

Diagnóstico da feira livre: um estudo de caso em São Domingos do Prata, Brasil

Diagnosis of the free fair: a case study in São Domingos do Prata, Brazil

Diagnóstico de la feria: un estudio de caso en São Domingos do Prata, Brasil

Recebido: 04/03/2020 | Revisado: 07/03/2020 | Aceito: 08/05/2020 | Publicado: 17/05/2020

Gustavo Martins do Carmo Miranda

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7341-5651>

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

E-mail: gustavmcm@gmail.com

Homero Domingues

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9237-7371>

Faculdade Doctum de João Monlevade, Brasil

E-mail: profhomerodomingues@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem como objetivo identificar os problemas e dificuldades enfrentados pelos feirantes e consumidores da feira livre de São Domingos do Prata. Para tanto, buscou-se compreender o perfil e o comportamento dos consumidores de diferentes classes sociais, bem como o perfil, as características e percepções dos feirantes, com relação à feira livre. Foi realizada uma pesquisa descritiva, com amostragem não-probabilística, por acessibilidade, com aplicação de 51 questionários semiestruturados, utilizando-se o *survey*. Foram também realizadas entrevistas semiestruturadas com os 18 feirantes. Os resultados revelaram que os consumidores visitam a feira à procura de produtos naturais de melhor qualidade, preços mais acessíveis e pela valorização dos pequenos produtores. A organização e localização da feira livre, dias de funcionamento e o apoio público destacam-se como disfunções e problemas relatados pelos feirantes.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor; Feira livre; Feirantes; São Domingos do Prata; Produtores.

Abstract

This paper aims to identify the problems and difficulties faced by the fairgrounds and consumers of the free market of São Domingos do Prata. To do so, we sought to understand the profile and behavior of consumers from different social classes, as well as the profile, characteristics and perceptions of marketers, in relation to the fair. A non-probabilistic, descriptive survey was carried out for accessibility, with the application of 51 semi-structured questionnaires, using the survey. Semi-structured interviews were also held with the 18 marketers. The results showed that consumers visit the fair in search of better quality natural products, more affordable prices and the appreciation of small producers. The organization and location of the fair, days of operation and public support stand out as dysfunctions and problems reported by the fair.

Keywords: Consumer behavior; Free Fair; Trade shows; São Domingos do Prata; Producer.

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo identificar los problemas y dificultades que enfrentan los vendedores y consumidores en el mercado libre de São Domingos do Prata. Con este fin, buscamos comprender el perfil y el comportamiento de los consumidores de diferentes clases sociales, así como el perfil, las características y las percepciones de los vendedores, en relación con el mercado abierto. Se realizó una investigación descriptiva, con muestreo no probabilístico, de accesibilidad, con la aplicación de 51 cuestionarios semiestructurados, utilizando la encuesta. También se realizaron entrevistas semiestructuradas con los 18 especialistas en marketing. Los resultados revelaron que los consumidores visitan la feria en busca de productos naturales de mejor calidad, precios más accesibles y la apreciación de los pequeños productores. La organización y la ubicación de la feria abierta, los días de apertura y el apoyo público se destacan como disfunciones y problemas informados por los vendedores.

Palabras-clave: Comportamiento del consumidor; Mercado libre; Vendedores; São Domingos do Prata; Productores.

1. Introdução

A agricultura brasileira corresponde em mais de 70% da produção de alimentos do país, constitui a base econômica em cerca de 90% dos municípios, representa em cerca de 35% do PIB (produto interno bruto) nacional, representa 40% da população economicamente

ativa, gera milhões de empregos diretamente no campo e indiretamente nas cidades, além de benefícios ambientais para o campo e cidade (IBGE, 2006).

Nas últimas décadas, devido ao crescimento da população mundial, com cerca de 7,5 bilhões de pessoas, houve uma preocupação com a quantidade de alimentos a serem produzidos, a fim de abastecer a ascensão mundial de consumidores. Para tanto as grandes indústrias alimentícias perceberam, ao longo do crescimento da população mundial, a oportunidade de investirem em técnicas científicas, como forma de aumentar a produtividade de alimentos, por meio da modificação da genética de sementes (transgênicos), da utilização de pesticidas, adubos químicos, conservantes e tantos outros componentes que ainda não foram comprovadamente atestados como inofensivos à saúde do consumidor.

Com o avanço da industrialização de alimentos, surgiram também os questionamentos, por meio de organizações mundiais ligadas à nutrição, órgãos governamentais de controle e vigilância sanitária, organizações não governamentais e outras entidades com ideologias voltadas para uma alimentação saudável. A partir disso emerge, em todo o mundo, a valorização por uma maior qualidade dos alimentos, que está pautada na produção sem agrotóxico, sem conservantes, sem uso de sementes geneticamente modificadas, sem utilização de adubos químicos e outros pesticidas.

A partir do contexto mundial com a preocupação com a qualidade dos alimentos consumidos, entra em cena o papel e a importância da feira livre, não somente como local de oferta de produtos de qualidade diferenciada e com produção de forma artesanal. E também, como política de desenvolvimento econômico para os agricultores familiares, como complementação de renda.

Diante da importância da feira livre como mercado consumidor dos produtos resultantes da agricultura familiar para a sociedade de um município, bem como a possibilidade de geração de renda extra para os produtores rurais, propõe-se uma investigação, como um vasto campo de análise das práticas de comercialização e cultivo de produtos agrícolas, na cidade de São Domingos do Prata – MG. Para tanto, pretende-se realizar uma pesquisa, como extensão, envolvendo a instituição de ensino Faculdade Doctum de João Monlevade com a participação de professores, alunos e com o apoio da Prefeitura Municipal da cidade de São Domingos do Prata.

Considerando todas as questões elencadas, este artigo tem como objetivo principal levantar informações sobre a percepção dos consumidores sobre a feira livre e a visão dos feirantes sobre as políticas públicas que impactam na comercialização de produtos agrícolas locais.

Dentre os objetivos específicos, pretende-se: conhecer características e hábitos de compra do consumidor da feira livre de São Domingos do Prata; identificar e analisar os pontos fracos e pontos fortes das barracas da feira livre de São Domingos do Prata, bem como as oportunidades e ameaças no macroambiente (economia, demografia, cultura, recursos naturais, tecnologia e político-legal) que podem afetar o negócio “feira livre”; investigar a opinião dos clientes quanto às suas necessidades e desejos referentes aos produtos e serviços disponibilizados na feira, como também as técnicas de comercialização, preços, atendimento e outras características peculiares à feira livre da agricultura familiar; levantar reivindicações e interesses dos feirantes.

Justifica-se nessa pesquisa a importância de investigar os hábitos, necessidades e desejos, bem como se a feira livre atende às expectativas dos consumidores locais, com produtos oriundos da agricultura familiar e como uma importante opção de compra de produtos produzidos, na maioria das vezes, sem utilização de agrotóxicos. Além disso, é relevante conhecer e compreender os anseios dos feirantes com relação à estrutura da feira, políticas públicas e projetos direcionados aos interesses dos produtores rurais participantes da feira.

2. Metodologia

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, a pesquisa divide-se em duas etapas. A primeira tem uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, para aprofundamento do tema por meio do levantamento bibliográfico em livros e artigos especializados no tema.¹ Essa parte também é constituída por entrevista semiestruturadas com os feirantes e por observação de dados secundários em alguns órgãos governais, tais como: IBGE e Ministério do Desenvolvimento Agrário. A segunda etapa tem caráter descritivo² e uma abordagem quantitativa, com o fim de coletar dados sobre o comportamento de compra dos consumidores da feira livre de São Domingos do Prata, MG.

A pesquisa foi desenvolvida no município de São Domingos do Prata – MG, com a ação de extensão universitária da Faculdade Doctum de João Monlevade. Inicialmente foram

¹Segundo Lakatos e Marconi (2004) a pesquisa bibliográfica trata-se do levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado em livros, enciclopédias, revistas, jornais, folhetos, boletins, monografias, teses e dissertações.

²Com referência ao levantamento como meio da pesquisa descritiva, Gil (2002) comenta que, além da multiplicidade de tipos, os levantamentos desenvolvem-se ao longo de várias fases, abrangendo a elaboração do instrumento de coleta de dados, pré-teste do instrumento, seleção da amostra, coleta e verificação dos dados, análise e interpretação dos dados e apresentação dos resultados.

realizados diagnósticos, por meio de uma pesquisa descritiva, com uma amostragem por julgamento (Barbetta, 2011)³, alcançando o total de 51 consumidores e 18 feirantes, com o intuito de analisar o perfil, características, fatores, comportamentos e percepções da feira-livre. Para a geração dos dados obtidos foi utilizado – como programa de suporte – o IBM SPSS Statistics 24.

3. Agricultura Familiar e Feira Livre

3.1 Estudos teóricos precursores da agricultura familiar: a importância da Sociologia Rural

De um modo geral, podemos dizer que a agricultura familiar está relacionada com a sociedade rural. “A sociedade rural é composta de uma totalidade de indivíduos ativamente envolvidos em uma atividade agrícola, com a coleta e o cultivo de plantas e animais [...]” (Galpin; Sorokin & Zimmernan, 1986, p. 200). Somado a este ponto, não podemos deixar de destacar algumas de suas especificidades. Duas delas merecem destaque: a estabilidade e a menor vulnerabilidade – quando comparada a outros empreendimentos ditos familiares (Alencar & Baiardi, 2014).

Em relação aos estudos envolvendo a agricultura familiar, podemos dizer que são longínquos – passando pelos filósofos gregos da Antiguidade Clássica até chegar aos autores do Renascimento. Tais estudos não ficaram estagnados com o advento da modernidade. Intelectuais como David Ricardo e Karl Marx deram prosseguimento às pesquisas voltadas ao campo – enfatizando principalmente aspectos econômicos e sociais (Alencar & Baiardi, 2014).

No âmbito da sociologia estritamente acadêmica, a agricultura familiar começou a ser estudada enquanto “unidade de produção”. Inicialmente, não havia pesquisas sobre esta temática nos quatro cantos do mundo. Começou a ganhar notoriedade nos Estados Unidos e na Europa Ocidental (Alencar & Baiardi, 2014). Daí o advento da chamada Sociologia Rural. “Na sua definição mais ampla, a sociologia rural é o estudo de relações humanas no ambiente rural” (Betrand, 1973, p. 22).

Nos Estados Unidos, os estudos voltados à agricultura familiar tiveram duas fases – ambas relacionadas ao problema da modernização tecnológica. A primeira foi amplamente

³ Neste tipo de amostra, os elementos escolhidos são aqueles julgados como típicos da população que se deseja estudar (Barbetta, 2011).

influenciada pelo Funcionalismo – enfatizando a necessidade de incorporar a unidade de produção do campo ao mercado americano. Já a segunda constituiu-se a partir da metade do século XX – após o contexto do nascimento de inúmeras Agências das Nações Unidas. Caracterizou-se pelo envolvimento com temáticas mais profundas, como a posse de terra e reforma agrária (Alencar & Baiardi, 2014).

Já na Europa Ocidental, os estudos envolvendo a agricultura familiar sofreram fortes influências weberianas – sobretudo, enfocando a discussão entre campesinato e sociedades antigas. Ademais, os sociólogos europeus também estavam interessados em conceber – do ponto de vista político – suporte aos produtos familiares tradicionais desenvolvidos neste continente (Alencar & Baiardi, 2014).

No caso brasileiro, a Sociologia Rural ganhou notoriedade a partir da década de 70 do século passado. Tivemos, por assim dizer, duas importantes gerações precursoras deste ramo sociológico em nosso território. A primeira formada por autores (as) como, Maria Isaura Pereira Queiroz e Vitor Nunes Leal. Já a segunda composta, por exemplo, por José de Souza Martins e Afrânio Garcia (Alencar & Baiardi, 2014).

Até meados da década de 70, podemos dizer que a Sociologia Rural brasileira não tinha uma natureza dita sistêmica, pois seus estudos se limitavam a determinadas lavouras, agrupamentos populacionais no campo e movimentos sociais contestatórios. Ademais, raros trabalhos analisavam realmente a natureza da produção familiar. O quadro começou a se alterar nos finais da década de 70, mediante a criação do Centro de Pós-graduação em Desenvolvimento Agrícola – CPDA. A partir daí, as pesquisas sobre agricultura familiar ganharam ares generalizantes. Atualmente, é possível dizer que os interesses dos estudos em agricultura familiar atingem as quatro regiões nacionais. Os focos de abordagens são diversos, pois englobam a essência da agricultura familiar, seus elementos constitutivos e sua relação com projetos, arranjos e modelos de desenvolvimento rural (Alencar & Baiardi, 2014).

3.2 Um panorama social, econômico e político da agricultura familiar brasileira

No contexto da agricultura brasileira, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006), a agricultura familiar está em 84% dos estabelecimentos agropecuários e responde por aproximadamente 33% do valor total da produção do meio rural.

A Lei 11.326 de 24 de julho de 2006 considera agricultor familiar aquele que pratica atividades no meio rural em área de até quatro módulos fiscais (que variam de acordo com a

região) e utiliza nas atividades econômicas do estabelecimento da mão de obra predominantemente da própria família. Silvicultores, agricultores, extrativistas, pescadores e quilombolas, que se enquadram nesses critérios, também são considerados agricultores familiares.

Nantes e Scarpelli (2007) classificam os empreendimentos rurais em: empreendimento rural tradicional, empreendimento rural em transição e empreendimento rural moderno. O empreendimento rural tradicional é caracterizado pela adoção de equipamentos agrícolas rudimentares, com sua estrutura organizacional familiar e inflexível. O processo de tomada de decisões é empírico e as decisões estão sujeitas a alto grau de incerteza devido à falta de processos de controle e planejamento. Os resultados obtidos dependem da política agrícola, das condições climáticas e interesses dos agentes de comercialização. Há presença de pouca flexibilidade quanto à escolha do tipo de produção e a produtividade é inferior à média, devido à baixa utilização da tecnologia disponível (Nantes & Scarpelli, 2007).

A agricultura familiar brasileira é constituída por um segmento de mercado com características heterogêneas devido à vasta extensão territorial, às condições climáticas e culturais presente em cada região do país. Encontram-se tanto agricultores economicamente integrados – com acesso a novos padrões tecnológicos –, quanto agricultores com baixo nível de integralização (Corrêa; Neder & Silva, 2007). De acordo com o site Brasil.gov (2015), a agricultura familiar tem importante participação na produção de alimentos que compõem o prato diário do brasileiro. Como a mandioca (87%), o feijão (70%), a carne suína (59%), o leite (58%), carne de aves (50%) e o milho (46%). Os principais canais de comercialização dos produtos da agricultura familiar podem ser classificados em quatro: venda direta ao consumidor, integração vertical com o agronegócio processador, vendas para o setor de distribuição e mercados institucionais.

No mercado institucional, para o desenvolvimento da agricultura familiar, o governo federal de FHC criou em 1996 – através do decreto presidencial nº 1.946 de 28/07/96 – o PRONAF⁴ (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), com o objetivo de financiar projetos individuais ou coletivos, que gerem rendas aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária. O programa conta com as mais baixas taxas de juros dos

⁴ Através do PRONAF, o Estado passou a reconhecer uma nova categoria social – os agricultores familiares. Até o início de 1990, não existia de fato nenhum tipo de política especial – com abrangência nacional – direcionada aos trabalhadores rurais (Cazella; Mattei & Schneider, 2004).

financiamentos rurais, além de uma carência de prazo para pagamento das prestações pelo produtor rural (Cazella; Mattei & Schneider, 2004).

Aliado ao PRONAF, no governo Lula – por meio da Lei nº 10.696 de 2 de julho de 2003, foi criado o PAA (Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar)⁵. O PAA possui duas finalidades básicas: promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar. Para o alcance desses dois objetivos, o Programa compra alimentos produzidos pela agricultura familiar, com dispensa de licitação, e os destina às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional e àquelas atendidas pela rede socioassistencial e pelos equipamentos públicos de alimentação e nutrição.

Além disso, o Programa promove o abastecimento alimentar por meio de compras governamentais de alimentos; fortalece circuitos locais e regionais e também redes de comercialização; valoriza a biodiversidade e a produção orgânica e agroecológica de alimentos; incentiva hábitos alimentares saudáveis e estimula o associativismo (PAA, 2012).

Mesmo com o PAA, nem sempre os produtores rurais de todos os municípios brasileiros contam com as compras da produção agrícola familiar, pelos governos, tanto na esfera pública federal, estadual ou municipal. Portanto, a decisão do canal de distribuição para a venda dos produtos pelos produtores rurais, passa a ser uma questão de estratégia de comercialização. Entre as opções de canais de comercialização, as feiras livres se destacam por apresentar uma relação direta com o consumidor, uma possibilidade de ofertar produtos com preços acessíveis e gerar uma melhor rentabilidade dos produtos comercializados.

Apesar dos avanços alcançados em termos de elaboração teórica e também de políticas públicas, encontram-se alguns obstáculos ao desenvolvimento da agricultura familiar. Sendo, o escoamento da produção considerado como um dos principais entraves. Para tanto, a comercialização da produção agrícola é parte essencial para aumento de produtividade, redução de custos ou diferenciação de produtos (Pierre & Valente, 2015).

3.3 A feira livre

A palavra feira deriva do latim *feria*, que significa dia de festa, sendo utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados. É estruturada em um formato tradicional de varejo, que não possui lojas físicas

⁵ Além disso, criou a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT), no intuito de fortalecer a organização social dos agricultores familiares e estimular a participação das instituições de representação (Cazella; Mattei & Schneider, 2004).

e, por essa razão, ocorrem em instalações provisórias montadas nas vias públicas, localizadas em pontos estratégicos da cidade, em dias e horários determinados (Coelho & Pinheiro, 2009).

A feira livre representa uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. O próprio aparecimento das cidades está relacionado estreitamente às feiras, que simboliza o surgimento de uma nova aglomeração humana, a partir de uma atividade comercial (Weber, 1979). Existem registros de que os povos sumérios já faziam uso desse processo de comercialização em 3.000 a.c., realizando trocas e barganhas em um local específicos da cidade, em um dia determinado da semana. Na Idade Média (séculos XII ao XV) ⁶, também os artesãos se reúnem em guildas, espécie de associação de artesãos, com o intuito de produzir e comercializar os seus produtos. Na época moderna, as feiras conseguiram diversificar o oferecimento de produtos. “Especialmente as que conhecemos hoje, dispõem de hortifrutigranjeiros, artesanato, quitandas, desde produtos sofisticados até mínimas coisas para as camadas mais populares” (Castro e Almeida, 2009, p. 23).

Embora haja registros das feiras livres desde o período de colonização do Brasil, elas surgiram em 1910, diante da intervenção do poder público como tentativa de estreitar a relação entre feirantes e fregueses, para minimizar as irregularidades de gêneros alimentícios (Castro e Almeida, 2009). A partir de 1970 elas começaram a adquirir um espaço mais considerável em nosso território. Iniciou-se no país uma mudança fundamental na maneira ainda tradicional de focar a agricultura familiar, isto é, trata-la como ineficiente (Lima, 2005). Como consequência disso, na década de 1990, a agricultura familiar começa a ganhar importância. “A agricultura baseada na grande extensão de terra e no aporte tecnológico ameaça o emprego agrícola, como isso, os estudiosos percebem a importância que a agricultura de base familiar possui para o desenvolvimento nacional” (Verardi, 2005, p.105). A revalorização do meio rural acabou por consolidar as atividades rurais e urbanas – principalmente em cidades interioranas (Verardi, 2005). Daí a entrada em cena das feiras livres em maior magnitude.

Atualmente, as feiras livres estão presentes em todos os estados brasileiros – principalmente nas regiões Sudeste e Nordeste. Elas se destacam pelo importante papel para a comercialização de produtos provenientes do campo, como meio de desenvolvimento

⁶ Atribui-se à Idade Média a chamada oficialização das feiras. Em Roma chegou a ser definido que as regras e funcionamento destas últimas dependiam do Estado da época (Castro e Almeida, 2009).

econômico local, com envolvimento de aspectos culturais e sociais relacionados ao contato entre a sociedade consumidora e produtores rurais familiares.

4. O Município de São Domingos do Prata e a Feira Livre

O município de São Domingos do Prata está localizado no Centro-leste de Minas Gerais, na região do Médio Rio Piracicaba. A extensão territorial é de 791 quilômetros quadrados, o que o torna um dos maiores do Estado. Pela sua dimensão territorial, serve-se com vantagens de importantes mercados vizinhos, como o complexo siderúrgico e metalúrgico da região do “Vale do Aço”, Belo Horizonte, Vitória, entre outros, que concorrem para o seu desenvolvimento. Entre as principais atividades econômicas se destacam a criação de gado e lavouras de subsistência. A cidade situa-se a 577 metros de altitude e fica a aproximadamente 149 quilômetros da capital mineira.

O município é caracterizado pela predominância de pequenas propriedades rurais com áreas inferiores a 50 hectares que são, na maioria, exploradas para subsistência. A composição fundiária é caracterizada pela predominância de pequenas propriedades rurais com áreas inferiores a 50 hectares que são, na maioria, exploradas para subsistência (Silva, 2005).

De acordo com o IBGE (2010), por meio do Censo Demográfico, a população do município de São Domingos do Prata é de, aproximadamente 17.357 habitantes, com concentração na zona rural, que representa 52,91% do total. Essa população se divide em cinco distritos, quarenta e quatro comunidades rurais e uma vila. A população urbana corresponde a 47,09% dos habitantes (Silva, 2005).

Figura1 – Mapa de São Domingos do Prata.



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

No município de São Domingos do Prata, a feira livre – assim como no Brasil – também possui um papel tradicional. Sua origem remonta ao ano de 1972, através da emergência da chamada “Feira do Produtor” (Pereira, 2013). A “Feira do Produtor” foi fundada com o objetivo de incentivar a produção hortifrutigranjeira da região e sua comercialização, bem como auxiliar – economicamente e socialmente – seus associados. “A organização da Feira do Produtor constitui-se em uma forma de ação coletiva dos pequenos produtores do município frente às mudanças tecnológicas da agricultura brasileira e à oferta de empregos industriais na região” (Pereira, 2013, p. 77). Através de cursos intensivos nas áreas hortifrutigranjeiras promovidas e apoiadas pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER) e pela Secretária da Agricultura, a “Feira do Produtor” também recebeu um significativo suporte e incentivo do Estado de Minas Gerais. No ano de 1974, em virtude da atuação da Fundação Interamericana (instando uma fábrica de farinha e outros equipamentos estruturais), a “Feira do Produtor” expandiu sua produção hortifrutigranjeira para outros municípios – Nova Era, João Monlevade e Itabira.

Foi no início deste século que a feira livre se desenvolveu plenamente em São Domingos do Prata, buscando atender os seguintes objetivos: 1) escoar a produção local do agronegócio familiar da região; e 2) complementação de renda, a partir da atividade da pecuária ou até mesmo por multiatividades agrícola. Os produtos da pecuária leiteira geram subprodutos que podem ser matéria-prima para geração de novos produtos como: hortaliças, legumes, queijos, doces, biscoitos e tantos outros. Esses produtos, produzidos em pequena escala e de forma artesanal, fazem parte do portfólio de itens comercializados na feira livre, localizada em região estratégica na praça principal da cidade – “Praça da Matriz” –, local onde se encontra um fluxo contínuo de moradores.

5. Discussão dos Resultados: perfil do consumidor da Feira Livre de São Domingos do Prata

Objetivando ressaltar os pontos de maior relevância e obter um parâmetro confiável para caracterização de um perfil, este estudo considerou apenas resultados iguais ou maiores que 50% para definir o perfil dos consumidores da Feira Livre de São Domingos do Prata.

Desta forma, os resultados da análise do perfil sócio demográfico dos 51 respondentes, mostram que a maioria dos consumidores da feira de São Domingos do Prata pertence ao sexo feminino, tem idade superior a 41 anos, renda familiar entre 1 e 5 salários mínimo e segundo grau completo.

Quadro 1 – Perfil do consumidor da feira livre de São Domingos do Prata.

Gênero	56,9 % feminino
Faixas Etária	76,5% acima de 40 anos
Renda Família	79,5% de 1 a 5 salário mínimo
Grau de Instrução	35,3% segundo grau completo

Fonte: Elaborado pelos autores.

5.1 Comportamento do consumidor da feira livre de São Domingos do Prata

Analisando o comportamento de consumo dos respondentes, observou-se que os consumidores de São Domingos do Prata, de maneira geral, compram mais Verduras; biscoitos e bolos e legumes, gastando de R\$10,00 a R\$30,00 em cada visita. A aparência do produto é o fator mais importante no ato da decisão de compra, seguido da forma natural de plantio, sem agrotóxicos. Quanto ao motivo que leva à escolha da feira em detrimento de outros canais, tem-se: 62,7% pela forma mais natural de plantio, 25,5% pela valorização dos pequenos produtores locais e 23,5% leva em consideração o frescor dos produtos. 39,6% dos consumidores escolhem a barraca, para consumir ou comprar, pelo fato de conhecer o feirante e 14,6% escolhe a barraca pela aparência de produtos mais vistosos. 51% dos compradores da feira livre têm a percepção que a maioria dos produtos é natural e 31,4% acredita que todos os produtos comercializados na feira são naturais.

Quadro 2 – Comportamento do consumidor da feira livre de São Domingos do Prata.

Gasto Médio	60,8 % de R\$ 10 a R\$ 30,00
Produto que costuma comprar	84,3% verduras 49% biscoitos e bolos 33,3% legumes 21,6% queijo 19,6% frutas 11,8% doces
Fatores que influenciam na decisão de Compra	31,4% aparência do produto 33,3% produtos naturais sem agrotóxicos 13,7% produtos novos
Motivos que levam à preferência da feira livre	62,7% Forma mais natural de plantio 25,5% valorização dos pequenos produtores locais 23,5% frescor dos produtos 19,6% Maior qualidade dos produtos 17,6% preço mais acessível
Critério escolhido para escolha da barraca	39,6% feirante conhecido 14,6% produtos mais vistosos 8,3% maior variedade
Percepção dos produtos comercializados	51% a maioria é natural 31,4% todos são naturais 17,6% alguns são naturais e outros não.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando o valor médio gasto pelos consumidores de acordo com a sua renda familiar, observa-se que quanto maior a renda familiar do consumidor da feira livre maior é o valor gasto durante as compras. Assim, apesar da feira livre ser um único dia da semana, o consumo de alimentos das classes mais altas mostra-se bastante superior aos das classes mais baixas, como pode ser observado abaixo:

- 33,33% dos entrevistados com renda entre R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00 gastam de R\$ 30,05 a R\$ 40,00;
- 50% dos entrevistados com renda entre R\$ 4.001,00 a R\$ 5.000,00 gastam de R\$ 10,05 a R\$ 30,00;
- 40% dos entrevistados com renda entre R\$ 6.001,00 a R\$ 7.000,00 gastam acima de R\$ 50,00;
- 50% dos entrevistados com renda acima de R\$ 7.000,00 gastam de R\$ R\$ 50,00.

5.2 Satisfação do consumidor com a Feira Livre de São Domingos do Prata

Com o objetivo de avaliar o nível de satisfação do consumidor da Feira Livre de São Domingos do Prata, foi utilizada uma escala de concordância, por meio da qual o consumidor manifestava sua satisfação ou insatisfação com as condições da feira. O julgamento dos fatores apresentados pelos pesquisadores varia ente muito bom, bom, regular e ruim.

Quadro 3 – Satisfação do consumidor.

Qualidade dos produtos comercializados	62,7 % dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Variedade dos produtos	60,8% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Aparência dos produtos expostos	62,78% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Higiene da feira	62,7% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Preço	58,8% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Atendimento dos feirantes	49 % dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Disposição das barracas	64,7% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Número de barracas	60,8% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Localização da feira	54,9% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Aparência da feira	70 % dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Organização da feira	62,7% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Condições de trânsito e estacionamento	41,2% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos
Divulgação da feira	43,1% dos entrevistados disseram que estão satisfeitos

Fonte: Elaborado pelos autores.

De forma geral a satisfação e insatisfação dos consumidores com a Feira Livre de São Domingos do Prata são reflexos de alguns problemas e/ou necessidades apontados pelos entrevistados.

Ainda quando indagados sobre esses problemas percebidos na feira livre e sugestões para o aprimoramento, os entrevistados relataram: a localização inadequada para a feira, principalmente em períodos de chuva, quando há formação de poças de água; ausências de atratividades culturais na feira livre, como apresentação musicais e teatrais; aumento do número de barracas e maior variedade de produtos vendidos; maior orientação de órgãos governamentais aos produtores rurais; funcionamento da feira também aos sábados; transferência da feira para um local coberto; e falta de divulgação da feira para sociedade local. Os consumidores revelaram, ainda, a falta que sentem de alguns produtos, que gostariam de consumir, mas, não encontram na feira. Dentre eles, destacam-se as frutas (da estação), frango caipira e verduras (em maior variedade).

Quando solicitado aos respondentes que comparem (como melhor, igual ou pior) a feira livre de São Domingos do Prata com os supermercados e feiras tradicionais locais, em relação aos aspectos “sabor”, “preço”, “qualidade”, “forma de plantio”, “frescor” e “variedade”, a satisfação e preferência destas pessoas novamente se mostrou evidente, haja vista o julgamento positivo dado pela a maioria das pessoas, em todos os quesitos acima mencionados.

Quadro 4 – Comparação feita pelos consumidores entre a feira e os supermercados e verdurões.

Sabor	82,4% responderam que a feira seja melhor
Preço	60,8% responderam que a feira seja melhor
Qualidade	92,2% responderam que a feira seja melhor
Forma de Plantio	66,7% responderam que a feira seja melhor
Frescor	94,1% responderam que a feira seja melhor
Variedade	47,1% responderam que a feira seja melhor

Fonte: Elaborado pelos autores.

Percebe-se que somente 47,1 dos entrevistados julgam que a variedade dos produtos comercializados na feira livre é melhor, comparado aos sacolões locais. Porém, muitos consumidores relataram na pesquisa que um dos problemas da feira livre é a pouca variedade de produtos.

5.3 Entrevista com os Feirantes da Feira Livre de São Domingos do Prata

Foi realizada uma entrevista semiestruturada com 18 feirantes, em um universo de 20 bancas, com o intuito de identificar o perfil, características, setor de atividade e percepção da organização da feira.

Quanto ao tempo de atuação na feira livre, mais da metade dos feirantes, ou seja, 55,6 % possuem até um ano de atuação na feira livre. Somente 39,10% dos feirantes entrevistados relataram ter acima de 9 anos de atuação na feira livre. O que comprova uma alta rotatividade de feirantes no período de quase três décadas de atividade.

A quanto tempo atua em feira livre?

	Frequência	Porcentagem
1 ano	2	11,1
1 mês	1	5,6
16 anos	1	5,6
2 anos	1	5,6
20 anos	3	16,7
22 anos	1	5,6
26 anos	1	5,6
3 anos	2	11,1
4 meses	2	11,1
5 meses	2	11,1
6 meses	1	5,6
9 anos	1	5,6
Total	18	100,0

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com relação ao item questionado, ocupação da família no negócio, 37,5% dos feirantes relatou que três membros da família trabalham no negócio, desde o plantio até a venda do produto na feira livre. Da maior parte dos produtos comercializados na feira, 77,8% são produzidos por conta própria. Com relação ao faturamento das famílias dos feirantes, 55,5% obtêm o valor entre R\$ 80,00 a R\$ 150,00 pelo único dia de feira da semana. Este baixo valor pode estar atrelado à grande rotatividade de feirantes participantes.

Foram questionados os principais problemas e dificuldades enfrentados pelos feirantes

e a maior parte das respostas vai ao encontro das reclamações e sugestões dos consumidores, sendo: estrutura local inadequada para a feira, principalmente em dias de chuva, respondendo por 33,4 % dos feirantes e 17,6% relatam a baixa demanda pelos produtos, refletindo no baixo faturamento.

Os feirantes também foram questionados sobre a participação dos órgãos públicos, tais como prefeitura, EMATER e SENAR, no apoio à feira livre. Na percepção dos feirantes (72%) o apoio da Prefeitura da cidade se resume à montagem das barracas. Já o apoio da EMATER foi relatado por meio de: doação das barracas; fornecimento de sementes, mudas, caixas e jalecos. 11,2% dos feirantes relataram ter tido algum apoio do SENAR com cursos sobre plantio e manejo.

Como sugestões de apoio dos órgãos públicos, as solicitações mais relatadas foram: ajuda para criar um selo/etiqueta para os produtos da feira; aumento dos dias de feira, principalmente aos sábados, com a inclusão de eventos culturais, a fim de atrair o público consumidor; auxílio para compra de insumos e aração da terra; divulgação da feira entre os moradores; colocação de sanitários públicos e um funcionário da prefeitura, responsável pela limpeza do local, antes e durante a feira.

6. Considerações Finais

As feiras livres são uma representação cultural das cidades, que amparam pessoas de diferentes classes sociais, faixas etárias, orientações, gostos e origens. Portanto, transcende os limites de um simples espaço de comercialização para se configurar como espaço de integração social e troca de conhecimentos. Tendo a agricultura familiar como uma de suas bases, a Feira Livre de São Domingos do Prata parece que trouxe para o urbano o sistema de interação social rural que vai além da “roupagem social” (Galpin; Sorokin & Zimmernan), dos indivíduos. “O espaço rural e urbano vêm se transformando ao longo do processo histórico [...] Não é possível falar de rural ou de urbano independentes do espaço social onde são experienciadas” (Alencar & Moreira, 2005, p. 301). Tal conexão proporciona à Feira Livre de São Domingos do Prata vivenciar o que Alencar e Moreira (2005) chamam de uma certa revalorização rural e urbana em cidades tipicamente interioranas do Brasil.⁷

⁷Há duas correntes distintas na tradição da Sociologia Rural que trata a relação entre rural e o urbano. Uma delas – e a mais convencional – sustenta certa oposição entre o rural e o urbano. Já a outra advoga que estas últimas possuem certo *continuum*, ou seja, as características de uma se confundem com as de outra (Betrand, 1973).

As razões que levam o consumidor a frequentar a feira livre de São Domingos do Prata, como pôde ser observado ao longo desse estudo, vão desde a busca por produtos naturais e de maior qualidade, até a forma mais natural de plantio e valorização dos pequenos produtores locais e preço mais acessível. Já no ato da compra, esses consumidores escolhem seus produtos por meio da comparação e análise de atributos como: aparência do produto; produtos naturais sem agrotóxicos e produtos novos. “Portanto, embora as feiras estejam perpassadas por [...] mudança de representatividade, ainda se evidencia como lugar de encontros, das tradições das compras, vendas [...] que permanecem nas vidas das pessoas” (Castro e Almeida, 2009, p. 31).

A realização deste estudo revelou também competências e deficiências da feira livre da cidade, por meio da análise das declarações de satisfação ou insatisfação dos consumidores, bem como das perguntas abertas destinadas aos feirantes. Desta forma, aspectos como qualidade, aparência, frescor e preço dos produtos comercializados, além da forma de atendimento dos feirantes, agradam os consumidores de São Domingos do Prata – de forma geral. “Alimentar-se envolve múltiplas dimensões da vida cotidiana [...] É, portanto um gesto muito mais complexo do que poderíamos imaginar caso partíssemos da [...] satisfação das condições de subsistência dos corpos biológicos humanos” (Vedana, 2008, p. 16). Por outro lado, a organização, a localização da feira, os dias de funcionamento e o apoio da prefeitura local, foram apontados – principalmente pelos feirantes – como disfunções ou problemas a serem trabalhados. Conforme destaca Castro e Almeida (2009), com a modernização das tradicionais feiras, os feirantes se preocupam cada vez mais com a organização do ambiente, a saúde pública, a higiene e a limpeza de seus espaços de trabalho.

Referências

Alencar, C. M. M; & Baiardi, A. (2014). Agricultura familiar, seu interesse acadêmico, sua lógica constitutiva e sua resiliência no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 52 (1), 47-61.

Alencar, C. M. M; & Moreira, R. J. (2005). Campo e cidade metropolitanos: uma noção inteira para pensar o desenvolvimento urbano contemporâneo. In: Moreira, R. J. (Org.). *Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: DP&A.

Azevedo, P. F. (2007). Comercialização de produtos agroindustriais. In: Batalha, M. O. (Org.). *Gestão agroindustrial*. 3. ed, São Paulo: Atlas.

Barbetta, P.A. (2011). *Estatística aplicada às ciências sociais*. Florianópolis: UFSC.

Bertrand, A. L. (1973). *Sociologia rural: uma análise da vida rural contemporânea*. São Paulo: Atlas.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário do. (2012). *Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar. Renda para quem produz e comida na mesa de quem precisa*. Acesso em 9 de fevereiro de 2019, em: <http://www.mda.gov.br>.

BRASIL, Portal Brasil. (2015). *Economia e Emprego*. Acesso em 24 de janeiro de 2019, em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/07/agricultura-familiar-produz-70-dos-alimentos-consumidos-por-brasileiro>.

Castro e Almeida, S. P. N. (2009). *Fazendo a feira: Estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feiras e fregueses de Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros- MG*. Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros, MG, Brasil. Disponível em: <http://www2.fe.usp.br/~etnomat/teses/fazendo-a-feira.pdf>.

Cazella, A. A.; Mattei, L; & Scheider, S. (2009). Políticas públicas e participação social no Brasil rural. In: Marques, P. E. M.; Schneider, S; & SILVA, M. K. (Orgs.). *Políticas públicas e participação social no Brasil rural*. Porto Alegre: UFRGS.

Corrêa, V. P.; Neder, H.D; & Silva, F.F. (2007). Índice de desenvolvimento rural e políticas públicas: análise das liberações do PRONAF nas regiões Nordeste e Sul do Brasil. In: Ortega, A.C. *Território, políticas públicas e estratégias de desenvolvimento*. Campinas: Alínea

Galpin, C. J.; Sorokin, P; & Zimmerman, C.C. (1986). Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano. In: Martins, J.S. (Org.). *Introdução crítica a sociologia rural*. 2a ed. São Paulo: HUCITEC.

Gil, A.C. (2002). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. Belo Horizonte: Atlas.

IBGE. (2010). *Características Gerais da População. Resultados da Amostra. IBGE, 2010*. Acesso em 5 de fevereiro de 2019, em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default_populacao.shtm.

IBGE. (2006). *Censo Agropecuário 2006: Brasil, grandes regiões e unidades da federação*. Acesso em 26 de março de 2019, em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro_2006.pdf.

Lakatos, E. M.; & Marconi, M. A. (2004). *Metodologia científica*. 4ª edição. São Paulo: Atlas.

Nantes, J. F.D.; & Scarpelli, M. (2007). Elementos de gestão na produção rural. In: Batalha, Mário O. (Org.). *Gestão Agroindustrial*. 3.ed. v.1. São Paulo: Atlas.

Pereira, R. A. (2013). *Biografia e memória coletiva de um gestor social: padre Antônio Sebastião Ferreira Barros*. Curitiba: Editora CRV.

Pierri, M.C.Q.M; & Valente, A.L. E. F. (2015). *A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar*. Brasília: UNB.

Silva, E. A, M.S. (2005). *Carisma, poder e política local: estudo de caso em São Domingos do Prata – MG*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Viçosa, MG, Brasil. Disponível em: <https://www.locus.ufv.br/handle/123456789/9968>.

Vedana, V. (2008). *No mercado tem tudo que a boca come: estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13383>.

Verardi, M.A. F.º (2005). Agricultura familiar, produção orgânica e “novos rurais”, um estudo de caso no Sul do Brasil. In: MOREIRA, Roberto Jose (Org.). *Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: DP&A.

Weber, M. (1979). Conceitos e categorias da Cidade. In: *O Fenômeno Urbano*. Velho, O. (Org.). Rio de Janeiro: Zahar.

Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito

Gustavo Martins do Carmo Miranda – 50,0%

Homero Domingues – 50,0%