



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E LETRAS CURSO
DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

FRANCISCA ANDRESSA CARDOSO DE SOUZA

**ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA REFORMA DO MERCADO MUNICIPAL DE
AÇAILÂNDIA: IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E ADMINISTRATIVOS**

Açailândia-MA
2025



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E LETRAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

FRANCISCA ANDRESSA CARDOSO DE SOUZA

**ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA REFORMA DO MERCADO MUNICIPAL DE
AÇAILÂNDIA: IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E ADMINISTRATIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, do Centro de Ciências Humanas, Sociais, Tecnológicas e Letras (CCHSTL), da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL), *Campus* Açailândia como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharelado em Administração.

Orientadora: Prof.^a Nayara Silva dos Santos

Açailândia-MA
2025



S729a

Souza, Francisca Andressa Cardoso de

Análise multidimensional da reforma do mercado municipal de Açailândia:
impactos econômicos, sociais e administrativos / Francisca Andressa Cardoso de
Souza. – Açailândia: UEMASUL, 2024.
29 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Bacharel em Administração) –
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL,
Açailândia, MA, 2024.

Orientadora: Profa. Dra. Nayara Silva dos Santos.

1. Mercado municipal. 2. Impactos. 3. Açailândia. I.Título.

CDU 352(812.1)



Universidade Estadual
da Região Tocantina
do Maranhão

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E LETRAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO


FRANCISCA ANDRESSA CARDOSO DE SOUZA

**ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA REFORMA DO MERCADO MUNICIPAL DE
AÇAILÂNDIA: IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E ADMINISTRATIVOS**


Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, do Centro de Ciências Humanas, Sociais, Tecnológicas e Letras (CCHSTL), da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL), *Campus* Açailândia como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharelado em Administração.

Aprovado em: 27 /01/2025


BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **NAYARA SILVA DOS SANTOS**
Data: 03/02/2025 14:16:47-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão
Prof^ªDra. Nayara Silva dos Santos

Documento assinado digitalmente
 **LAYZA SAMELYNE LIMA DA SILVA**
Data: 05/02/2025 07:56:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão
Prof^ª Esp. Layza Samelyne Lima da Silva

Documento assinado digitalmente
 **SOLANGE BORGES ALVES PESSOA**
Data: 05/02/2025 13:37:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão
Prof^ª Esp. Solange Borges Alves Pessoa



RESUMO

O presente artigo tem como objeto de estudo o Mercado Municipal de Açailândia-MA, um centro essencial para pequenos comerciantes, a sociedade local e um importante espaço cultural e comercial para a cidade. A pesquisa buscou responder à questão: "Quais são os impactos sociais, econômicos e administrativos decorrentes da ampliação do Mercado Municipal de Açailândia-MA?". O objetivo foi avaliar quais os impactos causados pela sua ampliação nas dimensões econômica, social e administrativa. Para isso a pesquisa utilizou uma abordagem mista, combinando questionários aplicados a 25 comerciantes e 87 consumidores, além de uma entrevista com a administração do mercado, permitindo a avaliação de percepções de diferentes públicos. Os resultados indicaram melhorias na infraestrutura, conforto e organização do mercado, proporcionando um ambiente mais moderno e funcional. Entretanto, a pesquisa evidenciou desafios relacionados à diminuição do fluxo de clientes, boxes desocupados e manutenção inadequada. Apesar de fortalecer o papel do mercado como espaço cultural e comercial, a pesquisa revelou a necessidade de estratégias que ampliem seus impactos positivos. Conclui-se que a ampliação foi significativa para o desenvolvimento local, mas requer esforços contínuos para otimizar seus resultados.

Palavras-chave: Mercado Municipal; Impactos; Açailândia.

ABSTRACT

This article studies the Municipal Market of Açailândia-MA, an essential center for small traders, local society, and an important cultural and commercial space for the city. The research sought to answer the question: "What are the social, economic and administrative impacts resulting from the expansion of the Municipal Market of Açailândia-MA?". The objective was to evaluate the impacts caused by its expansion in the economic, social and administrative dimensions. To this end, the research used a mixed approach, combining questionnaires applied to 25 traders and 87 consumers, in addition to an interview with the market's management, allowing the assessment of perceptions of different audiences. The results indicated improvements in the market's infrastructure, comfort and organization, providing a more modern and functional environment. However, the research highlighted challenges related to the decrease in customer flow, unoccupied stalls and inadequate maintenance. Despite strengthening the market's role as a cultural and commercial space, the research revealed the need for strategies to expand its positive impacts. It is concluded that the expansion was significant for local development, but requires continuous efforts to optimize its results.

Keywords: Municipal Market; Impacts; Açailândia.



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. METODOLOGIA.....	8
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
3.1 Mercado como espaço urbano e social	10
3.2 Políticas Públicas e Desenvolvimento de Infraestrutura Comercial.....	10
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	12
4.1 Mercado De Açailândia	12
4.2 Percepções Sobre A Reforma E Ampliação Do Mercado Municipal De Açailândia: Análise Das Visões De Comerciantes E Consumidores	16
4.3 Percepções Sobre A Reforma E Ampliação Do Mercado Municipal De Açailândia: Percepção da Gestão do Mercado.....	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
REFERÊNCIAS	25
APENDICE.....	26
APENDICE - A: QUESTIONÁRIO DOS CONSUMIDORES.....	26
APENDICE - B: QUESTIONÁRIO DOS COMERCIANTES	28
APENDICE - C: QUESTIONARIO_ENTREVISTA COM GESTÃO DO MERCADO.....	29

1. INTRODUÇÃO

Os mercados municipais desempenham um papel crucial na dinâmica econômica e social das cidades. São centros fundamentais para a comercialização de produtos frescos, alimentos e bens essenciais, servindo como um ponto de encontro entre produtores e consumidores. Além de seu papel econômico, esses mercados têm um impacto significativo na coesão social e na administração local, funcionando como espaços de interação comunitária e cultural.

São considerados locais públicos por excelência, pois, permitem que ocorra interações de forma livre e de possível acesso para toda a população, seja local ou não, e independente de sua posição social (Vargas, 2001, *apud* Silva, 2019). Também são fonte de geração de renda e de importância social para as cidades, oferecendo um misto de produtos para a população local e desenvolvendo atividades comerciais de efeito econômico. Em cidades de porte médio como Açailândia, os mercados municipais mantêm características marcantes ao atuarem como centros comerciais indispensáveis para a economia local. Eles desempenham um papel crucial ao proporcionar espaço para pequenos produtores e comerciantes, permitindo a venda direta de produtos e serviços à comunidade.

Economicamente, o município de Açailândia apresenta uma estrutura diversificada, com destaque para o setor comercial, que se caracteriza por sua dinâmica e constante crescimento. Além disso, é reconhecido como um polo industrial em expansão, impulsionado pela presença das siderúrgicas, que desempenham um papel fundamental na economia local.

O município também se destaca pelo mercado municipal, que serve como um centro vital para pequenos comerciantes e produtores locais. Visto sua importância local, a gestão do município desenvolve ações de melhoria para os comerciantes e a população, como a reforma realizada recentemente, sendo uma iniciativa estratégica para revitalizar e modernizar esse importante centro de comércio. Este projeto não apenas aprimorou a infraestrutura física do mercado, mas também gerou impactos positivos nas esferas econômica, social e administrativa. A modernização busca otimizar as operações, melhorar a experiência dos usuários e reforçar o papel do mercado como um pilar da economia local.

Segundo Souza (2002) as políticas públicas são formas que o governo entra em ação, traduzindo os seus propósitos em programas e ações que buscam mudar situações do mundo real. Partindo dessa definição, a presente pesquisa investiga os efeitos de uma obra pública na vida da população local e os impactos resultantes dessa intervenção. O objetivo principal é responder à questão: "Quais são os impactos sociais, econômicos e administrativos decorrentes

da ampliação do Mercado Municipal de Açailândia-MA?". A pesquisa visa proporcionar uma compreensão abrangente da relevância dessa obra para o desenvolvimento econômico do município e seus benefícios sociais. Trata-se de uma intervenção urbana de grande importância, que gera impactos significativos nas esferas econômica, social e cultural, contribuindo para a transformação da cidade e a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. Portanto, tem por objetivo avaliar os impactos da ampliação do Mercado Municipal de Açailândia nas dimensões econômica, social e administrativa, focando na eficiência das operações, na qualidade de vida dos feirantes e consumidores, e na eficácia das práticas de gestão, compreendendo a sua contribuição para os comerciantes, analisar o seu impacto econômico e a percepção da gestão administrativa após a ampliação.

Para alcançar os objetivos propostos, a pesquisa foi estruturada em três etapas. A primeira consiste em uma revisão de literatura, com o intuito de embasar teoricamente a análise. A segunda etapa envolve a elaboração e aplicação de questionários direcionados aos comerciantes, consumidores e à administração do mercado, além de entrevistas com os gestores responsáveis pela operação do Mercado Municipal. Por fim, a terceira etapa consiste na análise dos dados coletados, com foco na eficiência das operações do mercado, no desempenho dos feirantes e consumidores, e na eficácia das práticas de gestão adotadas. O objetivo é avaliar as contribuições da ampliação do mercado para os comerciantes locais e analisar a percepção dos diferentes *stakeholders* sobre os impactos dessa intervenção.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa é uma investigação feita sobre os impactos gerados economicamente com a ampliação do mercado municipal de Açailândia e os benefícios sociais e culturais decorrentes dessa mudança. A pesquisa é do tipo mista, abordando dados qualitativos e quantitativos, com o objetivo de fornecer uma análise mais abrangente dos fenômenos em estudo. Para sua realização, a pesquisa foi elaborada seguindo os seguintes passos: i) Revisão de literatura, ii) Elaboração e Aplicação dos questionários com os comerciantes, consumidores e administração do mercado, e iii) Análise dos resultados identificados.

Na primeira etapa, foi realizada uma revisão de literatura com o objetivo de identificar os impactos econômicos, sociais e culturais presentes no mercado municipal. Para isso foram consultados artigos acadêmicos e estudos de casos em portais educacionais, como *Scielo* e *Google Acadêmico*, utilizando “mercados municipais”, “políticas públicas” e “obras públicas”

como palavras chaves para a pesquisa, sendo filtrados artigos entre os anos 2020 e 2024 para melhor embasamento, e alguns de anos mais antigos que possuíam informações relevantes para a pesquisa, esse levantamento contribuiu para a construção do instrumento de coleta de dados.

A pesquisa utiliza a percepção de três grupos distintos, os comerciantes, um representante da administração do mercado e consumidores locais do mercado municipal, para os comerciantes a amostra é composta por 25 comerciantes que possuem boxes de venda dentro do mercado municipal, contemplando diferentes setores presentes como açougues, hortifrutis, lojas de variedades, supermercados e lojas de roupas, para os consumidores, a amostra é composta por 87 frequentadores, contemplando todas as faixas etárias.

A segunda etapa, consistiu na aplicação de questionários semiestruturados utilizando a plataforma *google forms* específicos para cada público, para os comerciantes foram utilizadas perguntas focadas no impacto da ampliação nas vendas e qualidade de vida de cada um, percepção quanto ao número de clientes, opinião sobre os benefícios resultantes da ampliação e as contribuições dessa obra para a população local, enquanto o questionários aos consumidores abordaram sua frequência de visita e compra no mercado, percepção sobre as mudanças e benefícios após ampliação do mercado municipal, motivação para visitar o local e opinião sobre os impactos da obra.

A aplicação do questionário com os comerciantes foi aplicada em três visitas dentro do mercado, nos dias 30 de novembro, 7 e 10 de dezembro de 2024. A seleção dos comerciantes foi voluntária, onde responderam ao questionário apenas aqueles que demonstraram interesse em contribuir para a pesquisa. Enquanto a aplicação do questionário para os consumidores foi realizada entre os dias 3 e 14 de dezembro de 2024 também em visita ao mercado e através dos envios do formulário *online* em grupos do *WhatsApp*, sendo respondido de forma voluntária e tendo como público-alvo as pessoas que já consumiram produtos de dentro do mercado.

Para a coleta dos dados com a parte administrativa do mercado, foi aplicada uma entrevista no dia 18 de novembro de 2024 com a Diretora de inspeção do mercado na Secretaria Municipal de Agricultura e Pesca (SEAGRI), com perguntas abertas que abordaram a motivação para a realização da obra pública na cidade, quais foram os fatores que impulsionaram essa decisão, quais os impactos identificados na visão da administração e os principais desafios enfrentados para a realização da obra.

E na última etapa, foram analisados todos os dados coletados, como o aumento de venda, percepção de benefícios, motivação da administração e a percepção dos clientes, dos comerciantes, consumidores e da parte administrativa do mercado municipal em relação as contribuições provocadas a partir da sua ampliação. Logo após foi feito a triangulação dos

dados coletados nos três grupos do estudo, sendo analisado todas as respostas e comparando a visão de cada grupo.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Mercado como espaço urbano e social

Durante o desenvolvimento das cidades, alguns espaços manifestam de forma mais nítida a cultura local, promovendo a interação social entre pessoas de diferentes origens, como os mercados municipais. Os autores Araújo e Barbosa (2004, p.2 apud De Moraes Servilha e Doula, 2009, p.124) ressaltam que historicamente os mercados e feiras “adquiriram uma importância muito grande que ultrapassa seu papel comercial, transformando-se, em muitas sociedades, num entreposto de trocas culturais e de aprendizado, onde pessoas de várias localidades congregavam-se estabelecendo laços de sociabilidade”

De acordo com os autores Figueiredo e Freitas (2015) os mercados podem ser classificados como canais que possibilitam a comercialização de produtos de varejo de diversas cadeias produtivas. Sendo pontos de integração entre a população local e produtores.

Pintaudi (2009) reforça essa visão ao afirmar que o “mercado público é forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades da antiguidade e se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas”. Segundo o autor muitos dos mercados se originaram nas feiras que eram realizadas no mesmo local, e que “eram os locais importantes para o abastecimento de toda a sorte de produtos”.

Atualmente esses mercados são constituídos pelo mercado varejista realizado ao ar livre, com movimentos semanais e que busca distribuir produtos básicos e alimentício (Mascarenhas; Dolzani, 2008). Os mercados públicos são espaços de relação econômica de produtos desde a antiguidade, possibilitando o diálogo de outras formas de comércio (Pintaudi, 2006).

3.2 Políticas Públicas e Desenvolvimento de Infraestrutura Comercial

As políticas públicas desempenham um papel crucial no desenvolvimento das cidades, pois visam promover o bem-estar social, econômico e ambiental da comunidade. Essas políticas são essenciais para garantir que o crescimento da cidade seja sustentável e inclusivo, abordando questões como a infraestrutura urbana, educação, saúde, segurança e meio ambiente. A implementação eficaz de políticas públicas é fundamental para enfrentar os desafios decorrentes

do rápido desenvolvimento e para assegurar que os benefícios do crescimento econômico sejam amplamente distribuídos entre os habitantes da cidade.

Segundo Secchi (2014) as políticas públicas são diretrizes criadas com o objetivo de enfrentar um problema público. Formadas por ações e decisões tomadas pelo governo com o objetivo de resolver tais problemas e atender às necessidades da sociedade (Dye, 2008). Sendo essenciais para o desenvolvimento socioeconômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Assim, são desenvolvidas pelo Estado como uma forma de resposta as necessidades coletivas de toda a população (Gonzaga, [s.d]), durante seu processo de elaboração é de suma importância que tenha um ator político que identifique um problema público, esses atores podem ser partidos políticos, agentes políticos e organizações não governamentais (Secchi, 2014).

Para que essas políticas sejam elaboradas, necessita-se de componentes que formam o ciclo para sua criação, como apresentado na imagem 1.

Imagem 1: ciclo das políticas públicas



Fonte: Gonzaga, [s.d]

Secchi (2014) aponta que o ciclo de elaboração das políticas públicas é composto por sete fases, que são: Identificação do problema; Formação da agenda; Formulação de alternativas; tomada de decisão; Planejamento da execução; Implementação; Avaliação. Essas fases permitem que os programas e ações sejam estruturados de forma funcional e sequencial, possibilitando maior assertividade. O mesmo autor descreve as características de cada fase: a identificação do problema é “a discrepância entre o status quo e uma situação ideal possível.

Um problema público é a diferença entre o que é, e aquilo que se gostaria que fosse a realidade pública” (Secchi, 2014); Formação da agenda, é a definição de problemas e temas que são relevantes para serem resolvidos; Formulação de alternativas, e a fase em que são criados as formas de enfrentamentos, estratégias e métodos; Tomada de decisão, analisar as alternativas e definir as ações adotadas; Planejamento da execução, fase em que se define a forma que ocorrerá as ações, prazos e recursos; Implementação, é a fase prática, quando as decisões são transformadas em ações; Avaliação, fase em que é analisado os resultados.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Mercado De Açailândia

O município de Açailândia, situado no estado do Maranhão, teve sua origem em 1958, com o surgimento da BR-010, uma rodovia vital para o acesso ao estado, com a Rodovia Belém-Brasília. A cidade se emancipa de Imperatriz em 06 de junho de 1981, adotando o nome "Açailândia" devido à abundância de palmeiras de açaí na região durante sua fundação, embora alguns acreditassem que a denominação tivesse relação com a produção de ferro, dado o seu desenvolvimento industrial posterior.

Nos anos seguintes, o município viveu um crescimento acelerado, especialmente a partir da instalação da Estrada de Ferro Carajás nos anos 1980. A ferrovia estimulou a economia local, gerando empregos e atrativos industriais, com destaque para a produção de ferro-gusa. Esse processo favoreceu a diversificação econômica do município, que passou a se destacar não apenas pelo setor industrial, mas também pelo comércio, serviços e agricultura. Com o crescimento, surgiram investimentos em infraestrutura, promovendo melhorias nas áreas de educação, saúde, transporte e moradia, o que reflete diretamente na qualidade de vida dos habitantes. O último censo publicado pelo IBGE, realizado em 2022, apontou que Açailândia possui cerca de 106.550 habitantes e ocupa uma área de 5.805,159 km², com muitos estabelecimentos comerciais, industriais e agrícolas, consolidando-se como um polo econômico. A cidade possui como sua principal fonte econômica a exportação de ferro gusa, gerada pelas siderúrgicas presentes no município, tem cerca de 750 estabelecimentos em todos os níveis, comércio, indústria, agricultura e pecuária.

O Mercado Municipal de Açailândia surgiu juntamente com a fundação da cidade, em 1981, e rapidamente se tornou um ponto central e estratégico para o comércio local. Localizado no cruzamento das rodovias BR-222 e BR-010, esse mercado desempenha um papel essencial para a economia da cidade, reunindo pequenos e médios comerciantes, produtores e

consumidores em um único espaço. Ao longo dos anos, o mercado passou por diversas transformações, adaptando-se ao crescimento populacional e às novas demandas do comércio local. Hoje, o mercado é reconhecido não apenas como um centro de vendas, mas também como um ponto de interação social e cultural, promovendo o desenvolvimento local.

Com uma diversidade de produtos, desde alimentos até artesanatos e outros itens de consumo diário, o Mercado Municipal tem sido responsável por gerar emprego e renda, tornando-se uma peça-chave na manutenção da economia local. Para os feirantes, representa uma fonte de sustento para suas famílias, enquanto para os consumidores, oferece produtos frescos e regionais. Além disso, o mercado tem sido um espaço de encontro, promovendo a valorização da cultura local e fortalecendo os laços entre comerciantes e a população.

No entanto, o Mercado Municipal também passou por desafios ao longo do tempo. Em 2015, as condições de higiene e a infraestrutura precária eram um reflexo das limitações da época. A falta de organização e as condições de trabalho adversas para os feirantes levaram a manifestações públicas, com os comerciantes exigindo melhorias nas condições de trabalho, especialmente após a condenação do mercado pela vigilância sanitária. Esse período evidenciou a necessidade de uma reformulação estrutural do mercado, o que se tornaria um ponto de virada na história do espaço. Esse panorama do Mercado Municipal de Açailândia revela não apenas sua importância para a economia local, mas também sua função social e cultural, sendo fundamental para o fortalecimento do comércio e a melhoria da qualidade de vida dos habitantes da cidade.

O mercado utilizado para pesquisa é o Mercado Municipal de Açailândia-MA, localizado no centro da cidade. É um ponto central para a economia local, onde pequenos e médios comerciantes vendem produtos diversos, como alimentos, artesanatos e outros itens de consumo diário. Esse local desenvolve interação entre os produtores locais e consumidores, sendo um agente gerador de renda para crescimento local.

O mercado municipal sempre desempenhou um papel essencial na vida econômica da população local, surgiu junto com a cidade em 1981, se expandindo com o passar dos anos na sua estrutura e na variedade de produtos oferecidos no seu interior. Seu crescimento foi se adequando ao aumento populacional e com as demandas de produtos exigidas pela população, o mesmo, contribui para a geração de emprego e renda, proporcionando o sustento para famílias locais.

Dentro desses espaços ocorre as atividades de compra e venda de mercadorias, podendo ser encontrado um misto de produtos, os mercados constroem um lugar de encontro,

fortalecendo a cultura local e sendo essencial para a conexão da população com os produtos locais e valorização deles.

Assim como a cidade, o mercado municipal vem passando por mudanças com o passar dos anos, nas imagens 1 e 2 se pode observar como era a estrutura do mercado no ano de 2015, podendo ser percebido a falta de higiene do local, alimentos mantidos expostos e as condições de trabalho para os comerciantes, além da falta de uma estrutura organizada. Como forma de reivindicação por melhorias os feirantes que trabalhavam dentro no mercado fizeram um ato público cobrando melhorias nas condições de trabalho, conforme apresentado na imagem 3, pois na época o mercado municipal foi condenado pela vigilância sanitária.

Figura 1 e 2: Mercado municipal de Açailândia em 2015



Fonte: Wilton Lima, 2015

Figura 3: Manifestação de comerciantes para reforma do mercado



Fonte: Antônio Marcos, 2015.

As Imagens 4 e 5 apresentam os resultados das reformas feitas em 2019, em que foi totalmente revitalizado, realizado durante o mandato do prefeito Juscelino Oliveira, em que foi

dividido em boxes destinados para serviços como artesanato, açougues, comercio, artigos de armarinhos e outras atividades.

Figura 4 e 5: Revitalização do mercado em 2019



Fonte: Antônio Maria, 2019

E recentemente o mercado passou por uma nova revitalização e estruturação, em que foi feito uma nova fachada como apresentado na imagem 6, e sua ampliação, com o aumento dos boxes no seu interior e a modernização da estrutura, proporcionando um ambiente mais confortável para os feirantes e consumidores, além de incentivar a economia local e criar uma sala de inovação do Sebrae e outras instituições, proporcionando um maior apoio para os feirantes.

Figura 6: Ampliação do mercado municipal



Fonte: Carlos Cristiano, 2024

Como apresentado, o mercado municipal é um grande espaço cultural para a cidade, apresentando impactos diretos para a economia. Para impulsionar o crescimento dos comerciantes, foi construída a sala de inovação, pois o incentivo e capacitação profissional é um dos parâmetros primordiais para o crescimento, ensinando o que deve ou não ser ofertado,

qualidade dos produtos, atendimento ao cliente, técnicas de vendas, entre outros (Chaves, 2019).

4.2 Percepções Sobre A Reforma E Ampliação Do Mercado Municipal De Açailândia: Análise Das Visões De Comerciantes E Consumidores

Com base nos questionários e na entrevista aplicada, foi possível analisar as percepções de três públicos distintos em relação à reforma e ampliação do Mercado Municipal de Açailândia, identificando as opiniões de cada grupo sobre o impacto da obra. O questionário direcionado aos comerciantes teve como objetivo avaliar os efeitos da reforma nas vendas e na qualidade de vida, além de investigar se eles possuem boxes no mercado, a finalidade de uso desses espaços, sua avaliação sobre a infraestrutura e como suas atividades foram impactadas após a realização da obra. Os resultados obtidos foram apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Percepção dos comerciantes sobre a reforma do mercado

ASPECTO INVESTIGADO	RESULTADOS
Como você avalia o impacto da ampliação do mercado em suas vendas?	- 28% Não houve impacto; - 24% Piorou Significativamente; - 20% Melhorou Significativamente; - 16% Melhorou um pouco; - 12% Piorou um pouco.
Houve aumento na quantidade de clientes após a ampliação do mercado?	- 44% Houve uma diminuição de clientes; - 32% Não percebi diferença; - 16% Sim, houve um aumento considerável; - 8% Sim, mas foi leve.
Como você avalia a infraestrutura atual do mercado após a ampliação?	- 36% Regular; - 29% Boa; - 16% Excelente; - 16% Ruim; - 12% Péssima.
A ampliação do mercado impactou sua qualidade de vida?	- 52% Não Impactou; - 28% Sim, positivamente; - 20% Sim, mas de forma negativa.
Você possui um boxe próprio dentro do mercado Municipal de Açailândia?	- 88% Sim; - 12% Não.
Caso possua um boxe, qual é o principal uso que você faz dele?	- 96% Vendas dos meus produtos; - 12% Prestação de serviços; - 0% Guardar meus produtos; - 0% Não possuo boxe; - 0% Outros.

Fonte: Elaborado pela autora

A cerca do impacto nas vendas, foi identificado que 20% dos comerciantes notaram uma melhoria significativa, enquanto 16% observaram uma leve melhoria. Entretanto, 28% não perceberam impacto, e 28% relataram que houve uma piora (16% apontaram piora leve, e 12% significativa) no número de vendas. Esse cenário demonstra resultados divididos, em que o impacto econômico da obra foi de forma desigual entre os comerciantes.

Em sequência, foi questionado se houve o aumento dos clientes, em que 32% afirmaram não perceber diferença no número de clientes, 44% informaram que houve a diminuição e 24% (16% aumento considerável e 8% aumento leve) afirmou que ocorreu aumento no fluxo de clientes. Isso aponta que para a maioria dos comerciantes foi perceptivo a diminuição de clientes dentro do mercado.

Quando questionados sobre a infraestrutura atual do mercado, as respostas foram mistas, 36% classificam como “regular”, 36% informaram gostar da infraestrutura (20% boa e 16% excelente), enquanto os demais 28% apontaram a infraestrutura como “ruim” ou “péssima”. O questionário também buscou analisar se essa mudança na infraestrutura trouxe algum impacto na qualidade de vida dos comerciantes, 52% dos pesquisados informou que não impactou, 28% afirmaram que houve impactos positivos e 20% que impactou, porém de forma negativa, demonstrando que para a maioria a ampliação não resultou impacto na sua vida dentro do mercado.

O mercado é estruturado por meio de boxes, sendo ocupados pelos comerciantes e destinados a finalidades específicas. O questionário apontou que dos pesquisados 88% possuem boxes dentro do mercado e 12% não possuem, em conversa com os pesquisados que informaram não possuir, eles possuem pontos de vendas em boxes, entretanto, esses boxes são de outras pessoas que não quiseram utilizar. Ainda sobre sua utilização, 96% utilizam para venda de produtos, como comércio, frutarias, venda de confecção, açougue etc., e 4% para prestação de serviço, como salão de beleza, isso aponta que a maioria dos pesquisados está ligado a área de venda, sendo o comércio de bens a atividade predominante dentro do mercado.

A última questão era composta por uma pergunta aberta, com o seguinte questionamento “Na sua visão, qual é o principal impacto da ampliação do mercado em sua atividade como comerciante?”, buscando compreender os aspectos observados pelos comerciantes, sejam eles positivos ou negativos, que impactaram sua atividade de forma direta após a reforma. Dentre as respostas encontradas, pode-se notar que as respostas estavam entorno de tópicos recorrentes como apresentados na tabela abaixo.

Tabela 2: Impacto da ampliação do mercado na atividade dos comerciantes

CATEGORIA	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Infraestrutura	Melhora em telhados, pisos, e fachada	Boxes inacabados, grades enferrujadas, manutenção insuficiente
Segurança	Mas segura para alguns comerciantes	Portões abertos, aumento de roubos

Fluxo de Clientes	Ambiente atraiu novos consumidores	Diminuição de fluxo, concorrência externa
Estética e Limpeza	Reformas foram esteticamente elogiadas	Pintura ruim, limpeza insuficiente
Impacto Econômico	Atração de novos clientes	Queda nas vendas, saída de comerciantes

Fonte: Elaborado pela autora

Dentre os aspectos apontados pelos comerciantes, foi notório pontos tanto positivos, quanto negativos relacionados a algumas categorias, como apresentado na tabela acima. Quanto a infraestrutura, foi apontado aspectos positivos como as reformas nos boxes, do telhado, pisos e pintura, enquanto alguns relataram ainda haver boxes inacabado, “a pintura está ruim e as grades enferrujadas” e a falta de manutenção, sendo esses pontos prejudiciais para o trabalho dos mesmos, como relatado por um dos comerciantes, as “grades fazem com que o sol e chuva prejudiquem as condições de vendas e danifique as mercadorias” sendo fatores que impedem o seu funcionamento normal e cause prejuízos.

Em relação a segurança, alguns notaram que após a reforma houve uma melhora, como a adição de grades e horários para fechamento, entretanto, apesar disso informaram que ocorre falhas no fechamento dos portões e os boxes não possuem locais ideais para guardar as mercadorias, tornando o ambiente vulnerável a roubos. Outro aspecto, bastante apontado nas respostas, foi o fluxo de clientes, tendo predominância as respostas negativas relacionada a este aspecto, a minoria citou que a nova infraestrutura ajudou no aumento de clientes dentro do mercado, porém grande parte dos pesquisados citou que houve a diminuição de clientes e consequentemente as vendas, alguns relataram que esse fato foi resultante do aumento da concorrência com os estabelecimentos localizados nas áreas ao redor do mercado, pelo fato do mercado ser um ambiente fechado, em que os clientes não tem uma facilidade de entrarem para realizarem as compras e do fechamento temporário durante o período da reforma, que fez com que alguns comerciantes perdessem clientes fixos.

Relacionado a parte estética, a maioria elogiou o novo ambiente, informando que a nova estrutura é bem mais moderna e agradável, além de trazer uma nova visão para a cidade, para eles e para os consumidores. Entretanto, apesar dessa nova estrutura, ainda há a necessidade de melhorias nas pinturas e limpeza de algumas áreas, demandando uma atenção da parte administrativa.

E por fim, surgiram opiniões que abordam o aspecto econômico, alguns comentaram que de forma positiva o novo ambiente atraiu clientes que não frequentavam o mercado,

contudo, houve uma queda significativa nas vendas, fazendo com que alguns comerciantes deixassem de vender dentro do mercado e procurassem outras formas de sustento, esse fato pode ser observado pelo número de boxes vazios e relatos da maioria dos comerciantes. Esse fato, demonstra que apesar da melhoria estética e estrutural do mercado, os comerciantes ainda possuem dificuldades para manter suas vendas e atrair clientes.

O questionário aplicado aos consumidores do Mercado Municipal teve como objetivo avaliar a frequência com que visitam o local, os principais motivos que os levam a realizar compras ali, sua percepção sobre a estrutura atual do mercado e o impacto da reforma na experiência de compra e na qualidade dos produtos ofertados. Os resultados obtidos estão organizados na Tabela 3.

Tabela 3: Percepção dos comerciantes sobre a reforma do mercado

ASPECTO INVESTIGADO	RESULTADOS
Com que frequência você costuma ir ao Mercado Municipal de Açailândia?	- 54% frequentam raramente; - 23% visitam mensalmente; - 19,5% frequentam semanalmente; - 3,4% frequentam diariamente.
Qual sua principal motivação para frequentar o mercado?	- 50,6% visitam devido a variedade de produtos; - 34,5% valorizam produtos frescos; - 9,2% buscam preços acessíveis; - 5,7% Destacaram a convivência social como principal motivação.
Como você avalia a infraestrutura atual do mercado após a ampliação?	- 46% avaliaram como "Regular"; - 41,4% avaliaram como "Boa"; - 4,6 % avaliaram como "Ruim"; - 4,6 % avaliaram como "Péssima"; - 3,4 % avaliaram como "Excelente".
A ampliação do mercado trouxe mais conforto e praticidade para suas compras?	- 58,6% informaram "um pouco mais de conforto". - 21,8% não perceberam diferença; - 19,5% informaram "sim, muito mais conforto"; - 0% informou que "ficou mais desconfortável".
A nova estrutura influenciou a variedade e a qualidade dos produtos disponíveis no mercado?	- 34,5% não notaram mudanças; - 29,9% perceberam aumento na variedade e qualidade; - 23% notaram apenas no aumento da variedade dos produtos; - 12,6%. observaram apenas melhoria na qualidade.

Fonte: Elaborado pela autora

Em relação a frequência de visitas, foi notório que a maioria dos consumidores (54%) frequentam o mercado raramente, enquanto 22% visitam mensalmente, 19,5% semanalmente e apenas 3,4% realizam visitas diárias, demonstrando que os consumidores frequentam o mercado de forma esporádica. Os resultados também buscaram determinar a motivação dos consumidores para realizar tais visitas, 50,6% destacaram ser devido a variedade de produtos ofertados, seguido por 34,5% que apontaram ser pela oferta de produtos frescos, enquanto os

demais, responderam ser devido aos preços mais acessíveis (9,2%) e pelo ambiente proporcionar a convivência social (, esses dados indicam que a principal motivação a compra no mercado é percebida pelo fato do mercado oferecer diversidade de produtos.

A percepção dos consumidores sobre a infraestrutura atual do mercado após a ampliação, trouxe opiniões diversificadas, a maioria avaliou como “regular” (46%), enquanto 41,4% classificaram como “boa”, 3,4% classificaram como “excelente” e os demais 9,2% classificaram como negativo (4,6% ruim e 4,6% péssimo), evidenciando que a maioria dos pesquisados avalia a infraestrutura do mercado atualmente como mediano e bom.

Os consumidores foram indagados se o mercado trouxe mais conforto e praticidade para suas compras, e as respostas mostraram que 80,4% dos consumidores notaram um melhor conforto nas suas compras, enquanto os demais 19,5% não perceberam diferença, vale ressaltar que nenhum dos respondentes informou a opção de que “ficou mais desconfortável”, ressaltando o fato de que a ampliação trouxe benefícios para os consumidores durante seu processo de compra. No que se refere a influência da nova estrutura nos produtos, englobando a variedade e sua qualidade, 34,5 % não perceberam nenhuma mudança, 29,9% informaram que impactou no aumento de variedade e qualidade dos produtos, 23% relataram que influenciou apenas no aumento da variedades de produtos e os demais, 12,6% informaram ter notado a melhora apenas na qualidade, demonstrando que apesar de ter ocorridos mudanças que impactaram os produtos ofertados dentro do mercado, algumas pessoas ainda não notaram esses avanços .

Por fim, a última questão foi feita de forma aberta sem que houvesse respostas predeterminadas, a fim de que os consumidores pudessem opinar de forma livre, com o seguinte questionamento “Na sua opinião, qual é o principal impacto da ampliação do mercado na sua experiência de compra?”, buscando revelar como eles caracterizam sua experiência de compra dentro do mercado após a ampliação. As respostas encontradas puderam ser divididas em assuntos mais recorrentes, sendo divididos em cinco categorias distintas, como a Infraestrutura e organização do mercado, a variedade e qualidade dos produtos vendidos, o conforto e praticidade na experiência de compra, o impacto social e econômico e algumas críticas e sugestões relatadas nas respostas, conforme tabela 4.

Tabela 4: Principal impacto da ampliação do mercado na experiência de compra dos consumidores

CATEGORIA	DESCRIÇÃO	RESPOSTAS ENCONTRADAS
Infraestrutura e organização	Melhoria na organização, limpeza e estética do mercado.	"Ficou mais organizado e prático! Isso otimiza o tempo e facilita as compras rotineiras." "Um local visivelmente mais agradável de frequentar, ao contrário do que era antes."
Variedade e qualidade	Aumento na diversidade e qualidade dos produtos.	"Maior variedade de produtos, mais opções disponíveis." "A ampliação do mercado melhora a experiência de compra ao oferecer mais variedade e um ambiente mais moderno e acessível."
Conforto e praticidade	Mais conforto, mobilidade e acessibilidade para os consumidores.	"A ampliação trouxe mais espaço e conforto para fazermos nossas compras." "Mais praticidade nas compras, facilitou no deslocamento de um lugar para o outro."
Impacto social e econômico	Maior fluxo de clientes, novas oportunidades para comerciantes e feirantes.	"Crescimento do comércio local e de produtores da região." "Possibilitou a chegada de novos feirantes."
Críticas ou sugestões	Questões sobre organização externa, falta de impacto percebido por alguns consumidores.	"O grande desvio e concentração de comerciantes na parte externa dificulta a passagem nas calçadas." "Entrada de produtos de baixa confiabilidade, o que pode gerar escolhas erradas por parte dos consumidores."

Fonte: Elaborado pela autora

Sobre as percepções dos consumidores é possível categorizar em aspectos positivos e pontos de melhoria. Entre os aspectos positivos, os consumidores apontaram melhorias substanciais na infraestrutura e organização, com destaque para a estética mais agradável, maior limpeza e organização interna, que contribuíram para a otimização das compras rotineiras. A ampliação também foi associada a um aumento na diversidade e qualidade dos produtos oferecidos, refletindo na modernização e na acessibilidade do espaço, fatores que, segundo os entrevistados, elevaram a experiência de compra. Outro ponto relevante foi a percepção de maior conforto e praticidade. A ampliação proporcionou espaços mais amplos e mobilidade aprimorada, garantindo acessibilidade e tornando o ambiente mais atrativo. Esses fatores foram complementados pela identificação de impactos sociais e econômicos, como o fortalecimento do comércio local, a valorização de produtores regionais e a incorporação de novos feirantes, o que denota o potencial da reforma para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico do entorno.

No entanto, o levantamento também revelou críticas e lacunas que precisam ser consideradas. A concentração de comerciantes na área externa foi citada como um problema que compromete a circulação de pedestres e a organização ao redor do mercado. Além disso, a entrada de produtos considerados de baixa confiabilidade gerou preocupações quanto à

qualidade e à segurança das escolhas dos consumidores. Esses aspectos indicam que, embora a reforma tenha promovido avanços significativos, a gestão externa e o controle de qualidade dos produtos comercializados carecem de melhorias para garantir uma experiência mais consistente e satisfatória.

De maneira geral, a análise evidencia que, embora os avanços estruturais e organizacionais tenham sido amplamente reconhecidos, os desafios operacionais e gerenciais demandam atenção contínua. A efetividade da reforma poderá ser maximizada por meio de intervenções direcionadas à reorganização dos espaços externos, à regulamentação da entrada de produtos e à criação de mecanismos que promovam a confiança do consumidor, alinhando as expectativas do público às melhorias implementadas.

4.3 Percepções Sobre A Reforma E Ampliação Do Mercado Municipal De Açailândia: Percepção da Gestão do Mercado

A entrevista foi realizada com a Diretora de Comercialização e Inspeção Municipal e teve como objetivo compreender diversos aspectos relacionados ao mercado antes e após sua reforma. Foram abordados temas como o funcionamento e a organização do mercado antes das intervenções, os motivos que impulsionaram a realização da reforma, o processo de alocação dos boxes aos comerciantes, as mudanças de gestão implementadas e os impactos percebidos pela administração. Além disso, buscou-se identificar os efeitos econômicos e sociais da obra para a comunidade local e para a cidade de Açailândia como um todo.

Segundo a Diretora, o mercado antes da ampliação era marcado pela desorganização e falta de infraestrutura, fato que impactava negativamente a visibilidade do local e da cidade e diminuía a atratividade do espaço para ser frequentado. Fato que motivou a realização da obra, ela afirma que:

“Esse projeto existia, desde 2012, era de uma gestão passada, e só quando o secretário Antônio Filho assumiu a secretaria, ele pegou para fazer o mercado que era praticamente o cartão de Açailândia, além da visibilidade, que era grande por ser uma coisa que chamava a atenção, por ser desorganizado, para ficar algo mais visível, como está hoje, tanto faixada como a organização lá dentro.” (Entrevistada, 2024)

Ela informou que a partir da ampliação, foram feitos 53 boxes na parte de frente, em que foram reorganizados por setores, dividindo a partir do tipo de venda de produtos, como roupas, alimentos e produtos diversos, a fim de promover uma melhor organização e facilitar o acesso dos consumidores aos produtos desejados. Nessa nova estruturação foi realizado a

parametrização dos boxes, deixando todos com o mesmo espaço, alguns boxes antes possuíam tamanho maior que os demais, sendo divididos para melhor distribuição.

Quando questionada sobre as mudanças na gestão dos boxes, foi informado que antes todos os custos de manutenção e regularização de taxas era de responsabilidade do município, e com a ampliação, os comerciantes passaram a arcar com esses custos, energia elétrica foi dividida de forma individual em que cada boxe contém um medidor, e as taxas de regulamentação pagas para o setor de tributos da cidade, dessa forma o município arca apenas com os custos da utilização da água, essa medida possibilita uma maior autonomia para os comerciantes e conseqüentemente diminui os custos da cidade.

Em relação aos impactos vistos por parte da gestão, eles percebem que a ampliação proporcionou uma melhoria significativa para a cidade e sociedade local, porém, é relatado que para os comerciantes houve a diminuição do fluxo de clientes e os comerciantes reclamam da infraestrutura local. Além, de notarem que alguns boxes não estão sendo utilizados, sendo necessário a inspeções regulares, como apontado por Soraia Aguiar, é realizado visitas “vendo quais são os boxes que estão funcionando e os que não estão, a gente manda uma notificação, dá um prazo pra eles poderem ir ocupar o boxe, se não a gente disponibiliza pra outra pessoa, aqui tem uma lista enorme”, com o intuito de disponibilizar os boxes de forma eficiente.

Apesar das melhorias realizadas dentro do mercado, a gestão destacou a dificuldade de atrair mais consumidores para o interior do mercado. Isso demonstra que apesar das mudanças serem benéficas para a cidade de Açailândia, o mercado ainda possui pouca movimentação e enfrenta problemas com a permanência dos comerciantes, necessitando da implementação de novas estratégias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo analisou os impactos econômicos, sociais e administrativos da ampliação do mercado Municipal de Açailândia-MA, investigando os efeitos dessa obra na população local e como essa intervenção influenciou as três dimensões estudadas: comerciantes, consumidores e gestão municipal. Por meio de uma análise multidimensional, foram identificados os principais pontos de impactos, a partir da perspectiva de cada esfera estudada.

Os dados evidenciaram que a ampliação do mercado resultou em melhorias visíveis na infraestrutura, como a criação de novos boxes e reorganização do espaço, setorizando as atividades dentro do mercado. De acordo com os consumidores, essas mudanças proporcionaram maior conforto e praticidade nas compras, além modernizar o ambiente.

Contudo, a percepção dos comerciantes foi mais diversificada: enquanto alguns destacaram melhorias na segurança e na estética, outros relataram uma redução significativa no fluxo de clientes e enfrentam problemas relacionados à falta de manutenção do espaço. Para a gestão, a obra atendeu às expectativas no que diz respeito à revitalização da cidade, mas ainda enfrenta desafios para manter os boxes em pleno funcionamento e atrair visitas frequentes da população ao mercado.

Ademais, a pesquisa destacou que, embora a ampliação tenha fortalecido o papel do mercado como espaço cultural e comercial para Açailândia, persistem desafios na gestão e manutenção regular do local, tais como a dificuldade de atrair consumidores para o interior do mercado, a existência de boxes desocupados e a necessidade de aprimorar a infraestrutura.

Portanto, os dados apresentados indicam que a ampliação do mercado trouxe impactos positivos para a sociedade local. Contudo, revelam também a necessidade de implementar estratégias que potencializem esses benefícios. Recomenda-se que a administração municipal invista em políticas públicas que estimulem o consumo no mercado, promovendo o fluxo de consumidores e aplicando avaliações periódicas junto aos comerciantes e consumidores, com o objetivo de atender de maneira mais eficaz às demandas da comunidade local.

Por fim, espera-se que esta pesquisa contribua para a compreensão dos impactos causados por intervenções públicas semelhantes, podendo servir como base para estudos futuros. Além disso, almeja-se que este estudo funcione como uma fonte de informações para a gestão do mercado, possibilitando uma avaliação das percepções de consumidores e comerciantes, bem como o desenvolvimento de estratégias para solucionar os problemas identificados.



REFERÊNCIAS

CHAVES, Juliana Costa; DE MORAES, Carmelina Suquere. **Mercado Público Do Porto Em Cuiabá MT**. TCC-Arquitetura, 2021.

CHAVES, Rafisa Macedo. **Reforma e adaptação do mercado municipal de Bacabal-MA para o desenvolvimento local com base na agricultura familiar**. 2019.

DE MORAES SERVILHA, Mateus; DOULA, Sheila Maria. **O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras**. Revista Faz Ciência, v. 11, n. 13, p. 123-123, 2009.

Dye, T. (2008). *Understanding Public Policy*. Upper Saddle River: Pearson.

FIGUEIREDO, Neiva e FREITAS, Ana Maria. Agricultura Familiar: Um Estudo sobre a Contribuição do Mercado Municipal de Montes Claros-MG para o Trabalho e Renda de Pequenos Produtores. **Rev. Espacios**. Vol. 37, pag. 14, 2016.

GONZAGA, Danio. **O ciclo das políticas públicas**. UNALE [s.d]. Disponível em: <<https://unale.org.br/o-ciclo-das-politicas-publicas/>>. Acesso em 07 de agosto de 2024.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). [s.d]. **Cidades e Estados Açailândia - MA**. Disponível em: <[https://www.ibge.gov.br/cidades-e-est\]=\[dos/ma/acailandia.html](https://www.ibge.gov.br/cidades-e-est=[dos/ma/acailandia.html)>. Acesso em 12 de julho de 2024.

LIMA, Wilton, 20 de maio de 2015. **Feirantes devem desocupar Mercado Municipal de Açailândia a partir dessa quarta-feira (20)**, Blog Wilton Lima. Disponível em <<https://www.wiltonlima.com.br/2015/05/feirantes-devem-desocupar-mercado.html>> . Acesso em 19 de agosto de 2024.

Maria Antonio, 25 de julho de 2019. **Ato de entrega do Mercado Municipal de Açailândia acontece com grande festa e sorteio de brindes na tarde desta sexta-feira, 26**. Blog Folha de Cuxá. Disponível em <https://folhadecuxa.blogspot.com/#google_vignette> . Acesso em 19 de agosto de 2024.

SECCHI, Leonardo. **Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. Cengage Learning, 2014.

SILVA, Thainy Genny Esteves et al. Economia circular: um panorama do estado da arte das políticas públicas no Brasil. **Revista produção online**, v. 21, n. 3, p. 951-972, 2021.

SILVA, Jessica Gomes da. **Mercado Municipal de Açailândia-MA**. Uninovafapi. Teresina 2019.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas: conceitos, Tipologias e Sub-áreas**. Fundação Luis Eduardo Magalhães, dezembro de 2002.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. **Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Revista Eletrônica Ateliê Geográfico, Goiânia, v. 2, n. 4, p.

72-87, 2008.

PINTAUDI, S.M. Os mercados públicos: metamorfoses de um escape na história urbana. **Rev. Cidades**. V. 3, n. 5, pp. 81-100, 2006.

APENDICE

APENDICE - A: QUESTIONÁRIO DOS CONSUMIDORES

Consumidores do Mercado Municipal de Açailândia

Tema: Análise Multidimensional da Reforma do Mercado Municipal de Açailândia: Impactos Econômicos, Sociais e Administrativos

Olá!



Este questionário faz parte de uma pesquisa acadêmica desenvolvida para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e tem como objetivo *Avaliar os impactos da ampliação do Mercado Municipal de Açailândia nas esferas econômica, social e administrativa, focando na eficiência das operações, na qualidade de vida dos feirantes e consumidores, e na eficácia das práticas de gestão.*

Sua participação é muito importante! Todas as respostas serão mantidas em **sigilo absoluto** e utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Agradecemos sua contribuição para este estudo! 😊

Acadêmica : Andressa Cardoso

Orientadora : Nayara Santos

** Indica uma pergunta obrigatória*

1. Com que frequência você costuma ir ao Mercado Municipal de Açailândia? *

Marcar apenas uma oval.

- Diariamente
 Semanalmente
 Mensalmente
 Raramente

2. Qual sua principal motivação para frequentar o mercado? *

Marcar apenas uma oval.

- Produtos frescos
 Preços acessíveis
 Variedade de produtos
 Convivência e interação social

3. Como você avalia a infraestrutura atual do mercado após a ampliação? *

Marcar apenas uma oval.

- Excelente
 Boa
 Regular
 Ruim
 Péssima

4. A ampliação do mercado trouxe mais conforto e praticidade para suas compras? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, muito mais conforto
 Um pouco mais de conforto
 Não percebi diferença
 Ficou mais desconfortável

5. A nova estrutura influenciou a variedade e a qualidade dos produtos disponíveis no mercado? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, aumentou a variedade e a qualidade
 Sim, mas apenas aumentou a variedade
 Sim, mas apenas melhorou a qualidade
 Não percebi mudanças

6. Na sua opinião, qual é o principal impacto da ampliação do mercado na sua experiência de compra? *

Fonte: Autora, 2024.

APENDICE - B: QUESTIONÁRIO DOS COMERCIANTES

Comerciantes do Mercado Municipal de Açailândia

Trabalho de conclusão de curso de Administração

*Tema: Análise Multidimensional da Reforma do Mercado Municipal de Açailândia:
Impactos Econômicos, Sociais e Administrativos*

Avaliar os impactos da ampliação do Mercado Municipal de Açailândia nas esferas econômica, social e administrativa, focando na eficiência das operações, na qualidade de vida dos feirantes e consumidores, e na eficácia das práticas de gestão.

Acadêmica : Andressa Cardoso

Orientadora : Nayara Santos

** Indica uma pergunta obrigatória*

1. Como você avalia o impacto da ampliação do mercado em suas vendas? *

Marcar apenas uma oval.

- Melhorou significativamente
 Melhorou um pouco
 Não houve impacto
 Piorou um pouco
 Piorou significativamente

2. Houve aumento na quantidade de clientes após a ampliação do mercado? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, houve um aumento considerável
 Sim, mas foi leve
 Não percebi diferença
 Houve uma diminuição de clientes

3. Como você avalia a infraestrutura atual do mercado após a ampliação? *

Marcar apenas uma oval.

- Excelente
 Boa
 Regular
 Ruim
 Péssima

4. A ampliação do mercado impactou sua qualidade de vida? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, positivamente
 Sim, mas de forma negativa
 Não impactou



5. Você possui um boxe próprio dentro do mercado Municipal de Açailândia? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

6. Caso possua um boxe, qual é o principal uso que você faz dele? *

Marcar apenas uma oval.

- Vendas dos meus produtos
 Prestação de serviços
 Guardar meus produtos
 Não possuo boxe
 Outros

7. Na sua visão, qual é o principal impacto da ampliação do mercado em sua atividade como comerciante? (Pergunta aberta) *

Fonte: Autora, 2024.

APENDICE - C: QUESTIONARIO_ENTREVISTA COM GESTÃO DO MERCADO



ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DA REFORMA DO MERCADO MUNICIPAL DE AÇAILÂNDIA: IMPACTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E ADMINISTRATIVOS

Secretaria Municipal de Agricultura e Pesca
Gestão do Mercado Municipal

Entrevista para Administração do Mercado Municipal de Açailândia

1. Como era o funcionamento e a organização do Mercado Municipal antes da ampliação, em termos de infraestrutura, quantidade de boxes e condições gerais para os comerciantes e consumidores?



2. Qual foi o objetivo principal da ampliação do mercado e quais foram os principais fatores que impulsionaram essa decisão?
3. Quantos novos boxes foram acrescentados ao espaço do mercado com a ampliação, e como isso impactou a disponibilidade de espaço para novos comerciantes?
4. Quais mudanças foram implementadas nas práticas de gestão e organização do mercado após a ampliação?
5. Que impactos econômicos a administração observa na comunidade local e nos comerciantes, em termos de vendas, emprego e movimentação de consumidores, desde a conclusão da ampliação?
6. Na visão da administração, quais são os principais impactos econômicos e sociais que a ampliação do mercado trouxe para a comunidade de Açailândia?

Fonte: Autora, 2024.