

## LEVANTAMENTO DE ESPÉCIES VEGETAIS COMERCIALIZADAS NO MERCADO DOS COLONOS “MIGUEL MARCELINO DE SOUZA”, XAPURI - ACRE

### *SURVEY OF VEGETABLE SPECIES MARKETED IN THE MARKET OF THE COLONIES "MIGUEL MARCELINO DE SOUZA", XAPURI – ACRE*

Jeniffer Maria Rodrigues Pinheiro<sup>1</sup>

Alana Chocorosqui Fernandes<sup>2</sup>

**Resumo:** A feira livre representa uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas, viabilizando a comercialização direta entre consumidores e produtores. Sabendo disso, o objetivo deste trabalho foi realizar levantamento de espécies vegetais comercializadas no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza”, Xapuri, Acre. Para isso foi realizada visita inicial para conhecer o estabelecimento e posterior aplicação de entrevistas semiestruturadas a 30 feirantes (10% do total). As entrevistas foram aplicadas no mês de Agosto de 2017, com duração média de 15 minutos cada, sendo executadas diretamente nas bancas. Os dados foram tabulados e analisados por meio do programa Microsoft Excel 2010, utilizando o acompanhamento de documentação fotográfica. O levantamento realizado demonstrou a importância de frutas, mamão e banana; e de hortaliças; couve, a cebolinha e coentro na região. A mandioca teve destaque sendo fonte de vários produtos processados, que aumentam o valor agregado do produto e contribui para uma melhor renda dos vendedores. Houve variação no preço, forma de comercialização, origem dos produtos e forma de embalagens. Dos entrevistados, 93% são produtores rurais. O Mercado Miguel Marcelino de Souza se torna importante regional e localmente, pois oferta ampla variedade de produtos a comunidade de Xapuri e arredores, sendo espaço de oportunidade para famílias comercializarem sua produção.

**Palavras-chave:** Feira livre. Comércio direto. Produtores rurais.

**Abstract:** The fair is one of the oldest forms of agricultural product dissemination, enabling an alternative between consumers and producers. Knowing this, the objective of making a survey of vegetable species marketed in the Market of Colonists "Miguel Marcelino de Souza", Xapuri, Acre. For this research was carried out a questionnaire of 30 marketers (10%). The sessions were held in August 2017, with an average of 15 minutes each, being performed directly on the stands. The data was tabulated and stored through the Microsoft Excel 2010 program, using photographic documentation tracking. The survey carried out showed an importance of fruits, papaya and banana; and vegetables; cabbage, chives and coriander in the region. The manioc intensity inspiration which source of the process products, which increase to value added product and product to a better performance of sellers. There are some variations in price, form of marketing, product origin and form of packaging. Of the interviewees, 93% are rural producers. The Miguel Marcelino de Souza Market becomes important regionally and locally, in turn, is a geographical area of research and development, being a space of opportunity for the commercialization of its production.

**Keywords:** Fair free. Direct trade. Farmers.

<sup>1</sup> Discente Agroecologia IFAC, jennifermariaaa@hotmail.com

<sup>2</sup> Docente EBTT Meio Ambiente, IFAC, alanacfarnandes@yahoo.com.br

## 1 INTRODUÇÃO

A feira livre representa uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. De acordo com Sales *et al.*, (2011) “Existem registros de que os povos sumérios já faziam uso desse processo de comercialização em 3.000 A.C., fazendo barganhas em locais específicos da cidade, em um dia determinado da semana”.

Para Pierrie e Valente (s.d.), as feiras livres são canais de comercialização de produtos da Agricultura Familiar que raramente recebem apoio de políticas públicas específicas ou são objetos de programas de desenvolvimento rural. Quando presentes, os programas estão marcados por um forte caráter produtivista, deixando em segundo plano a análise das categorias sociológicas envolvidas na atividade.

Mesmo que com o passar do tempo às feiras livres tiveram seus espaços simplificados pelo acréscimo de outros canais de comercialização, como os supermercados, comércios, mercantis e outros, observa-se velozmente, que este canal ainda desempenha um papel substancial na consolidação econômica e social da agricultura familiar, sob a perspectiva do feirante, e socioeconômico cultural, sob a perspectiva do consumidor (GODOY e ANJOS, 2007b).

Algumas particularidades fazem das feiras livres um ambiente de comercialização único, que atrai dezenas de consumidores até os dias atuais. Dentre elas, a oferta de produtos diferenciados e as relações de afeto e companheirismo, que geralmente são estabelecidas entre vendedores e compradores ao longo do tradicional ato de “fazer a feira” (SALES *et al.*, 2011).

Sato (2007) em seu artigo intitulado “Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre”, coloca que esse ambiente de comercialização precisa ser concebido como “um contínuo organizar, baseado em acordos e negociações, em cooperação e competição e na execução de regras tácitas”.

O autor ainda destaca que a proximidade geográfica possibilita o estabelecimento de acordos entre vizinhos de banca. Entre si edificam normas

de convivência específica, geralmente válidas apenas para os feirantes que as definem, sendo impraticável qualquer tentativa de generalização. Elas englobam desde a definição de horários de montagem e desmontagem das bancas até a faixa de preços praticados (SATO, 2007).

Outra característica própria a ser mencionada é o caráter lúdico intrínseco à feira, que muito além de uma área de negócios, constitui-se também em um ambiente de encontros, conversas, articulações e até mesmo de diversão (SALES *et al.*, 2011; COSTA *et al.*, 2012).

Neste contexto, as feiras apresentam-se como canal de distribuição importante por, viabilizar a comercialização direta entre consumidores e produtores e por tornar possível a distribuição sem exigir de regularidade de oferta e padronização dos produtos impostas por outras instituições de comercialização como o varejo tradicional (COSTA *et al.*, 2012).

Tal estrutura apresenta ainda o potencial de gerar mais satisfação por favorecer a construção de relações envolvendo consumidores e feirantes baseadas também na afetividade, cumprindo um papel socioeconômico fundamental através do atendimento a setores específicos da população que possuem menor poder aquisitivo (ANJOS *et al.*, 2005).

Diante disso, a execução deste trabalho se justifica pela escassez de informações acerca da área em estudo e da atividade exercida *in loco*, mesmo com comprovada importância encontrada na literatura. Além do que, o Mercado dos Colonos Miguel Marcelino de Souza trata-se de um espaço tradicionalíssimo, que há anos vem contribuindo para a comercialização de produtos da agricultura familiar no município de Xapuri - AC.

## 2 MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi conduzido no mercado dos colonos “Miguel Marcelino de Souza,” que está situado na confluência das Ruas Floriano Peixoto e 24 de Janeiro, bairro Centro, perímetro urbano de Xapuri – AC (Figura 1).

Conforme dados do IBGE referentes à estimativa de 2017, a cidade ocupa o 9º lugar em população no Estado com 17.894 habitantes. Desse total,

aproximadamente 65%, isto é, 11.631 pessoas, ocupam a Zona Urbana e 35%, ou seja, 6.262 residem à Zona Rural (IBGE, 2017).

**Figura 1** - Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza,” localizado na confluência das Ruas Floriano Peixoto e 24 de Janeiro, bairro Centro, perímetro urbano de Xapuri – AC.



Fonte: Autoras (2017)

Para a execução do trabalho, o mesmo foi dividido em dois momentos, sendo a visita *in loco*, o primeiro desses. A observação direta possível pela visita inicial forneceu informações primárias importantíssimas para o estudo realizado.

A observação direta é considerada uma técnica de coleta de dados para conseguir informações sobre determinados aspectos da realidade, o que ajuda o pesquisador à “[...] identificar e obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento” (MARCONI; LAKATOS, 1996).

Posteriormente foram aplicadas entrevistas semiestruturadas a 10% dos feirantes, o correspondente a 30 pessoas, com o propósito de se obter informações propostas no formulário, como nome popular das espécies comercializadas, preços, maneiras de comercialização, origem e a embalagem dos produtos.

As entrevistas foram aplicadas no mês de Agosto de 2017, especificamente nas quintas e sextas-feiras, no período compreendido das 06h30min às 09h00min, com duração média de 15 minutos cada e sendo executadas diretamente nas bancas.

De acordo com Gil (1999) e Oliveira (2011) as entrevistas semiestruturadas podem ser definidas como uma lista das informações que se deseja obter de cada entrevistado, mas a forma de perguntar (a estrutura da pergunta) e a ordem em que as questões são feitas irão variar de acordo com as características de cada entrevistado.

O levantamento fez uso de dados qualitativos e quantitativos, pois, neste trabalho, entendem-se ambos, como elementos complementares um ao outro para produção de informações importantes.

Os dados foram tabulados e analisados por meio do programa Microsoft Excel 2010, utilizando o acompanhamento de documentação fotográfica.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O Mercado dos colonos “Miguel Marcelino de Souza” não é muito antigo no município de Xapuri – Acre. Todavia, é difícil encontrar informações sobre ele, tanto na prefeitura local como na câmara de vereadores, locais onde não constam se quer o ano de fundação.

Conforme moradores mais antigos da cidade, como seu José Peres de Souza de 73 anos de idade, o mercado foi fundado em Junho de 1986, no mandato do prefeito Vanderley Viana de Lima, que foi quem doou o terreno para construção do referido mercado. O nome de Miguel Marcelino de Souza foi dado em homenagem a um importante colono produtor do Rio Xapuri na época.

Em Xapuri, a produção agrícola permanente do município é concentrada em polos agroflorestais. Estes polos são tipo assentamento de famílias, para a exploração agroflorestral (IBGE *apud* SILVA *et al.*, 2012). De acordo com Cecílio (2017) o mercado Miguel Marcelino de Souza recebe diariamente feirantes de diversas comunidades rurais, a saber: São Miguel, São José/Cruzeiro, Equador, Chipamano linha I, Vai quem quer, São Francisco, Vista Alegre, Cachoeira, Samaúma, Seringal dois irmãos, Assentamento Tupá, Polo da Variante e Polo Recanto do Equador.

A feira acontece oficialmente nas segundas, quinta, e sextas-feiras, sendo que na sexta é o dia de maior movimento (Figura 2). Nos demais dias da semana porém, sempre há feirantes vendendo no mercado.

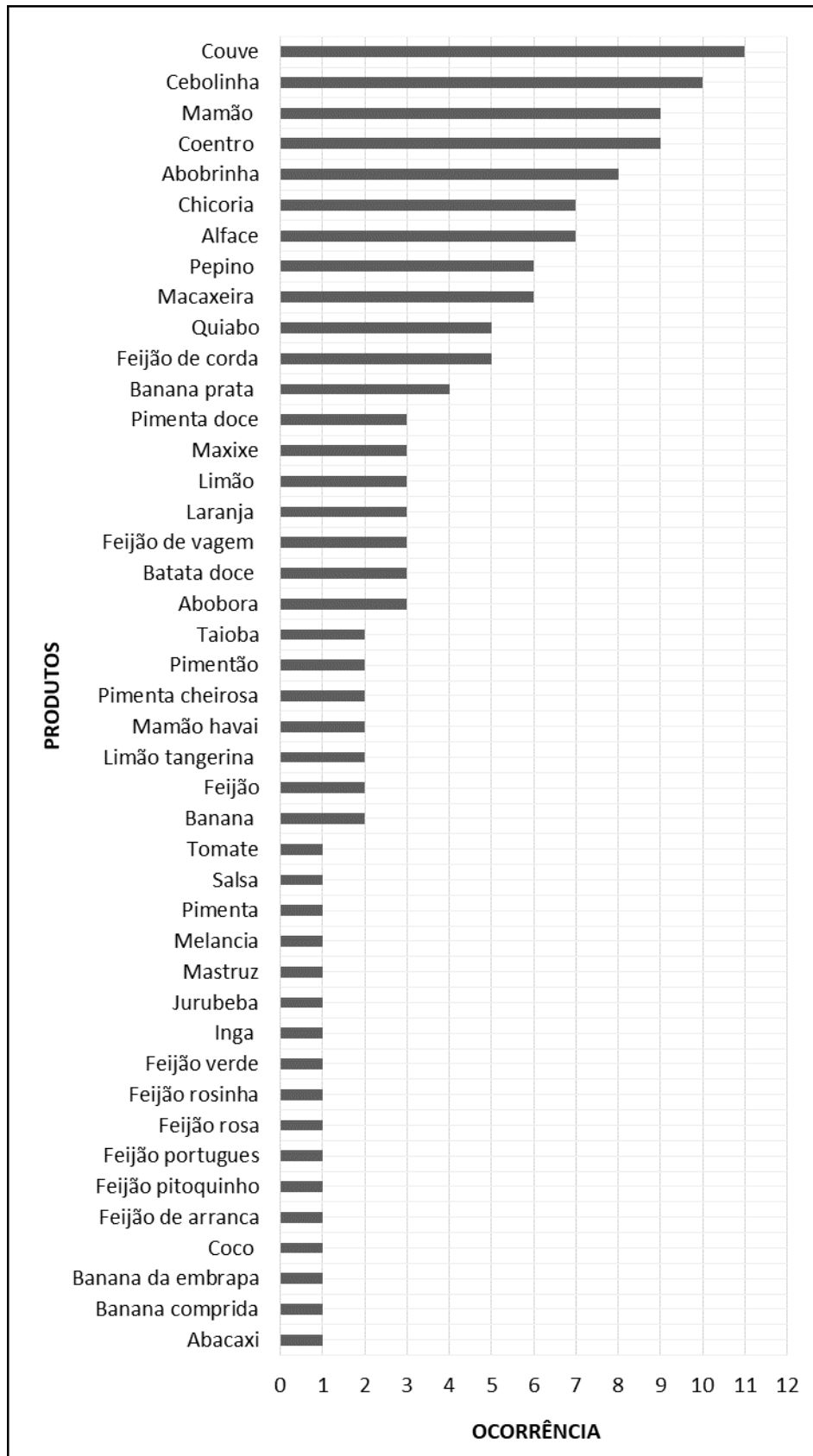
**Figura 2** – Produtos comercializados durante dia de feira no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC



Fonte: Autoras (2017)

Foram listados um total de 174 itens nas entrevistas, sendo divididos em produtos *in natura* (Figura 3) e produtos chamados neste trabalho de processado, sendo estes aqueles que passaram por algum tipo de processamento (Figura 5).

**Figura 3** - Lista geral dos produtos in natura comercializados no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri – AC



Das 43 diferentes tipos de produtos *in natura* que foram encontrados no mercado, os frutos se destacaram na pesquisa, representando aproximadamente 55,8% das vendas totais. Foram considerados fruto os seguintes: mamão, pepino, quiabo, banana prata, pimenta doce, maxixe, laranja, limão, pimentão, pimenta cheirosa, mamão Havaí, limão tangerina, banana, abobrinha, tomate, pimenta, melancia, jurubeba, ingá, abacaxi, coco, banana comprida, banana da Embrapa e abobora.

Os frutos mais encontrados nas bancas amostradas foram o mamão e a banana, sendo o primeiro encontrado em 36,6%, ou seja, 11 das 30 bancas envolvidas e o segundo encontrado em 26,67%, ou seja, 08 das 30 bancas.

O mamoeiro (*Carica papaya* L.) é uma das principais fruteiras das regiões tropicais e subtropicais do mundo, sendo seu fruto bastante consumido *in natura* ou industrializado (DANTAS *et al.*, 2013). É um fruto de grande importância econômica, social e nutricional (GALO *et al.*, 2014).

A produção de mamão no Brasil, que é o segundo maior produtor com 12,6% da produção mundial (GALEANO; MARTINS, 2015), teve uma área colhida de 30.285 ha em 2015, um volume de 1.463.770 toneladas do fruto e rendimento médio de 48,33 t/ha (IBGE *apud* EMBRAPA, 2015). No Acre, a produção é de 261 hectares de área colhida e 3.332 toneladas de produção, um rendimento de aproximadamente 12,77 t/ha (EMBRAPA, 2013). Em Xapuri, a produção em 2009, atingiu 72 toneladas, com o valor de produção alçado em R\$ 58.000,00 (IBGE *apud* SILVA *et al.*, 2012).

Já a banana é cultivada de Norte a Sul do Brasil, tendo grande expressão econômica e elevado alcance social (CARDENETTE, 2006, p. 45). No mundo, a área colhida com banana foi de 9.888.866 ha com uma produção de 144.797.816 toneladas, resultando em uma produtividade média de 17,4 t/ha em 2014. O maior produtor mundial da fruta à época era a Índia (IBGE, 2014). O Brasil aparece hoje como o quinto maior produtor mundial, com a produção de 6.778.043 milhões de toneladas da fruta (IBGE, 2017).

A produção brasileira de banana foi de 6.778.043 milhões de toneladas em 2017, tendo uma redução na produção de 2,6% em relação ao ano de 2016. A área destinada ao cultivo da bananeira foi de 474.054 ha no ano de 2016 e de 477.261 ha no ano de 2017, o que representa um aumento de 0,7%

na área cultivada quando comparado a 2016 (IBGE, 2017). O rendimento médio obtido foi de 14,20 t/ha em 2017, estando 3,3% inferior ao ano anterior. A fruta é cultivada em todas as regiões brasileiras, sendo que as principais são: Nordeste, com 175.793 ha, Sudeste com 141.877 ha e Norte, com 82.529 ha, totalizando 85,1% da produção nacional (IBGE, 2017).

O Estado do Acre apresenta uma área plantada de 9.097 ha, área colhida 8.550 ha e uma produção de 114.741, o que representa 1,8% da produção brasileira (IBGE, 2017). Das culturas permanentes produzidas no Estado do Acre, a banana é a mais importante, com participação no valor da produção, em 2015, de 69%, em seguida está à laranja com 7% e o café com 5%, o que ressalta a sua importância econômica e cultural (AMARAL *apud* NOGUEIRA *et al.*, 2013). O Estado é ainda o terceiro maior produtor de banana da região Norte, ficando atrás apenas do Pará e Roraima, com 504.847 e 117.577 toneladas de produção, respectivamente (IBGE, 2017).

Quanto às hortaliças (Figura 4), foram encontradas: couve, cebolinha, coentro, alface, chicória, salsa e taioba, sendo que as que mais se destacaram foram couve, cebolinha e coentro, sendo encontradas em 11, 10 e 9 bancas, representando 37%, 33% e 30% das bancas, respectivamente.

**Figura 4** – Banca com ampla oferta de hortaliças vendidas no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC



Fonte: Autoras (2017)

O cultivo de hortaliças no Brasil é caracterizado como uma atividade realizada prioritariamente em micro e pequenas propriedades, localizadas em

sua grande maioria nas proximidades dos grandes centros urbanos. As culturas exigem mão-de-obra desde a sua semeadura até a comercialização, o que torna a atividade uma grande geradora de empregos (CNA, 2016).

Os feijões também se destacaram no estudo pela variedade. Foram encontrados nove diferentes tipos. No Estado do Acre, o cultivo do feijão comum (*Phaseolus vulgaris* L.) é praticado, essencialmente por pequenos agricultores e apresenta importância social, cultural e econômica desta cultura para a agricultura familiar (SEPLAN, 2017).

Em trabalho de identificação de diversidade com feijões no Estado do Acre, Santos e Siviero (2015) relatam ter encontrados em feiras públicas e mercados públicos e particulares o tipo de feijão Rosinha (um tipo de *Phaseolus vulgaris* L.),

Quanto à forma de comercialização e o preço desses produtos, foi possível observar algumas variações conforme apresentado na Tabela 1.

**Tabela 1** – Preços máximos e mínimos e forma de comercialização dos produtos comercializados *in natura* no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC

<b>Nome Popular</b>	<b>Preço (R\$)</b>	<b>Comercialização</b>
<b>Mamão</b>	1,00 a R\$2,00	Unidade
<b>Mamão Havaí</b>	2,50 a R\$3,00	Quilo
<b>Abobrinha</b>	2,00 a R\$3,00	Unidade ou pacote ou Quilo
<b>Abobora</b>	2,00 a R\$4,00	Unidade
<b>Pepino</b>	1,00 a R\$2,00	Unidade ou pacote com 3 unidades
<b>Banana prata</b>	2,00, R\$5,00	Palma ou Cacho
<b>Banana comprida</b>	2,00	3 unidades
<b>Banana</b>	2,00	Palma
<b>Macaxeira</b>	2,00	Quilo
<b>Batata doce</b>	2,00	Pacote
<b>Mastruz</b>	2,00	Porção
<b>Banana da Embrapa</b>	2,00	Palma
<b>Quiabo</b>	2,00	Pacote
<b>Pimenta doce</b>	2,00	Pacote ou Maço
<b>Maxixe</b>	2,00	Quilo ou pacote
<b>Limão</b>	2,00	Dúzia ou pacote
<b>Laranja</b>	3,00	Dúzia

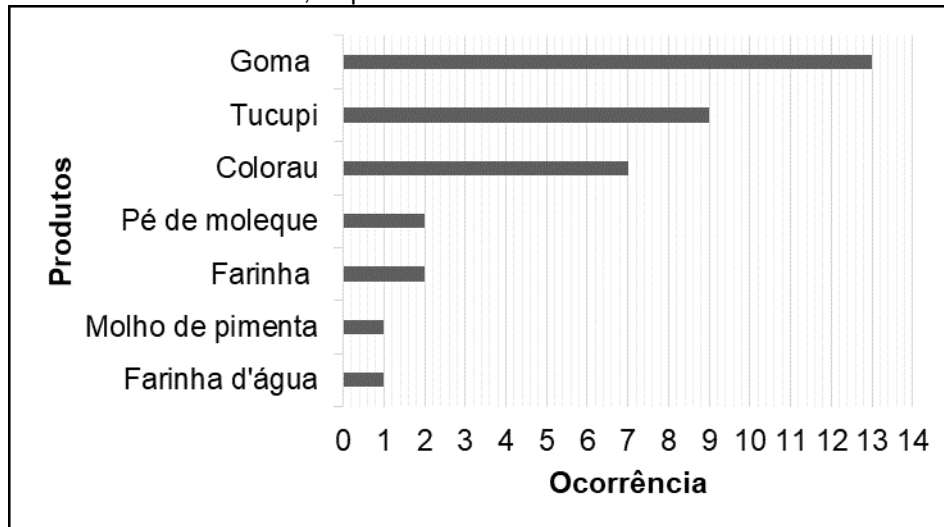
Meio Ambiente e Agrárias

<b>Pimentão</b>	2,00	Pacote
<b>Limão tangerina</b>	2,00	Dúzia
<b>Tomate</b>	2,00	Pacote
<b>Pimenta cheirosa</b>	2,00	Maço
<b>Pimenta</b>	2,00	Pacote
<b>Melancia</b>	15,00	Unidade
<b>Jurubeba</b>	2,00	Pacote
<b>Ingá</b>	0,50	Unidade
<b>Abacaxi</b>	2,00	Unidade
<b>Coco</b>	2,00	Unidade
<b>Couve</b>	2,00	Maço/oito unidade
<b>Cebolinha</b>	2,00	Maço
<b>Coentro</b>	2,00	Maço
<b>Alface</b>	2,00	Pé
<b>Chicória</b>	2,00	Maço
<b>Salsa</b>	2,00	Maço
<b>Taioba</b>	3,00	Quilo
<b>Feijão de arranca</b>	5,00	Quilo
<b>Feijão pitoquinho</b>	5,00	Quilo
<b>Feijão português</b>	2,00	Pacote
<b>Feijão de rosinha</b>	4,00	Quilo
<b>Feijão rosa</b>	4,00	Quilo
<b>Feijão verde</b>	2,00	Pacote
<b>Feijão</b>	4,00	Quilo
<b>Feijão vagem</b>	2,00	Pacote
<b>Feijão de corda</b>	5,00 a 6,00	Quilo

Fonte: Autoras (2017)

Além destes produtos *“in natura”*, foram encontrados alguns produtos que passam por transformação para serem vendidos, chamados neste trabalho de *“processados”*. A Figura 5 mostra os sete diferentes produtos comercializados no Mercado, dos quais, cinco são oriundos da mandioca.

**Figura 5** – Produtos “processados” comercializados no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC



Fonte: Autoras (2017)

Percebe-se claramente a importância da mandioca entre os produtos comercializados no Mercado Miguel Marcelino de Souza em Xapuri – AC. Desses produtos processados, o que mais se destacou foi à goma, utilizada para fazer tapioca, presente em 43,33% das bancas, ou seja, 13 das 30 bancas amostradas.

No Acre, os principais produtos desse tipo de lavoura, são a mandioca e o milho (ACRE, 2017). A mandioca destaca-se como um produto de alta relevância cultural e econômica para a agricultura familiar do Estado. Além de poder ser consumida *in natura*, servem também de matéria-prima para a produção de farinhas, bolos, biscoitos e outros produtos que fazem parte da culinária regional.

O Acre dispõe do maior rendimento agrícola do País por hectare de mandioca. O efeito é fruto de políticas de incentivo. Um dos exemplos existentes em Xapuri é a Casa de Farinha Industrial, situada no município (MEIRELLES, 2017). A mesma tem capacidade para produzir até uma tonelada de farinha por dia, gera oito empregos diretos e renda para dezenas de produtores da região, que fornecem mandioca para a Casa de Farinha. Na época de entressafra, chega a produzir 400 litros de tucupi, 800 quilos de goma e 3,2 toneladas de farinha, por semana.

Quanto ao valor dos produtos processados, foi possível observar variação no preço do tucupi e do colorau, conforme Tabela 2.

**Tabela 2** – Preços máximos e mínimos e forma de comercialização dos produtos processados comercializados no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC

Produto	Preço (R\$)	Forma de comercialização
<b>Goma</b>	4,00	Quilo
<b>Tucupi</b>	1,00 a R\$1,25	Litro
<b>Colorau</b>	12,00,15,00,2,00	Quilo ou pacote
<b>Pé de moleque</b>	2,00	Unidade
<b>Farinha</b>	3,00 a 3,50	Quilo
<b>Molho de pimenta</b>	2,50	250 ml
<b>Farinha d’água</b>	4,00	Quilo

Fonte: Autoras (2017)

Outra observação feita neste trabalho foi quanto à forma de embalagem dos produtos. A maioria é vendida em embalagens plásticas (sacos, sacolas ou garrafas PET), conforme pode ser visto nas Figura 6. O reaproveitamento de garrafas PET é muito comum no estabelecimento.

**Figura 6** – Embalagens dos produtos vendidos no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC



Fonte: Autoras (2017)

Ao investigar também sobre a origem dos produtos, apenas dois produtores disseram revender produtos de outros produtores, o que representou 7% do total. Todos os demais feirantes são produtores rurais (Figura 7).

**Figura 7** - Produtores expondo seus produtos para venda no Mercado dos Colonos “Miguel Marcelino de Souza, Xapuri - AC



Fonte: Autoras (2017)

A partir do levantamento desenvolvido junto a produtores rurais e elementos por eles produzidos percebe a importância da Agricultura Familiar. Para o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (2017), a Agricultura Familiar consiste:

[...] em uma forma de organização social, cultural, econômica e ambiental, na qual são trabalhadas atividades agropecuárias e não agropecuárias de base familiar, desenvolvidas em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas, gerenciadas por uma família com predominância de mão de obra familiar e que apresenta papel relevante para o desenvolvimento do País (BANCO DA AMAZÔNIA, 2017).

Ainda de acordo com o PRONAF, a Agricultura Familiar é importante, pois tem função de garantir a segurança alimentar das famílias, além de preservar a produção dos alimentos tradicionais, contribuindo para a qualidade alimentar das famílias. O excedente desta produção também tem papel fundamental na vida financeira da comunidade.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O levantamento realizado no Mercado Miguel Marcelino de Souza durante o mês de agosto de 2017 mostrou as espécies vegetais comercializadas no mercado, destacando a importância de frutas, mamão e banana; e de hortaliças: couve, cebolinha e coentro. A mandioca também teve destaque sendo fonte de vários produtos industrializados.

Houve variação no preço, forma de comercialização, origem dos produtos e forma de embalagens.

O Mercado Miguel Marcelino de Souza se torna importante regional e localmente, pois oferta ampla variedade de produtos a comunidade de Xapuri e arredores, sendo espaço de oportunidade para famílias comercializarem sua produção.

## REFERÊNCIAS

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

BANCO DA AMAZÔNIA – BASA. Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF. Disponível em: <<http://www.bancoamazonia.com.br/index.php/agricultura-familiar>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

CARDENETTE, G. H. L. **Produtos derivados de banana verde (*Musa spp.*) e sua influência na tolerância a glicose e na fermentação Colônica**. Tese (Doutorado em Ciência dos Alimentos). Faculdade de Ciências Farmacêuticas – Universidade de São Paulo, p.46. 2006.

CNA - CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL. Fruticultura (Balanço 2016 e Perspectivas 2017). Disponível em: <[http://www.cnabrasil.org.br/sites/default/files/sites/default/files/uploads/10\\_fruticultura.pdf](http://www.cnabrasil.org.br/sites/default/files/sites/default/files/uploads/10_fruticultura.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2017.

COSTA, S. M. A. L.; NASCIMENTO, K. R.; RAPASSI, R. A.; TARSITANO, M. A. A.; SANTANA, S. M. **Comercialização dos produtos da Agricultura Familiar e o papel da feira como importante canal de distribuição**. Soteira – SP. 2012. Disponível em: <[https://www.uniara.com.br/legado/nupedor/nupedor\\_2012/trabalhos/sessao\\_5/sessao\\_5A/03\\_Silvia\\_Costa.pdf](https://www.uniara.com.br/legado/nupedor/nupedor_2012/trabalhos/sessao_5/sessao_5A/03_Silvia_Costa.pdf)>. Acesso: 10 ago. 2017.

DANTAS, J. L. L.; JUNGHANS, D. T.; LIMA, J. F.; **Mamão: o produtor pergunta, a Embrapa responde**. 3 ed. Brasília, DF. 2013. 170p.

EMBRAPA - **EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA.**

Produção brasileira de mamão em 2013. Disponível em: <[https://www.embrapa.br/documents/1355135/1529009/Mamao\\_Brasil\\_2013.pdf/c55eacd9-3c37-4f49-a882-af30b7ddf442](https://www.embrapa.br/documents/1355135/1529009/Mamao_Brasil_2013.pdf/c55eacd9-3c37-4f49-a882-af30b7ddf442)>. Acesso em: 01 Set. 2017.

EMBRAPA - **EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA.**

Produção brasileira de mamão em 2015. Disponível em: <[http://www.cnpmf.embrapa.br/Base\\_de\\_Dados/index\\_pdf/dados/brasil/mamao/b1\\_mamao.pdf](http://www.cnpmf.embrapa.br/Base_de_Dados/index_pdf/dados/brasil/mamao/b1_mamao.pdf)>. Acesso em: 31 ago. 2017.

GALEANO, E. V.; MARTINS, D. S. Evolução da produção e comércio mundial de Mamão. **Anais do VI Simpósio do Papaya Brasileiro.** Tecnologia de produção e mercado para o mamão brasileiro, Vitória – ES. 2015. 7p.

GALO, J. Q. B.; SOUZA, M. L.; KUSDRA, J. F.; MATTIUZ, C. F. M. Conservação pós-colheita de Mamão ‘Sunrise solo’ com uso de Quitosana. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 36, n. 2, p. 305 - 312, 2014.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. O perfil dos feirantes ecológicos de Pelotas-RS. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estimativa 2017.** Disponível em:

<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=120070>>. Acesso em: 18 Mar. 2017.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola.** Rio de Janeiro – RJ. V.30 Nº.7.p.1-83, 2017.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Grupo de Coordenação de GCEA/IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Agropecuária. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola - LSPA**, Rio de Janeiro – RJ. 2014.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MEIRELLES, M. **SEAP apresenta resultados da agroindústria de mandioca de Xapuri**. 2017. Disponível em: <<http://www.agencia.ac.gov.br/seap-apresenta-resultados-da-agroindustria-de-mandioca-de-xapuri/>> Acesso em: 29 de agosto de 2017.

NOGUEIRA, S. R.; ANDRADE NETO, R. de C.; NASCIMENTO, G. C.; SANTOS, R. S. **Banicultura Acreana: situação atual**. EMBRAPA ACRE. Rio Branco. 2013. 36p.

OLIVEIRA, J. C. E. Comunidade rurais dos diferentes feirantes do mercado dos colonos Miguel Marcelino de Souza, Xapuri: Xapuri, 10 ago. 2017. Entrevista concedida a Jennifer Maria Rodrigues Pinheiro.

OLIVEIRA, M. F. de. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em Administração. Catalão: UFG, 2011. 72p.

PIERRIE, M. C. Q. M.; VALENTE, A. L. E. F. Sem data. A feira livre como canal de comercialização de produtos da Agricultura Familiar. Universidade Nacional de Brasília – UNB, Brasília – DF, Brasil.

SANTOS, R. C. dos; SIVIERO, A. **Agroecologia no Acre**. Rio Branco: IFAC, 2015.

SALES *et al.*, 2011. Negócio feira livre: Um estudo em um município de Minas Gerais. III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, João Pessoa - PB, 20 a 22 de novembro de 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR395.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia e Sociedade**, Porto Alegre, v. 19, n. spe, p. 95 - 102, 2007.

SILVA, T. A.; SILVA, J. O. TEIXEIRA, P. E. F.; In: VII Congresso Norte Nordeste de Pesquisa e Inovação – CONNEPI. **Os sistemas produtivos do município de Xapuri – AC**. 2012, p.6.

**Enviado em:** 07/09/2018

**Aceito em:** 12/12/2019

**Editor Chefe:** Everaldo dos Santos

**Editora Adjunta:** Manuela Dreyer Silva