Prudente–SP.
- 16 Souza J. A agricultura familiar e a problemática com o atravessador no município de Lagos Seca–PB: Sítios Oití, Santo Antônio, Alvinho e Floriano [monografia]. Campina Grande: Universidade Estadual da Paraíba. 2014;
- 17 Sabourin E. Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade. 2011.
- 18 Silva MS et al. Trabalhadores-migrantes nos canaviais paulistas: sociabilidades, condições de trabalho e formas de resistência. [tese de doutorado]. 2011;
- 19 Faria R, Botini N, Soares F, Soares J, Silva M. Recursos genéticos vegetais comercializados na feira do produtor de Tangará da Serra, MT. *Biodiversidade*. 2016;15(3).
- 20 Lyra DH, Sampaio LS, Pereira D de A, Amaral CLF. Conservação on farm da agrobiodiversidade de sítios familiares em Jequié, Bahia, Brasil. *Revista Ceres*. 2011;58:69–76.
- 21 Empresa de assistência técnica e extensão rural - EMATER. Relatório de Atividades: EMATER 2014. Porto Velho. [publicação online]; 2015. [acesso em 11 de setembro de 2022]. Disponível em <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fwww.emater.ro.gov.br%2Fconteudo%2Frelatorios%2FRelatorio%2520Atividades%25202014%2520corrigido%2520ASCOM.docx&wd Origin=BROWSELINK>.
- 22 Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER. Relatório de Atividades: EMATER 2014. Porto Velho. [publicação online]; 2018. [acesso em 11 de setembro de 2022]. Disponível em <http://www.emater.ro.gov.br/ematerro/2018/11/12/fruticultura-com-novas-tecnologias-abacaxi-poder-producao-o-ano-inteiro/>.
- 23 Santos HS, da Silva AA, Favarin S, Cremasco CP, Narita N. Perfil socioeconômico do feirante, procedência e quantidade comercializada de hortaliças na feira central de Presidente Prudente–SP.