

SUBMETIDO 01/09/2022

APROVADO 28/11/2022

PUBLICADO ON-LINE 03/12/2022

PUBLICADO 10/07/2024

EDITOR ASSOCIADO

Elton Oliveira de Moura

DOI: <http://dx.doi.org/10.18265/1517-0306a2022id7229>

ARTIGO ORIGINAL

Avaliação da implantação do centro de comercialização no município de Iporá, Goiás, a partir do uso da ferramenta *benchmarking*

✉ Maria Gláucia Dourado Furquim ^{[1]*}

✉ Liliana Santos Silva de Queirós ^[2]

✉ José Carlos de Sousa Júnior ^[3]

✉ Daniela Cabral de Oliveira ^[4]

[1] maria.furquim@ifgoiano.edu.br

[2] lilianinha11@hotmail.com

[3] josecarlos.junior@ifgoiano.edu.br

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano (IF Goiano), Iporá, Goiás, Brasil

[4] daniela.cabrat@unemat.br

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Alto Araguaia, Mato Grosso, Brasil

RESUMO: As feiras livres se apresentam como um espaço para a prática comercial varejista, do produtor familiar, de produtos *in natura* e processados, sendo um dos principais ambientes de preservação da cultura local e de interação entre o rural e o urbano, especialmente importante para a economia de cidades interioranas. O presente estudo objetivou identificar as melhores práticas utilizadas nos ambientes organizacionais da feira livre do município de Iporá (GO) e do centro de comercialização em Barra do Garças (MT), por meio da ferramenta de gestão denominada *benchmarking*, sendo utilizadas, como procedimento metodológico, entrevistas com os representantes das feiras de Iporá e Barra do Garças, bem como aplicação de questionário a 30 feirantes de ambas as localidades. Constatou-se a existência de desafios para a implantação do centro de comercialização em Iporá a partir da percepção dos feirantes sobre a relevância da adequada estrutura física e do efetivo suporte da vigilância sanitária para o rearranjo do ambiente. Quanto a Barra do Garças, o centro de comercialização modificou o espaço físico e padronizou os processos, reduzindo o número de frequentadores e vendas dos produtos. Conclui-se que, em ambos os locais de comercialização, quaisquer alterações no “espaço feira” devem resguardar as particularidades da modalidade tradicional de produção e venda.

Palavras-chave: análise comparativa; canal de comercialização; espaço feira; melhores práticas.

Implementing the market center of Iporá, Goiás: a benchmarking evaluation

ABSTRACT: *The fairs constitute places for retail trade where family producers sell fresh and processed products, while also being one of the main environments for preserving local culture and promoting interaction between rural and urban lifestyle. These places are, therefore, strongly relevant to the economy of small cities. This study aimed to identify the best practices used in the organizational environments of two fairs, located in the towns*

*Autor para correspondência.

of Iporá (GO) and Barra do Garças (MT). Data was collected by using a managing tool called benchmarking. Interviews were conducted with representatives from both markets, and a questionnaire was applied to 30 of these marketers. The study concluded that there are challenges to the implementation of Iporá's market center, regarding how the salespeople perceive the relevance of having an appropriate physical structure and effective support of the Health Surveillance Agency in rearranging the market environment. As regards the market center of Barra do Garças, it was verified an alteration in its physical space and the standardisation of procedures, leading to a reduced number of customers and products sold. These results suggest that any alteration in the "market space" should keep the peculiarities of the traditional way of producing and selling products.

.....
Keywords: best practices; comparative analysis; marketing channel; market space.

1 Introdução

Na contemporaneidade, questões como agricultura familiar, feiras livres e centro de comercialização vêm adquirindo relevância para quem produz e para quem consome. O consumidor final está cada vez mais preocupado com a sanidade e procedência dos produtos consumidos, o que reafirma a representatividade social e econômica dos núcleos familiares rurais de produção. Por sua vez, em muitas cidades do interior dos estados, o principal canal de comercialização desses alimentos são as feiras livres ou os centros de comercialização geridos pelo município.

De acordo com Menezes e Pedrosa (2021), desde a Antiguidade, as feiras têm como principal objetivo promover trocas de mercadorias entre pessoas de diferentes lugares, com distintos produtos, para suprir as necessidades pessoais de cada indivíduo. A partir da queda do feudalismo e do surgimento do capitalismo, esse modo de comércio passou por um processo de sistematização e ganhou nova importância econômica.

As feiras livres são, portanto, relevantes canais para escoamento da produção (*in natura* ou processada) e geração de renda, especialmente para os produtores da agricultura familiar. Ademais, contribui na economia da localidade e na preservação dos aspectos social e cultural da região, bem como da relação agricultor familiar – consumidor (Verano; Medina, 2019). Nesse sentido, de acordo com Godoy e Anjos (2007), percebe-se que as feiras livres têm desempenhado um papel importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar, sob o ponto de vista do feirante, representando, também, um espaço público, socioeconômico e cultural extremamente dinâmico e diversificado, sob o ponto de vista do consumidor. Segundo Maluf (2004), o ambiente da feira, por possibilitar maior interação entre os próprios feirantes e entre feirantes e consumidores, traz vantagens sob a ótica da segurança alimentar, qualidade e confiabilidade dos produtos.

Assim, considerando as atividades econômicas desenvolvidas na microrregião do município de Iporá, estado de Goiás (GO), que tem como base principal a realidade social da agricultura familiar, na qual prevalece a agricultura e a pecuária de leite e de corte, com produção em pequena escala e emprego de mão de obra predominantemente familiar, é que o "espaço feira" emerge como opção para comercialização. Entretanto, o acesso desses produtores ao mercado, por meio da comercialização direta, ainda tem sido uma dificuldade recorrente, devido às complexidades atuais dos mercados (Schneider; Gazolla, 2017).

À vista disso, este estudo tem como objetivo evidenciar os aspectos que norteiam a implantação do centro de comercialização em Iporá (GO), assim como a realidade do centro de comercialização no município de Barra do Garças, estado do Mato Grosso (MT), na percepção dos gestores responsáveis e dos feirantes. Metodologicamente, realizou-se pesquisa de campo e, a partir dos dados primários, aplicou-se a ferramenta de gestão denominada *benchmarking*, comparando os dois ambientes para identificar quais os fatores positivos e negativos presentes em ambos.

O restante deste trabalho está estruturado da seguinte forma: na seção 2, tem-se o referencial teórico, o qual contempla aspectos conceituais acerca do *benchmarking* e dos ambientes feira livre e centro de comercialização; na seção 3, é descrito o percurso metodológico; em seguida, na seção 4, têm-se os resultados da pesquisa e, por fim, na seção 5, as considerações finais do estudo.

2 Referencial teórico

Nesta seção, apresenta-se o arcabouço teórico que fundamenta a realização desta pesquisa em termos conceituais.

2.1 Feira livre e centro de comercialização: varejo do pequeno produtor rural

O “espaço feira” consiste em um ambiente mercadológico, onde se encontram produtos variados *in natura* e/ou processados, no qual produtor e consumidor estabelecem relações comerciais, comumente caracterizadas como cadeia curta, pelo contato direto entre as partes, ressignificando o papel de lugar. Segundo ressaltam Schneider e Ferrari (2015, p. 57),

Um primeiro tipo de cadeia curta acontece em relações face a face, como feiras livres, vendas a domicílio, casa do produtor, rotas temáticas. Um segundo tipo, de proximidade espacial, se verifica para os produtos produzidos nas pequenas agroindústrias rurais familiares, identificados e reconhecidos como “produtos coloniais”. Estes são vendidos nos mercados locais e regionais em pequenas casas de varejo, mercearias, restaurantes.

Por sua vez, Godoy e Anjos (2007, p. 365) afirmam que “as feiras livres constituem-se de uma intrincada teia de relações que configuram um diversificado conjunto de ocupações, fluxos, mercadorias e relações sociais, caracterizando-se primordialmente como uma atividade de trabalho informal essencialmente familiar”.

Quanto menor o município, mais importante é a feira para o seu desenvolvimento local, pelo aspecto de garantir a comercialização da produção familiar, da pequena agroindústria e de produtos artesanais. A feira também favorece outros setores da economia, pela circulação de capital pelos feirantes, que, após a comercialização de seus produtos, costumam comprar à vista em vários estabelecimentos do município, tais como supermercados, farmácias, lojas de roupas e sapatos, de produtos agrícolas, de material de construção, entre outros (Verano; Medina, 2019).

Santos (2013) descreve as feiras livres como um panorama socioeconômico e cultural de algumas cidades. Pode-se acrescentar que as feiras livres se configuram como um ambiente não apenas de compra e venda, mas também de encontro e lazer, sendo um ambiente social, com características peculiares, onde as pessoas se encontram, trocam informações, fazem articulações políticas ou simplesmente se divertem (Sabourin, 2013).

Segundo Vieira (2004), as feiras livres constituem-se em uma prática comercial muito antiga, que garante o suprimento de gêneros alimentícios e que existe desde o período colonial. Embora percebida como modelo comercial ultrapassado, que preserva características medievais, as feiras promovem o desenvolvimento econômico e social, fomentando a economia das pequenas cidades interioranas. Nos primórdios, as barracas localizavam-se nos portos, locais onde se vendiam pescados e outros produtos. O comércio era informal, até que, em 1771, o Marquês do Lavradio, terceiro Vice-Rei do Brasil, criou a primeira Lei, que visou regularizar a atividade e autorizou o funcionamento dos mercados de alimentos nas ruas. De acordo com Peñaloza *et al.* (2015, p. 483), “desde a Idade Média, os únicos locais de comércio a que a população tinha acesso eram os pequenos mercados locais, estritamente organizados para satisfazer as necessidades de consumo da burguesia, e as feiras itinerantes, que podiam ter um carácter local, regional e até internacional”.

A partir de então, esse comércio adquiriu as atuais características de feira livre. Segundo Coutinho *et al.* (2006), no início do século XX, as feiras foram reconhecidas formalmente pela administração pública, que autorizou o seu funcionamento aos sábados, domingos e feriados. A feira livre é considerada atividade de caráter cíclico, realizada em local previamente designado, em instalações provisórias ou definitivas, para comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, cereais, produtos de artesanato, pescado, aves, flores, plantas, doces, laticínios, carne de sol, lanches e confecções.

Em todo o país, existe abundante legislação que regulamenta o funcionamento das feiras livres. Geralmente, essas leis estão no âmbito do poder municipal e versam sobre implantação, licenciamento, grupos de comércio, critérios de aceitação de feirantes, localização, dias e horários de funcionamento, cobranças e/ou isenção de taxas, práticas comerciais, exigências sanitárias. Todavia, segundo Capistrano, Germano e Germano (2004), apesar da existência de leis e decretos, a maioria das normas não está sendo obedecida, uma vez que os órgãos fiscalizadores não priorizam as feiras. Para Gerhard e Peñaloza (2018, p. 857), “as feiras também se caracterizam pela falta de regulamentação governamental e baixas barreiras de entrada, pois não requerem alto capital para a instalação de um novo negócio, operam em pequena escala e, geralmente, utilizam intensivamente a mão de obra familiar”. De forma geral, as feiras livres representam um ambiente de manutenção das relações socioculturais e de interação do ambiente rural com o urbano, fortalecendo o saber local.

O centro de comercialização, por sua vez, tem como intuito resguardar a qualidade do produto comercializado, por meio de ambiente organizado, sociável e com aspectos de sanidade e padronização quanto à estrutura e à comercialização, além de proporcionar aos consumidores melhor conforto e segurança. Ou seja, consiste em local estruturado para garantir a boa operabilidade para a comercialização dos produtos. Ademais, o espaço funciona como ponto principal de armazenamento, organização e distribuição dos alimentos para os pequenos produtores rurais e para os consumidores. Segundo Pereira *et al.* (2018), a qualidade dos alimentos é definida essencialmente pela inocuidade, seguida por outras características físico-químicas e organolépticas; envolve ainda os atributos nutricionais e higiênico-sanitários. Para os autores, a segurança do alimento é atributo básico a ser contemplado por qualquer produto e independerá de fatores sociais e econômicos, por tratar-se de um indicador objetivo. “Desta forma, a segurança alimentar

implica alimentos de boa qualidade, livres de contaminação de natureza química, biológica ou física, ou de qualquer outra substância que possa acarretar problemas à saúde do consumidor” (Ribeiro *et al.*, 2017, p. 256).

No dia a dia do ambiente de feiras livres, alguns processos e regras gerais de seu funcionamento precisam ser seguidos, garantindo assim a organização. A definição de normas e a fiscalização das feiras livres está a cargo das secretarias municipais de abastecimento ou órgãos similares; os regulamentos definem o conjunto de regras referentes a instalação, tipos e grupos de mercadorias que podem ser comercializados, regras de higiene, entre outras.

2.2 *Benchmarking*: abordagem conceitual

O *benchmarking* é uma ferramenta da administração que retrata melhores desempenhos e aperfeiçoamento em seus métodos, visando à melhoria contínua do ambiente organizacional. De acordo com Gariba Júnior (2005), o *benchmarking* é uma metodologia que surgiu nas empresas como um método de informações necessário para apoiar o aprimoramento da qualidade de atendimento, obtendo vantagens competitivas. Sua aplicabilidade associada às organizações empresariais propõe parâmetros competitivos na análise das melhores práticas e processos, permitindo o aperfeiçoamento orientado por organizações de classes mundiais.

O *benchmarking* adquiriu maior evidência a partir da década de 1990, nos EUA, impulsionado especialmente pelo advento da concorrência global e de prêmios de qualidade, com o propósito de alcançar dois resultados em específico: “[...] *benchmarks* são medidas de desempenho comparativas e *enablers* (capacitadores) [são] as atividades que facilitam o aperfeiçoamento do desempenho observado nas melhores empresas” (Madeira, 1999, p. 364, grifos do autor).

Nesse sentido, a ferramenta de gestão é conhecida como a arte de implementar melhores práticas nas empresas que conduzem ao desempenho superior, sendo vista como um processo positivo e proativo, por meio do qual uma empresa pode verificar como a outra realiza uma função específica, a fim de melhorar o próprio desempenho (Camp, 1998; Gariba Junior, 2005).

A estruturação do processo de identificação daquilo que se deseja aperfeiçoar deve contemplar as particularidades da própria empresa. Assim, o tipo de *benchmarking* a ser adotado deve alinhar-se aos objetivos estratégicos da organização, estando classificado em três categorias: o interno, o competitivo e o funcional ou genérico. No *benchmarking* interno, a procura pelas melhores práticas ocorre dentro da própria organização, com o propósito de disseminá-las por outras áreas da empresa. No modelo de *benchmarking* competitivo, as ações são inteiramente dirigidas para revelar as melhores técnicas dos concorrentes, na luta por manter-se sempre à frente no mercado. Sua principal vantagem é possibilitar um posicionamento de destaque no mercado à organização que está aprendendo com seus concorrentes. Já no *benchmarking* funcional/ genérico, o conceito de concorrência não existe. O enfoque está em identificar as técnicas importantes que foram adotadas pelas empresas tidas como extraordinárias, porém, não necessariamente rivais. Nessa expectativa, qualquer procedimento realizado por uma empresa poderá ser utilizado como parâmetro para possíveis avanços. Esses tipos de *benchmarking* podem ser empregados individualmente ou de forma conjunta, tendo como premissas soluções para a organização, independentemente do porte.

Portanto, o *benchmarking* tem como finalidade proporcionar melhorias perante o diagnóstico do que for analisado. Essa ferramenta tem como competência a agregação de valor (Hekis *et al.*, 2013) e, neste trabalho, é utilizada para que se faça a comparação entre feira livre e centro de comercialização, com possíveis sugestões para a melhora do ambiente em um aspecto geral.

3 Procedimentos metodológicos

A pesquisa foi realizada na feira livre de Iporá (GO) e no centro de comercialização em Barra do Garças (MT). Iporá, município localizado na microrregião de Iporá, região Centro-Oeste do estado de Goiás, tem como principais atividades econômicas, para a formação do PIB municipal, a agricultura e a pecuária, com produção em pequena escala e atividade em formato familiar, e, também, o setor de serviços (comércio), que atende as demandas de pequenas cidades vizinhas (Dias *et al.*, 2015; Sousa, 2016). Já a cidade de Barra do Garças (MT), principal município do Vale do Araguaia, faz divisa com o estado de Goiás e tem a economia centrada na agropecuária e no turismo. O fato de o município possuir o centro de comercialização sob gestão e competência municipal assim como o grande número de feirantes de municípios goianos que atuam na cidade foram os critérios para realização do processo de comparação (ferramenta *benchmarking*).

Inicialmente, utilizou-se a pesquisa de campo, composta por diagnóstico por meio de observação simples, no que se refere aos desafios percebidos dentro do ambiente “feira” e às alternativas para o melhoramento do processo na feira livre de Iporá (GO) e no centro de comercialização na Barra do Garças (MT). De acordo com Gil (2008, p. 101), “na observação simples, o pesquisador permanece alheio à comunidade, grupos ou situação que pretende estudar e observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem”.

Posteriormente, em julho de 2019, foi realizada entrevista semiestruturada com os representantes municipais, sendo, inicialmente, caracterizado o perfil dos dirigentes classistas quanto a gênero, idade e escolaridade e, posteriormente, identificada a realidade e as diferenças das duas estruturas. Verificou-se que, em Iporá (GO), a representante é do gênero feminino, tem mais de 50 anos, tem nível de escolaridade equivalente ao ensino médio completo e o curso Técnico em Agropecuária; a entrevistada declarou que a formação profissional na área proporciona maior entendimento acerca das demandas reais e potenciais do setor. Quanto ao representante de Barra do Garças (MT), este é do gênero masculino, tem idade entre 41 e 50 anos, tem nível de escolaridade equivalente ao ensino superior completo e uma especialização.

Complementarmente, foi elaborado e aplicado, no período de agosto a novembro de 2019, um questionário aberto a 30 feirantes de cada município, com tempo estimado de 20 minutos para aplicação por entrevistado. A amostra corresponde a 25% da população de feirantes regulares dos municípios analisados, sendo o registro como feirante um dos critérios para escolha dos respondentes, assim como a disponibilidade em participar da pesquisa, o que a caracteriza como uma amostragem não probabilística por conveniência. Os dados foram processados através do programa Microsoft Excel, sendo aplicada a estatística descritiva no processo de análise, com o objetivo de apresentar as informações inclusas num conjunto de dados, de modo conciso e facilmente compreensível (Gerhardt; Silveira, 2009). A pesquisa não passou por avaliação do Sistema CEP/CONEP, considerando as prerrogativas previstas na Resolução CNS nº 510, de 7 de abril de 2016 (Brasil, 2016), que dispensa de análise

ética a pesquisa de opinião pública, definida no artigo 2º, XIV, como consulta verbal ou escrita de caráter pontual, através da qual o participante é convidado a expressar sua preferência, sem possibilidade de identificação do participante.

Ademais, realizou-se revisão bibliográfica com a utilização de livros e artigos científicos pertinentes ao tema. Assim, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, quanto à sua natureza, e como exploratória e descritiva, quanto aos seus objetivos.

4 Resultados e discussão

Nos municípios de Iporá e Barra do Garças, a feira livre e o centro de comercialização de verduras, frutas, alimentos processados, alimentos *in natura*, entre outros configuram-se como o principal canal de comercialização em contraponto ao mercado varejista, enquadrando-se como circuito curto de comercialização ao reduzir a intermediação. Ao mesmo tempo, apresentam-se como espaços de preservação das relações sociais e culturais que caracterizam o local.

Conforme Ribeiro *et al.* (2017, p. 57), “feiras livres são componentes essenciais na vida de municípios rurais e dos agricultores que as abastecem. Têm, sempre, características marcadamente locais, associadas à cultura e às tradições dessas comunidades”. Sendo assim, inicialmente, realizou-se entrevista semiestruturada com os representantes dos feirantes dos municípios em questão, no sentido de identificar os pontos-chave de um centro de comercialização.

Verificou-se quais são os critérios e custos para atuar como feirante, de acordo com os representantes de cada localidade. No município de Iporá (GO), é necessário efetuar o cadastro, ter uma tenda para cobrir o ponto, pagar as taxas mensais, sendo o valor proporcional à quantidade de pontos que um feirante precisará para vender seu produto (um ponto custa o valor de R\$ 20, com aproximadamente um metro quadrado). Já no município de Barra do Garças (MT), os procedimentos necessários são: ter o produto para vender, efetuar o cadastro e seguir o que estabelece a Lei para a cobrança por metro quadrado de ponto, devendo o feirante pagar a contribuição (o ponto custa R\$ 40). Aspectos adicionais que se destacam no ambiente são: a obrigatoriedade de o feirante levar panos para forrar as bancas e manter o ambiente organizado, fazer o descarte adequado dos resíduos, usar o crachá de identificação e seguir normas para resguardar a qualidade, higiene e organização dos produtos.

Posteriormente, averiguaram-se questões relacionadas a infraestrutura, dinâmica de funcionamento, número de feirantes cadastrados, entre outros aspectos regulatórios. Em Iporá (GO), a feira tem estrutura coberta, 29 anos de existência, funciona aos domingos, das 6 às 12 horas, tendo, atualmente, 180 feirantes cadastrados, mas nem todos atuam regularmente. Os feirantes são do município de Iporá, das zonas rurais e de comunidades da região, e são prioritariamente produtores familiares que têm a feira como principal fonte de renda.

Em Barra do Garças (MT), a estrutura é coberta com repartições, sendo o Bloco I, de 2.503 m², destinado à comercialização de alimentos processados, como salgados, pamonha, pratos preparados, doces, produtos minimamente processados. Já no Bloco II, de 919,27 m², estão dispostos (no mesmo bloco, mas em áreas distintas) produtos como verduras, hortaliças, frutas, temperos e farinhas e roupas, perfumes e artesanato. O Bloco III é aberto para venda de animais vivos, em área próxima ao estacionamento. Em termos estruturais, o centro de comercialização possui acesso específico para a entrada dos caminhões e carros carregados com mercadorias, o que favorece a logística e o

processo de carga e descarga, além de contar com banheiros limpos, chuveiros, entre outros. O centro de comercialização tem 16 anos de existência e ocorre aos domingos, das 6 às 13 horas. Atualmente, são 128 feirantes cadastrados, mas, antes de se tornar um centro de comercialização, havia um número superior. Há feirantes de outras cidades, como Iporá, Baliza, Piranhas, Bom Jardim de Goiás e Aragarças, no estado de Goiás, além de Pontal do Araguaia (MT).

Verificou-se a constituição e adoção do Sistema de Inspeção Municipal (S.I.M.) nos municípios analisados, o qual tende a possibilitar a legalização das agroindústrias familiares. Em Iporá (GO), o S.I.M. foi aprovado pela Lei Ordinária nº 1.637, de 30 de setembro de 2016 (Iporá, 2016), porém, não há iniciativa do Poder Executivo que vise à efetivação da lei. Entre as etapas para adoção do S.I.M., estão: regulamentação, normatização da implantação, construção, reforma e o aparelhamento dos estabelecimentos e propriedades rurais que produzem matéria-prima e fazem a industrialização e o beneficiamento de produtos de origem animal. Em Barra do Garças (MT), o Sistema de Inspeção Municipal funciona e faz fiscalizações.

Outro ponto abordado na entrevista refere-se à oferta de cursos, palestras, reuniões entre os feirantes e sobre como é feito o processo de transição da feira ao ar livre para o centro de comercialização. Em Iporá (GO), verificou-se que não há palestras ou reuniões regulares entre os feirantes; a representante alega que organiza, marca a data e o horário, porém não aparece ninguém para participar. Em Barra do Garças (MT), a Secretaria de Desenvolvimento Rural realiza reuniões e incentiva a capacitação dos feirantes, tanto na questão comercial quanto em boas práticas. Já a transição ocorre com o espaço coberto, organizado em blocos e sob fiscalizações.

Os representantes foram questionados quanto às restrições e regras para o feirante durante o exercício de suas atividades e sobre a existência de sanções, em caso de descumprimento. Na cidade de Iporá, as regras são: ter cadastro, pagar pelo ponto mensalmente e, se decidir “abandonar” o ponto e deixar de comercializar na feira, comunicar a decisão. Já na cidade da Barra do Garças, a feira municipal é normatizada pelos artigos 161 a 176 da Lei Complementar nº 127, de 28 de abril de 2010 (Plano Diretor), que estabelecem regras, penalidades, entre outros (Barra do Garças, 2010).

A pesquisa verificou, também, se há restrições quanto ao que pode ou não ser comercializado e se os produtos comercializados são todos oriundos da agricultura familiar. Em Iporá, há restrições de alguns produtos; não podem mais ser vendidos: conservas, suínos vivos, aves abatidas e peixes. Alguns produtos são de agricultura familiar, outros da CEASA. Já na cidade de Barra do Garças, identificou-se que nenhum produto – seja ele de origem animal e vegetal – sem a inspeção da vigilância sanitária, ou qualquer outro produto de origem duvidosa, pode ser comercializado. Dos produtos comercializados, alguns são de agricultura familiar, outros da CEASA; confecções, brinquedos e utilidades também são revendidos pelos feirantes.

Os próximos aspectos levantados referem-se à padronização do formato das barracas e, quanto ao planejamento, em relação aos produtos e seus vendedores. Em Iporá, constatou-se que há padronização quanto à necessidade de se ter a tenda, necessidade esta extensiva a todos os feirantes. Não há planejamento quanto aos produtos, nem quanto ao seu cadastramento ou a quem os vende. Verificou-se que, em Barra do Garças, há padronização no formato das barracas, sendo que, atualmente, o formato é definido por quadras: há os *boxes*, demarcados em metros, na medida de 2,0 m × 1,0 m para produtos diversos e *boxes* na medida de 4,0 m × 3,0 m para a praça de alimentação. Há planejamento quanto aos produtos – a venda é por setorização, por tipos de produtos –, assim como quanto à forma como os produtos devem ser expostos, seguindo um padrão de cores.

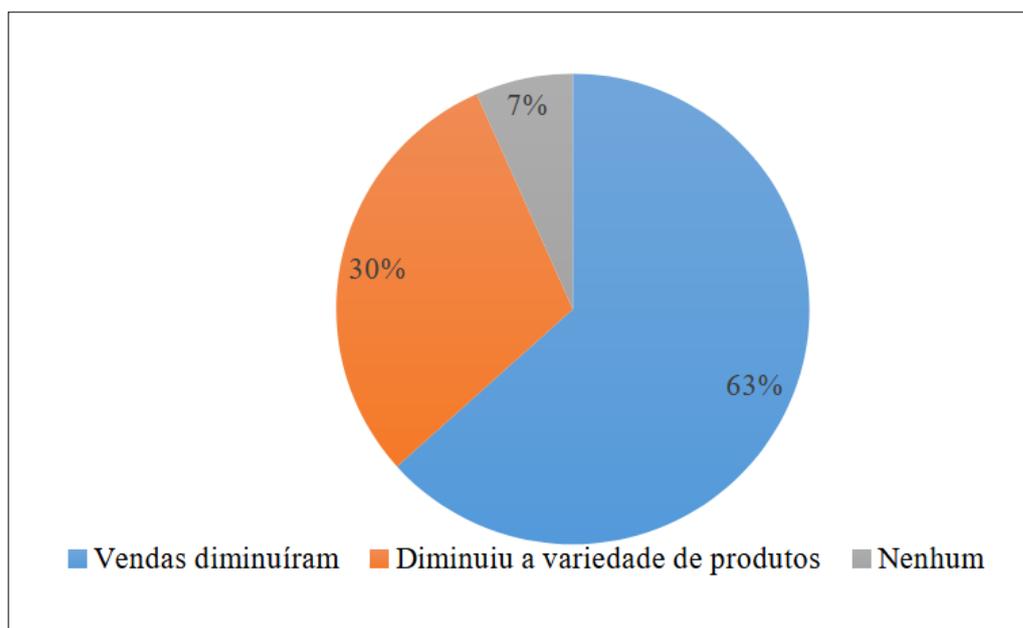
Questionou-se se o processo de adequação do centro de comercialização tem ou terá apoio financeiro governamental na esfera estadual e constatou-se que, em Iporá, a representante não tem apoio financeiro para tais adequações, sendo os investimentos necessários em infraestrutura física de responsabilidade do município. Já em Barra do Garças há o apoio financeiro, que é especificamente da CEASA/MT, pois a Lei nº 9.913/2013, artigo 3º, estabelece como obrigatoriedade da CEASA instalar, investir e supervisionar os centros de comercialização (Mato Grosso, 2013).

Portanto, mediante os resultados obtidos pelos representantes das localidades de Iporá e Barra do Garças, constatou-se que ambos possuem realidades diferentes de gestão, perfil de feirantes, normas, infraestrutura, entre outros fatores. Verificou-se, ainda, que um dos maiores desafios não é transformar um ambiente de feira livre em um centro de comercialização, mas estabelecer como será o processo de transição no que se refere à fiscalização, para que o feirante consiga se adequar às mudanças em termos de rotina de trabalho, padronização e formalização.

Os resultados da pesquisa realizada entre os feirantes da região de Barra do Garças para a pergunta sobre o que consideram pontos negativos com a implementação de um centro de comercialização são representados pelo gráfico da Figura 1. Constatou-se que, no município, o centro de comercialização foi implantado, mas alguns desafios e gargalos permaneceram depois dessas mudanças no ambiente, especialmente quanto à redução na venda dos produtos, bem como a diminuição de produtos ofertados provenientes de processamento e carnes abatidas, além de redução no número de feirantes e de frequentadores pela mudança do ambiente tradicional de feira e maior rigor normativo e regulatório.

Figura 1 ▶

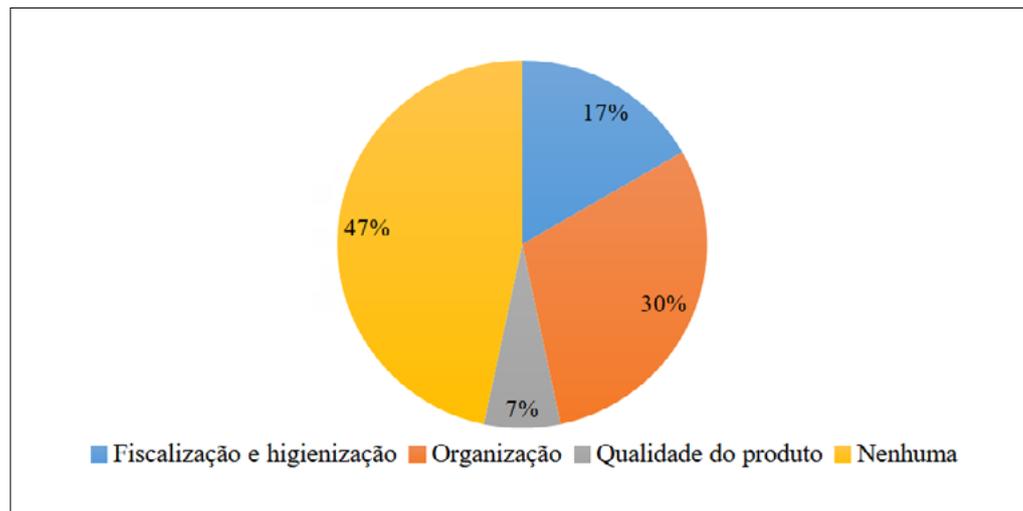
Pontos negativos para instituir um centro de comercialização – feirantes de Barra do Garças (MT).
Fonte: dados da pesquisa



Quanto à percepção dos feirantes acerca do que consideram positivo no centro de comercialização, conforme os resultados expressos na Figura 2, verifica-se que quase 50% dos entrevistados não consideram de forma positiva a mudança de feira livre para centro de comercialização; entre os pontos positivos, destacou-se a organização do espaço, a fiscalização e a maior qualidade dos produtos atualmente comercializados.

Figura 2 ►

Pontos positivos com a instituição do centro de comercialização de Barra do Garças (MT).
Fonte: dados da pesquisa



Segundo Minnaert e Freitas (2010), a percepção de feirantes, consumidores e inspetores sanitários a respeito do espaço feira e de sua organização e limpeza reflete valores e sistemas simbólicos. Assim, “as práticas higiênicas refletem hábitos que se instituem como códigos socioculturais e as mudanças podem significar mais que a alteração de práticas comportamentais” (Minnaert; Freitas, 2010, p. 1608).

No tocante ao rigor quanto à procedência e qualidade dos alimentos comercializados, o conceito de segurança do alimento destaca-se entre os demais aspectos qualitativos dos produtos e relaciona-se à proteção e à preservação da vida e da saúde humana dos perigos que podem estar presentes nos alimentos. Dessa maneira, a segurança do produto está relacionada ao nível de proteção necessário para a saúde do consumidor. Ribeiro *et al.* (2017) elucidam acerca da qualidade dos alimentos da seguinte forma:

A qualidade dos alimentos é um aspecto extremamente importante para os que se preocupam com a nutrição, segurança alimentar e questões ambientais e, como tal, determina a escolha dos produtos alimentares. A qualidade dos alimentos pode ter em conta vários fatores, nomeadamente, salubridade, frescura, valor nutricional, textura, cor, fragrância e sabor (Ribeiro *et al.*, 2017, p. 256).

Vespucci *et al.* (2020) esclarecem que a adoção de novas tecnologias, processos ou demais ações que demandam mudanças comportamentais decorre de uma sequência de estágios, a depender da postura e percepção individual acerca dos benefícios que tais medidas possam gerar. Os autores acrescentam que tais processos são inerentes ao contexto social e organizacional, bem como influenciados por pares e demais agentes institucionais, que, se combinados, contribuem para o sucesso na adoção e difusão de uma inovação. Todavia, conforme sinalizado pelos respondentes, a ambientação dos feirantes em relação ao centro de comercialização transcende ao reordenamento do local, contemplando o atendimento a regras de limpeza, higiene e convivência social.

As Figuras 3 e 4 apresentam, respectivamente, os pontos identificados como positivos e negativos para implantar um centro de comercialização no município de Iporá.

Figura 3 ▶

Pontos positivos para implantar um centro de comercialização – Iporá.
 Fonte: dados da pesquisa

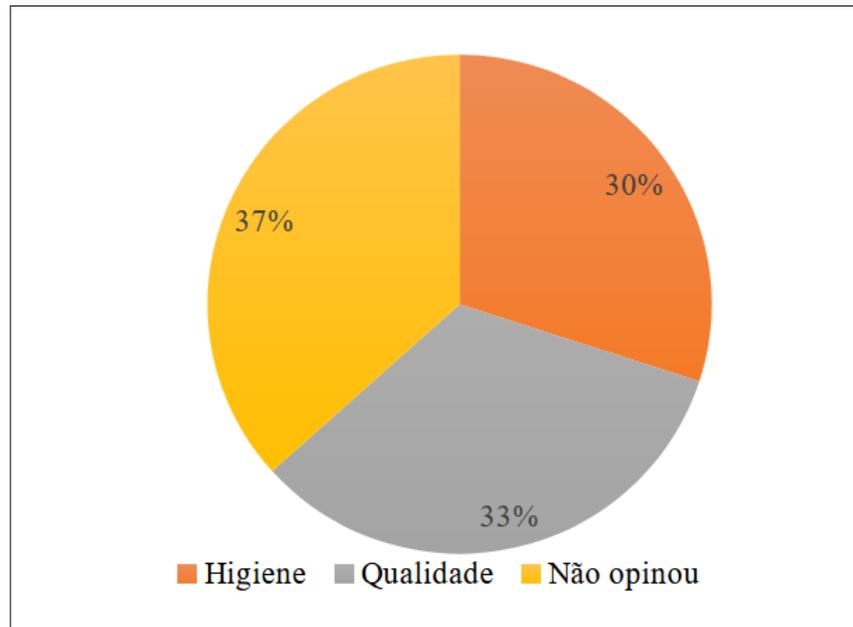
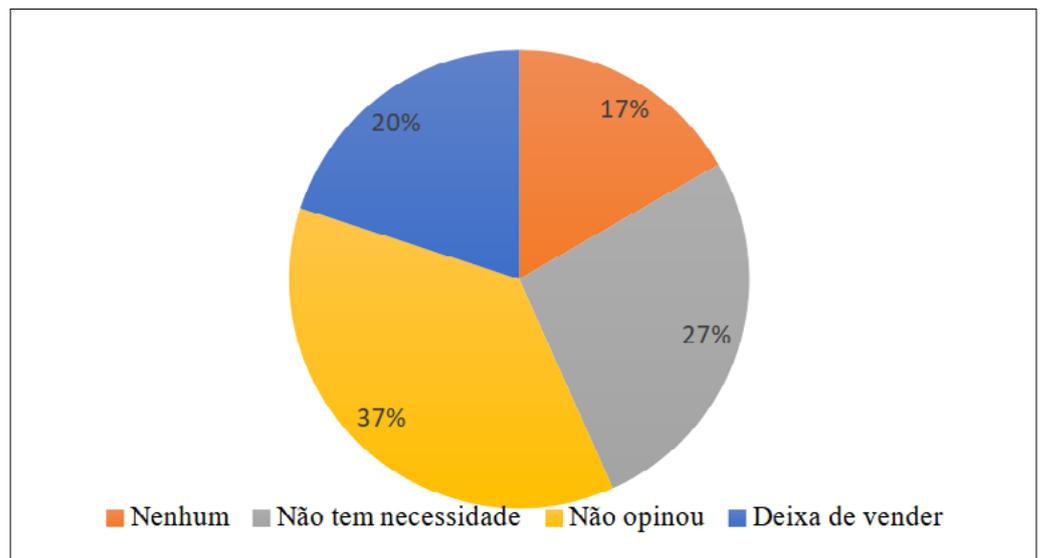


Figura 4 ▶

Pontos negativos para instituir um centro de comercialização – Iporá.
 Fonte: dados da pesquisa



Quanto às Figuras 3 e 4, observou-se, a partir dos dados obtidos, que os motivos apresentados pelos respondentes emergem, potencialmente, como entraves para estruturação do centro de comercialização na cidade de Iporá, destacando-se o receio do que irá acontecer com seus produtos em relação aos fiscais – se irão “tomar seus produtos” – e a falta de conhecimento sobre as reais mudanças que possam ocorrer. Ademais, significativa parcela dos respondentes não soube opinar acerca dos pontos positivos ou negativos do centro de comercialização, evidenciando que tal assunto não é visto como uma oportunidade de melhoria no ambiente de trabalho, mas como potencial ameaça na realização de venda direta.

Todavia, percebe-se que, positivamente, a adequação da estrutura física possibilitará maior higiene no espaço e rigor quanto à qualidade dos produtos. Tal resultado assemelha-se com o de Souza *et al.* (2020) acerca da transferência de localidade da feira livre de Rio Largo, estado de Alagoas (AL), em que as principais mudanças percebidas foram a higiene e a organização do espaço, além de uma nova categoria de vendas (artesanato). Outro ponto comum refere-se à divisão do espaço por seções a depender do tipo de produto:

hortaliças, variedades, carnes diversas, lanches prontos, condimentos e outros. Além disso, a melhoria em infraestrutura, como banheiros para os feirantes, figura como ponto favorável na percepção dos próprios usuários sobre a localidade. Segundo os mesmos autores, para 90% da população que trabalha na feira, houve redução na clientela com a mudança de local, assim como informado pelos feirantes de Barra do Garças.

Quadro 1 ▼

Principais apontamentos segundo *benchmarking*.

Fonte: elaborado pelos autores

Nesse sentido, a partir do que preconiza a abordagem teórica acerca do *benchmarking*, como um processo contínuo e sistemático para avaliar produtos, serviços e processos de trabalho de organizações, visando identificar as melhores práticas, com a finalidade de melhoria organizacional, pode-se realizar os apontamentos apresentados no Quadro 1:

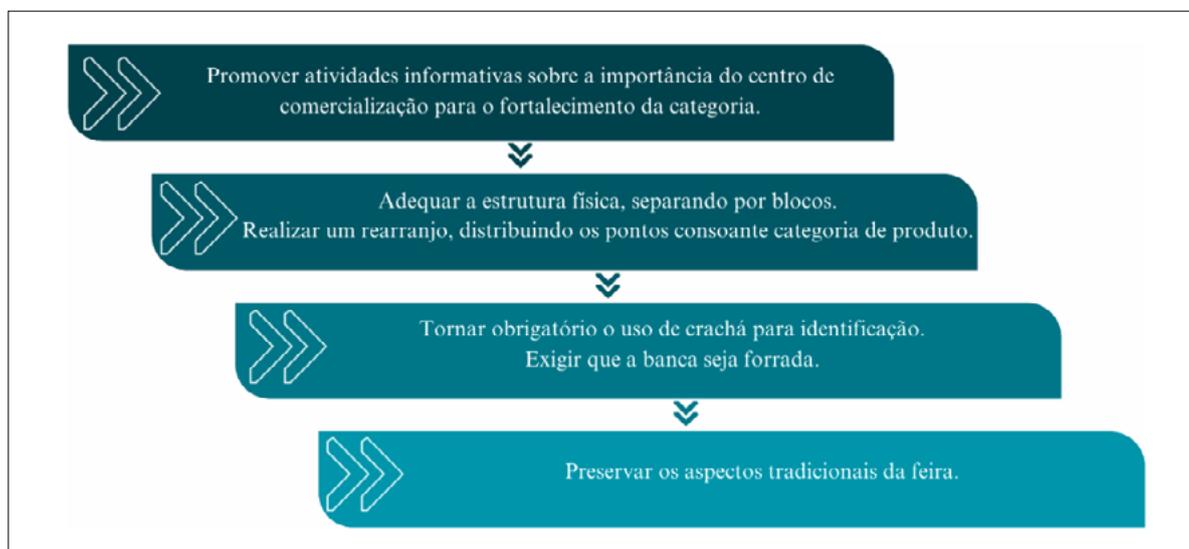
Aspectos observados	Municípios	
	Iporá (GO)	Barra do Garças (MT)
Infraestrutura	Ambiente coberto, sem padrão de barraca	Ambiente coberto, dividido em blocos, com boxes demarcados
S.I.M.	Em implantação	Em funcionamento
Perfil do feirante	Predominantemente produtores de Iporá e comunidades rurais	Produtores rurais e intermediários, naturais do município e de cidades vizinhas
Processo de fiscalização	Esporádica	Regular
Crterios para atuação	Fazer cadastro, pagar taxas devidas e possuir tenda para cobrir o ponto	Fazer cadastro, pagar taxas devidas, usar crachá de identificação, forrar a banca, cumprir o que estabelece a legislação municipal quanto à sanidade e à procedência dos produtos
Espaço feira	Tradicional e informal	Formal, planejado e organizado

Figura 5 ▼

Processo genérico de *benchmarking* a ser adotado na feira livre de Iporá (GO).

Fonte: elaborado pelos autores

A Figura 5 sugere, de forma sequencial, as atividades a serem realizadas no processo de transição da feira livre para centro de comercialização, mediante utilização da técnica de *benchmarking*. Cabe destacar que as adequações da estrutura física e gerencial que compõe o “espaço feira” devem resguardar as particularidades socioculturais que o representam, no sentido de preservar a interação entre seus frequentadores ao mesmo tempo em que fortalecem os laços entre o rural e o urbano, ou seja, entre consumidores e feirantes. Igualmente, devem de forma gradativa, com o envolvimento dos diferentes atores.



Faz-se igualmente importante despertar entre os feirantes maior grau de organização e senso de coletividade antes da implantação de centro de comercialização. Ou seja, primar pela construção de um espaço onde ocorram interações sociais e culturais, relações econômicas mais justas, processos de emancipação de indivíduos, experiências afetivas e pessoais ligadas à promoção de valores e à construção coletiva da cidadania, tornando-se, portanto, um local de resistência vinculada ao meio rural e a sua relevância no fornecimento de alimentos.

Conforme Verano e Medina (2019, p. 1046-1047), “[...] no âmbito da segurança alimentar e nutricional, as feiras desempenham um importante papel ao evitar o desperdício, já que são espaços de comercialização de produtos locais”. Os mesmos autores acrescentam que essa modalidade de comercialização oportuniza o acesso ao sistema econômico moderno por agentes até então excluídos, em virtude da ressignificação das relações socioeconômicas estabelecidas entre quem produz e quem compra. Esse é, portanto, um dos aspectos que justificam até os dias atuais esse modo de comercialização (Godoy; Anjos, 2007; Verano; Medina, 2019). Assim, conforme argumentam Gerhard e Peñaloza (2018, p. 857), “[...] as feiras continuam a desafiar a economia moderna, pois podem se desenvolver ao mesmo tempo com outras plataformas comerciais, como armazéns, lojas, supermercados e shoppings”.

Além do mais, cabe ressaltar que o consumo de produtos produzidos localmente tem adquirido maior visibilidade, figurando como a busca por alimentos mais frescos e saudáveis em oposição à produção e industrialização massificada dos alimentos, refletindo um ativismo alimentar através de nossas escolhas alimentares. Conforme corroboram Schneider e Ferrari (2015, p. 61),

[...] a necessidade dos produtores se legitimarem nesses circuitos agroalimentares de qualidade vem ao encontro dos interesses dos consumidores por um alimento mais saudável. Trata-se de uma contraposição ao modelo dominante de produção e consumo de massa, fruto de uma “sociedade reflexiva” (Giddens *et al.*, 1997) na qual se evidencia uma crescente preocupação em relação ao consumo de alimentos de qualidade e aos problemas de saúde pública e segurança alimentar.

Segundo informam Azevedo (2015, 2017) e Portilho, Castañeda e Castro (2011), a prática da compra direta de alimentos locais é percebida como um processo de democratização alimentar, uma declaração de independência do império mantido pelos supermercados e monopolizado por corporações transnacionais, consideradas como czares da época contemporânea. Assim, o espaço feira ou o centro de comercialização, como anteriormente mencionado, emergem como uma alternativa ao que atualmente se encontra imposto como forma de comercialização, além de promover o estreitamento das relações entre o consumidor e o agricultor, sendo, para tanto, especialmente importante o fortalecimento e a adequação do ambiente de comercialização, para que sejam resguardados os elementos culturais, sociais e econômicos do local no qual estão inseridos.

Bittencourt e Caliar (2021), Menezes e Pedrosa (2021) e Souza *et al.* (2020) dizem que cada feira possui peculiaridades, as quais são inerentes à cultura e às tradições do local, que figuram como elemento identitário e de legitimação do espaço, para além das transações econômicas e da circulação de bens. Assim, a organização de feiras livres em galpões por seções origina-se das feiras de rua, porém essa abordagem é mais estruturada, permitindo um melhor aproveitamento do espaço e a padronização do tamanho das bancas (Souza *et al.*, 2020). Porém, as mudanças no ambiente de feira, por refletirem uma nova realidade comercial/social, devem ser incorporadas de maneira gradativa via poder público para toda a sociedade, visto que a identidade e os elementos tradicionais do ambiente devem ser mantidos. Nessa perspectiva, a presente pesquisa evidencia a

percepção de desconhecimento dos feirantes acerca das mudanças implementadas, no caso do município de Barra do Garças, ou a serem adotadas, no que tange ao município de Iporá, em termos positivos e negativos, o que contribui para a propositura de ações estratégicas por parte dos agentes envolvidos.

5 Considerações finais

O presente estudo teve por objetivo identificar, por meio da utilização da ferramenta de gestão denominada *benchmarking*, os aspectos que norteiam a implantação do centro de comercialização em Iporá (GO) e a realidade do centro de comercialização em Barra do Garças (MT), sob a visão dos representantes e feirantes de cada município, retratando suas realidades e os pontos positivos – como melhor organização do espaço físico, higiene e sanidade dos produtos comercializados – e negativos – como aumento nos custos para adequação das bancas, restrições quanto aos produtos comercializados, diminuição no número de frequentadores da feira. Dessa forma, foi possível comparar as respostas com a realidade vivenciada e os desafios enfrentados em ambos os espaços.

Averiguaram-se, a partir dos dados obtidos, os motivos que levam ao desinteresse dos feirantes de Iporá em aderir e se adequar às mudanças que um centro de comercialização demanda. Em Barra do Garças, embora o centro de comercialização já esteja em funcionamento, a insatisfação por parte dos feirantes emerge como desafio para que esse formato se consolide, especialmente pela alteração no ambiente, que perdeu as características tradicionais e informais de comércio de rua.

Concluiu-se, assim, que a feira livre de Iporá e o centro de comercialização de Barra do Garças são modelos distintos, sendo esse último algo novo e contraditório na visão de alguns feirantes, mas especialmente importante para o pequeno produtor, na comercialização direta de seus produtos. Nesse sentido, sugere-se a realização de novos estudos sobre o tema, com a participação de outros atores, tais como os frequentadores do espaço feira, visando levantar diferentes perspectivas sobre as ações a serem adotadas, face às mudanças no local em detrimento das características que carecem ser preservadas.

Financiamento

Esta pesquisa não recebeu financiamento externo.

Conflito de interesses

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

Referências

AZEVEDO, E. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Sociologias**, v. 19, n. 44, p. 276-307, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/15174522-019004412>.

AZEVEDO, E. O ativismo alimentar na perspectiva do Locavorismo. **Revista Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 3, p. 81-98, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC740V1832015>.

BARRA DO GARÇAS. **Lei Complementar nº 127, de 28 de abril de 2010**. Dispõe sobre o Código de Postura de Barra do Garças e dá outras providências. Barra do Garças: Prefeitura Municipal de Barra do Garças, 2010. Disponível em: <https://www.barradogarcas.mt.leg.br/leis/leis-complementares/leis-complementares-2010/lei-complementar-no-127-de-28-de-abril-de-2010/view>. Acesso em: 5 jun. 2020.

BITTENCOURT, B. D.; CALIARI, M. Feiras livres de Goiânia – Goiás – Brasil: estudo sobre a participação de feirantes agricultores familiares. **Revista Humanidades e Inovação**, v. 8, n. 57, p. 229-243, 2021. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/4708>. Acesso em: 23 out. 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 153, n. 98, p. 44-46, 24 maio 2016. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/22917581. Acesso em: 18 nov. 2022.

CAMP, R. C. **Benchmarking**: identificando, analisando e adaptando as melhores práticas que levam à maximização da performance empresarial: o caminho da qualidade total. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998. 107 p.

CAPISTRANO, D. L.; GERMANO, P. M. L.; GERMANO, M. I. S. Feiras livres do município de São Paulo sob o ponto de vista legislativo e sanitário. **Revista Higiene Alimentar**, v. 18, n. 116-117, p. 37-42, 2004. Disponível em: <https://higienealimentar.com.br/116-2/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

COUTINHO, E. P.; NEVES, H. C. N.; NEVES, H. C. N.; SILVA, E. M. G. Feiras Livres do Brejo Paraibano: Crise e Perspectiva. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais** [...]. Fortaleza: SOBER/BNB, 2006. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/5/663.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

DIAS, K. M.; SILVA, M. M.; WANDER, A. E.; SALVIANO, P. A. P.; CARVALHO, E. R. Uma perspectiva de desenvolvimento rural baseada nas características socioeconômicas dos produtores rurais de Iporá e região, Estado de Goiás/GO. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 10, n. 4, p. 49-57, 2015. DOI: <https://dx.doi.org/10.18378/rvads.v10i4.3543>.

GARIBA JUNIOR, M. **Um modelo de avaliação de cursos superiores de tecnologia baseado na ferramenta benchmarking**. 2005. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102070>. Acesso em: 19 jul. 2020.

GERHARD, F.; PEÑALOZA, V. Resilience in trade fairs: a study in Brazilian context. **Interações**, v. 19, n. 4, p. 855-869, 2018. DOI: <https://doi.org/10.20435/inter.v19i4.1699>.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 122 p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 2, n. 1, p. 364-368, 2007. Disponível em: <http://aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/cad/article/view/1943>. Acesso em: 29 nov. 2020.

HEKIS, H. R.; SOUZA, R. P.; MEDEIROS, D. D. O.; SILVA, I. B. F.; BORGES, T. M. D. Ferramentas de benchmarking como diferencial competitivo em empresas de fastfood na cidade de Natal-RN. **HOLOS**, v. 3, p. 51-66, 2013. DOI: <https://doi.org/10.15628/holos.2013.1059>.

IPORÁ. **Lei nº 1.637, de 20 de maio de 2016**. Dispõe sobre o Serviço de Inspeção Sanitária Municipal - (S.I.M.), e dá outras providências. Iporá: Prefeitura Municipal de Iporá, 2016. Disponível em: <https://acessoainformacao.ipora.go.leg.br/cidadao/legislacao/leis>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MADEIRA, P. J. Benchmarking: a arte de copiar. **Jornal do Técnico de Contas e da Empresa (JTCE)**, v. 32, n. 411, p. 364-367, 1999. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/964/1/Benchmarking.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, v. 25, n. 1, p. 299-322, 2004. Disponível em: <https://revistas.dee.spgg.rs.gov.br/index.php/ensaios/article/view/2061>. Acesso em: 10 set. 2020.

MATO GROSSO. **Lei nº 9.913, de 15 de maio de 2013**. Autoriza o Poder Executivo a criar a Central de Abastecimento do Estado de Mato Grosso S.A. - CEASA/MT. Cuiabá: Governo do Estado de Mato Grosso, 2013. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=254402>.

MENEZES, M. F.; PEDROSA, F. J. A. Muda-se de lugar, mantém-se os hábitos: estudo sobre a feira livre do bairro de São José – Recife/PE. **Revista Equador**, v. 10, n. 1, p. 287-302, 2021. DOI: <https://doi.org/10.26694/equador.v10i01.12755>.

MINNAERT, A. C. S. T.; FREITAS, M. C. S. Práticas de higiene em uma feira livre da cidade de Salvador (BA). **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 15, supl. 1, p. 1607-1614, 2010. DOI: <https://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232010000700072>.

PEÑALOZA, V.; CORIA, M. D.; SOUZA, L. L. F.; SOUSA, F. G. P. Consumo em mercados alternativos para baja renta: un estudio de la feria de Parangaba – Brasil. **Polis**, v. 14, n. 41, p. 481-497, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682015000200028>.

PEREIRA, L. R.; ESPÍRITO SANTO, M. L. P.; DAMIAN, C.; BEIRÃO, L. H. Análise de perigos e pontos críticos de controle na produção de refeições industriais. **Higiene Alimentar**, v. 32, n. 276-277, p. 58-65, 2018. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/porta/portal/resource/pt/biblio-883101>. Acesso em: 18 nov. 2022.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M.; CASTRO, I. R. R. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, p. 99-106, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232011000100014>.

RIBEIRO, M. I. B.; FERNANDES, A. J.; CABO, P. S. A.; MATOS, A. M. V. Qualidade nutricional e tecnológica dos alimentos na ótica dos consumidores da cidade de

Bragança, Portugal. **Revista Mundi: Meio Ambiente e Agrárias**, v. 2, n. 2, p. 1-16, 2017. DOI: <https://dx.doi.org/10.21575/25254790rmmma2017vol2n2293>.

SABOURIN, E. Comercialização dos produtos agrícolas e reciprocidade no Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 21, n. 1, p. 5-33, 2013. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/357>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SANTOS, J. E. Feiras livres: (re)apropriação do território na/da cidade, neste período técnico-científico-informacional. **Geografia Ensino & Pesquisa**, v. 17, n. 2, p. 39-56, 2013. DOI: <https://doi.org/10.5902/2236499410771>.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015. Disponível em: <http://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/949>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 9-24.

SOUSA, A. S. **Os empreendimentos solidários da microrregião de Iporá-Go**. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Planejamento Territorial) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2016. Disponível em: <http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/3606>. Acesso em: 10 out. 2020.

SOUZA, B. S.; SANTOS, C. J. S.; SILVA, E. F.; SILVA, E. D. G. T.; SANTOS, K. T.; SILVA, M. P.; SANTOS, R. A. Feira livre de Rio Largo/AL, Brasil: origem, tradição e rupturas. **Diversitas Journal**, v. 5, n. 2, p. 1007-1028, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17648/diversitas-journal-v5i2-1168>.

VERANO, T. C.; MEDINA, G. S. Comercialização por agricultores familiares em feiras municipais: quantificação, participação e localização no estado de Goiás. **Interações**, v. 20, n. 4, p. 1045-1056, 2019. DOI: <https://dx.doi.org/10.20435/inter.v20i4.1984>.

VESPUCCI, I. L.; NUNES, M. P. C.; CAMPOS, A. J.; SOARES JÚNIOR, M. S.; CALIARI, M. Diffusion of the use of biodegradable coating to family farmers in the State of Goiás, Brazil. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 11, e96491110733, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i11.10733>.

VIEIRA, R. **Dinâmicas da feira livre do município de Taperoá**. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2004.