

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

PERFIL DOS CONSUMIDORES QUE FREQUENTAM A FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE TUPANCIRETÃ– RS¹

Lucimara Rodrigues Padilha², Filipe Soares Da Rosa³, Sandra Souza⁴, Rosângela Oliveira Soares Lanes⁵.

¹ Projeto de Pesquisa Integrada realizada no curso de Tecnologia em Agronegócio do IFFarroupilha Campus Júlio de Castilhos

² Acadêmica do IFFarroupilha – Campus Júlio de Castilhos, curso superior de Tecnologia em Agronegócio, (luci.r.padilha@gmail.com).

³ Acadêmico do IFFarroupilha – Campus Júlio de Castilhos, curso superior de Tecnologia em Agronegócio.

⁴ Acadêmica do IFFarroupilha – Campus Júlio de Castilhos, curso superior de Tecnologia em Agronegócio.

⁵ Professora Orientadora - pro_rosangela@hotmail.com.

RESUMO

As feiras livres são uma importante ferramenta na relação de produtores e consumidores, tendo como vantagem o encurtamento entre os elos da cadeia produtiva desde o início, com a finalização do processo na venda consumada no consumidor final. O objetivo foi realizar um diagnóstico acerca dos consumidores que frequentam as feiras da Agricultura Familiar na cidade de Tupanciretã - RS, fazendo-se um levantamento com relação a aspectos como perfil destes consumidores, forma como conheceram a feira, frequência de participação, o que costumam comprar, além dos motivos para a escolha da feira por essas pessoas na aquisição dos produtos in natura e agroindustrializados. Pesquisa via entrevista, composta por itens qualitativos e quantitativos, indicam ressalvas da escolha da feira como caminho do consumo e produtos agropecuários pela sociedade urbana de Tupanciretã, durante os sábados no mês de junho de 2016. A amostragem conferiu consumidores da zona urbana que usufruem dos produtos da feira, ou seja, foram entrevistados 22 consumidores aleatoriamente encontrados na feira. A análise do perfil sócio demográfico dos consumidores da feira revela que a distribuição entre os gêneros feminino e masculino foi igualitária. Em relação ao estado civil dos consumidores, 45% se declararam casados. No referente à faixa etária, 45% são adultos. Com relação ao grau de instrução, 31,8% dos entrevistados possuíam Superior Completo. A renda mensal das famílias consumidoras da feira variou entre dois a quatro salários mínimos. Na ocupação destes consumidores entrevistados, observa-se destaque para “do lar”, com 22,7%. Quando questionados sobre a feira, 27,27% afirmaram conhecer a feira dos produtores devido ao fato de residirem perto; 50% frequentam a feira semanalmente sendo que 45,5% o fazem para comprar alimentos frescos. Constata-se como justificativas da realização da compra na feira por parte dos consumidores, 45% qualidade do produto, seguido de 33% o preço e 22% os produtos serem orgânicos/agroecológicos. Desta forma, a realização deste estudo procurou identificar o perfil dos frequentadores da feira da Agricultura Familiar do município de Tupanciretã.

Palavras chave: Feira livre, Agricultura Familiar, consumidor.

INTRODUÇÃO

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

As feiras livres são uma importante ferramenta na relação de produtores e consumidores, tendo como vantagem o encurtamento entre os elos da cadeia produtiva desde o início, com a finalização do processo na venda consumada no consumidor final. Constitui-se como varejo em dias determinados, em espaços públicos, com ou sem estrutura física. Ela permite o contato direto entre ambos, fortalecendo o relacionamento. Em geral, as feiras livres conseguem sanar as necessidades e desejos dos consumidores, somando valor à proposta mercadológica.

Segundo Machado e Silva (2005), os consumidores consideram os alimentos comprados na feira mais saudáveis, por utilizarem menos agrotóxicos, além de serem mais frescos. As feiras precisam adequar-se aos padrões exigidos pela legislação, em relação às normas sanitárias, a procedência e a implementação de estratégias relacionadas à comercialização e perspectivas de alimentos com qualidade, sabor e embalagens adequadas. Os produtos oferecem diversificações variadas, procurando sanar a demanda e exigência dos consumidores que satisfeitos acabam divulgando e proporcionando o marketing da feira. No entendimento de Kotler (2012), marketing entende-se como a atividade humana ou processo social, orientado para a satisfação de desejos ou necessidades de indivíduos ou organizações, através dos processos de troca.

O objetivo do presente trabalho foi realizar um diagnóstico acerca dos consumidores que frequentam as feiras da Agricultura Familiar na cidade de Tupanciretã - RS, fazendo-se um levantamento com relação a aspectos como perfil destes consumidores, forma como conheceram a feira, frequência de participação, o que costumam comprar, além dos motivos para a escolha da feira por essas pessoas na aquisição dos produtos in natura e agroindustrializados.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada via entrevista, composta por itens qualitativos e quantitativos, acerca do perfil dos frequentadores da feira da Agricultura Familiar do município de Tupanciretã - RS, durante os sábados do mês de junho de 2016. Para Vergara (2014) os métodos qualitativos e quantitativos são utilizados pareados a projetos de pesquisa. A amostragem englobou consumidores da zona urbana que usufruem dos produtos da feira, ou seja, foram entrevistados 22 consumidores aleatoriamente encontrados na feira. Por conseguinte, na coleta de dados, foi realizada a aplicação de 18 questões semiestruturadas.

A primeira etapa do questionário aplicado compreende questões sócio demográficas dos entrevistados. Na segunda etapa, perguntas específicas sobre o que costumam comprar na feira; o motivo para escolher a feira; preferência por produtos orgânicos. E a terceira etapa, aportando questões sobre quais produtos gostariam de comprar na feira e não encontram; o que deveria melhorar na feira; diferenças existentes entre os produtos da feira e os encontrados nos supermercados. Foi feita uma análise qualitativa dos dados, utilizando-se embasamento teórico prévio, das anotações oriundas de observações coletadas ao longo da pesquisa, e análise quantitativa dos dados coletados dos questionários, auxiliada pelo programa estatístico Microsoft Excel.

RESULTADOS

Atualmente município de Tupanciretã, iniciou o povoamento através de índios charruas e minuanos, posteriormente pelos jesuítas da redução da São João Batista, visto que promulgaram a implantaram várias fazendas pecuárias, ambas São João Mirim destinada à pecuária e Tupanciretã para fruticultura, histórico relatado pela Prefeitura Municipal de Tupanciretã. O município se apresenta

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

com superfície de 2,251.863 Km², localizada entre os paralelos de 28°47', 29°12', de latitude sul e os meridianos 53°34', 54°28' de longitude oeste. Tendo como montante populacional de 22.286 habitantes, sendo que integrantes da Zona Rural total de 4.261 habitantes (Censo IBGE 2010).

Os Assentamentos e famílias assentadas em Tupanciretã iniciando em 1986 com 70 famílias abrangendo a área de 1.755,30 hectares, com seu apogeu em 2016 disponham de 706 famílias contemplando a área de 13.884,98 hectares. Na feira destinada à atividade da agricultura familiar no momento desfruta de quatro Assentamentos atuantes, sendo que dois feirantes não assentados, ou seja, existem seis produtores, no instante em que a Feira da Agricultura Familiar efetiva 14 anos de existência, entretanto quando começou em 2002 apresentava-se com arranjo de 27 produtores.

A Feira da Agricultura Familiar localizada paralelo à avenida, sem numero, com existência de benfeitoria lada a lado aos camelôs. Ocorre na frequência de duas vezes por semana nas Terças-feiras e sábados, porém durante o período da manhã com início as 06:30 horas até ao meio-dia ou durar os estoques. Presumiu-se como média de consumidores durante uma manhã de feira o fluxo de 50 pessoas por dia de feira. A instituição que orienta os feirantes no seguimento agropecuário, até mesmo com boas praticas de fabricação e marketing de produtos de origem vegetal e animal advém da Emater/RS-Ascar Tupanciretã.

No que tange a estrutura física da feira inclui grande espaço com livre organizam, porem destinado a cada feirante espaços padrões, produtos expostos em bancada de frente ao local de transito dos consumidores, sendo assim de fácil visualização aos clientes, não existe uma padronização na disposição dos mesmos, além do que os feirantes não fazem uso de uniformes, e como forma de apresentação dos produtos as embalagens dar-se em saco plásticos e similares, deste jeito as frutas embaladas em sacolas e verduras separadas, em geral simples com ausência de padrão como pode ser observado na Figura 1.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica



Figura 1 - Apresentação físico-estrutural na Feira da Agricultura Familiar.

Figura 1 - Apresentação físico-estrutural na Feira da Agricultura Familiar.

A análise do perfil sócio demográfico dos consumidores da feira revela que a distribuição entre os gêneros feminino e masculino foi igualitária. Em relação ao estado civil dos consumidores, 45 % se declararam casados. No referente à faixa etária, 45 % são adultos. Com relação ao grau de instrução, 31,8 % dos entrevistados possuíam Superior Completo. A renda mensal das famílias consumidoras da feira variou entre dois a quatro salários mínimos. Na ocupação destes consumidores entrevistados, houve destaque para “do lar”, com 22,7 %. Os dados supracitados estão organizados na Tabela 1.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Tabela 1 - Arranjos sócio demográficos dos consumidores da feira da Agricultura Familiar do município de Tupanciretã - RS.

Itens avaliados	Resultados	
<u>Gênero</u>	<u>Masculino</u> 50 %	<u>Feminino</u> 50 %
<u>Estado Civil</u>	<u>Casado</u> 45 %	
<u>Faixa Etária</u>	<u>Adultos</u> 54 %	
<u>Renda mensal da família</u>	2 a 4 <u>salários mínimos</u> 40,9 %	
<u>Grau de Instrução</u>	<u>Superior Completo</u> 31,8 %	
<u>Ocupação</u>	<u>Do lar</u> 22,7 %	

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Tabela 1 - Arranjos sócio demográficos dos consumidores da feira da Agricultura Familiar do município de Tupanciretã - RS.

Quando questionados sobre a feira, 27,27 % afirmaram conhecer a feira dos produtores devido ao fato de residirem perto; 50 % frequentam a feira semanalmente sendo que 45,5 % o fazem para comprar alimentos frescos. Qualidade de vida da família e oportunidade de escolha do produto orgânico compreendeu 22 % da justificativa dos consumidores. Constata-se como justificativas da realização da compra na feira por parte dos consumidores, 45 % qualidade do produto, seguido de 33 % o preço e 22 % os produtos serem orgânicos/agroecológicos, como pode ser visualizado na Figura 2.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

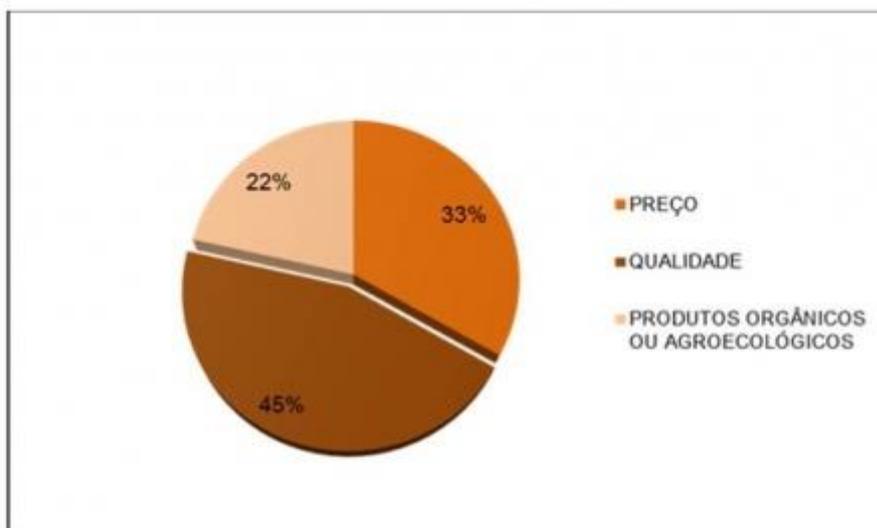


Figura 2 - Motivações dos consumidores para comprarem na feira da Agricultura Familiar.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Figura 2 - Motivações dos consumidores para comprarem na feira da Agricultura Familiar. Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A última etapa de perguntas versou sobre a opinião dos consumidores os quais, quando indagados a respeito dos produtos que gostariam de comprar na feira, afirmaram que encontram todos os produtos. Com relação às diferenças existentes dos produtos da feira para os do supermercado citaram o local onde se encontra a feira, diversidade e assiduidade dos produtos. O turno da manhã foi escolhido como o mais adequado por unanimidade entre consumidores.

Na Figura 3 podemos visualizar quais produtos são mais comprados pelos frequentadores da feira.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

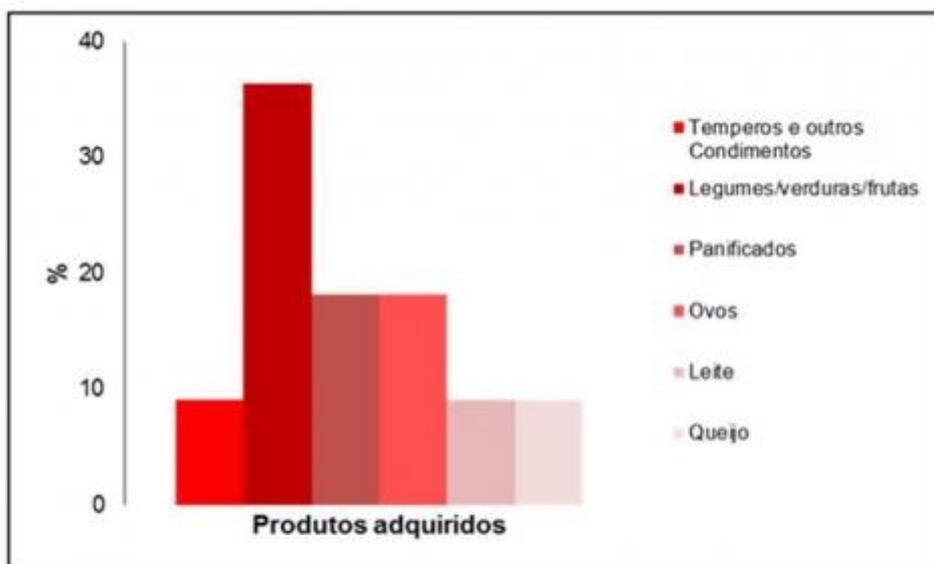


Figura 3 - Principais produtos adquiridos pelos consumidores na feira.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Figura 3 - Principais produtos adquiridos pelos consumidores na feira. Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Consumidores sensatos desejam e buscam novos caminhos de acesso direto a produtos da Agricultura Familiar e da economia solidária, através disso, podem impulsionar os elos da cadeia de produção, de comercialização e de consumo.

CONCLUSÃO

Desta forma, a realização deste estudo procurou identificar o perfil dos frequentadores da feira da Agricultura Familiar do município de Tupanciretã - RS. Através dos dados obtidos, pode-se constatar que, embora satisfeitos com os produtos provenientes da feira, ainda existem melhorias a serem feitas com relação à organização, apresentação do local, o que dificulta a expansão da feira e a união de interesses. No quesito apresentação do local com as condições físico-estruturais disponíveis, de forma geral, os feirantes mostram-se insatisfeitos, a localização da feira, devido à estação férrea se fazer presente na retaguarda, além do mais no aspecto visual deixa a desejar na ausência em tubulações de esgoto, a qual transpassa a Feira da Agricultura Familiar. Uma observação interessante dos consumidores na satisfação com o serviço prestado, por conseguinte a relação de amizade e confiança apontada como diferenciais competitivos frente aos outros canais de comercialização.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

Por fim, quando analisado conjuntamente o questionamento feito aos consumidores do que poderia dificultar a expansão da feira, descobriu-se que quase todos os clientes que participam da feira livre anseiam por mais variedade de produtos e que preferem o turno da manhã para realizar as compras. A justificativa apontada diz respeito à procura por produtos da feira de qualidade e melhor aspecto atrelado à oferta da mercadoria estando “fresca”, ou seja, verdejante no início da manhã.

REREFÊNCIAS

COLLA; Crislaine et al. Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da agricultura familiar de Cascavel, estado do Paraná. *Informações Econômicas*, SP, v.38, n.2, fev. 2008. Disponível em: <ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/tec1-0208.pdf>. Acesso em: 8 de junho de 2016.

MACHADO, M. D.; SILVA, A. L. Canais de distribuição para produtos da agricultura familiar. In: SOUZA FILHO, H. M.; BATALHA, M. O. (Orgs.). *Gestão integrada da agricultura familiar*. São Carlos: Edufscar, 2005.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2014.