

## PERFIL SOCIO ECONÔMICO DOS CLIENTES DE FEIRA LIVRE EM PALMAS-TO: CASO DA FEIRA 304 SUL

Vânia Rodrigues Dos Santos<sup>1</sup>; Elyvan Santos Silva<sup>2</sup>; Marcelo Pereira Mota<sup>2</sup>; Luzêni Neres de Oliveira Penna<sup>1</sup>; Patrícia Nogueira Santos<sup>2</sup>; Vanessa David Jesus<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Graduanda do curso superior tecnológico em agronegócio -IFTO Campus Palmas e-mail: [ainav\\_17@hotmail.com](mailto:ainav_17@hotmail.com)

<sup>2</sup> Acadêmico do curso superior tecnológico em agronegócio –IFTO -Campus Palmas;

<sup>2</sup> Acadêmico do curso superior tecnológico em agronegócio –IFTO -Campus Palmas,

<sup>1</sup> Graduanda do curso superior tecnológico em agronegócio -IFTO Campus Palmas,

<sup>2</sup> Acadêmico do curso superior tecnológico em agronegócio –IFTO -Campus Palmas

<sup>3</sup> Doutorado em Agronomia –IFTO -Campus Palmas.

### RESUMO

As feiras livres são pontos de comércio que se destacam pela variedade de produtos e a possibilidade de comprar frutas e verduras frescas direto do produtor. Muito além das compras, os palmenses frequentam as feiras livres como a um evento social. A feira tem produtos de todos os lugares do país e é ponto de encontro de amigos (BORGES, 2013). O público alvo da feira livre é bem diversificado e há necessidade de conhecer o perfil e os interesses do cliente deste tipo de mercado, além de seus interesses do ponto de vista das exigências de atendimento. O presente trabalho tem como objetivo destacar o perfil sócio econômico dos clientes da Feira 304 Sul em

Palmas – TO, além de destacar os produtos mais comercializados. De acordo com a pesquisa e com base nos resultados apresentados e discutidos anteriormente, dentre os produtos comercializados, frutas e verduras se destacam. Do ponto de vista das exigências dos clientes, a qualidade foi item relatado tanto do ponto de vista do aspecto visual do produto quanto da atenção dispensada no atendimento, higiene também recebeu merecido destaque do ponto de vista das exigências dos clientes. Sabor, valor nutricional e preço não foram apontados como primordiais, porém não são menos importantes do ponto de vista do consumidor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sócio Econômico Análises, padrões de qualidade, vegetais frescos.

The fairs are trading points that stand out for the variety of products and the ability to buy fruit and veg direct from the producer. Far beyond the shopping, palmenses attending fairs as a social event. The fair has products from all over the country and is a meeting point for friends (Borges, 2013). The target audience of the free fair is well diversified and no need to know the profile and interests of the client in this type of market, and their interests in terms of service requirements. This paper aims to highlight the socio-economic profile of the clients of 304 South Fair in Palmas - TO,

besides highlighting the more products sold. According to the survey, and based on the results presented and discussed above, among the marketed products, fruit and vegetable stand. From the point of view of customer requirements, quality item has been reported both in terms of the visual appearance of the product as the attention paid in the care, hygiene also received deserved prominence in terms of customer requirements. Flavor, nutritional value and price were not mentioned as primordial, but are no less important from the point of view of the consumer.

**KEY-WORDS:** Socio Economic Analysis, Quality standards, fresh Vegetable.

# **PERFIL SOCIO ECONÔMICO DOS CLIENTES DE FEIRA LIVRE EM PALMAS-TO: CASO DA FEIRA 304 SUL**

## **1- INTRODUÇÃO**

As feiras livres é um canal de comercialização de grande relevância para o desenvolvimento socioeconômico de uma localidade, pois oferece vários produtos em um só lugar, com preços mais acessíveis (Silva *et al*, 2010). Outro fator relevante que podemos considerar é o fato das feiras livres servirem como ponto de distribuição e comercialização de vários produtos da agricultura familiar. Segundo Dolzani e Jesus (2014), a feira se configura, também, como um local de encontros e de lazer, o que a torna um fato social com características peculiares. A feira livre não é apenas só um local para se realizar compras e vendas, mas também um local onde as pessoas encontram os amigos fazerem articulações políticas, trocam informações, entre outros aspectos.

Outro fator importante é a procura por produtos frescos e de qualidade. Entre os mais procurados estão às frutas e hortaliças. Entretanto, são produtos que exigem um cuidado especial, principalmente relacionado ao armazenamento, manuseio e refrigeração, caso contrário pode ocasionar em danos ao produto, que conseqüentemente influencia na escolha de compra do cliente. Segundo Farias *et al*, (2011) Muitos dos produtos hortifrutis são comercializados em bancadas de madeira ou expostos em lonas sobre o chão, gerando risco de contaminação e condições inadequadas para consumo. A qualidade no atendimento, assim como o preço e o ambiente podem influenciar também.

No município de Palmas – TO, capital do Tocantins, contamos com a Feira 304 Sul (Espaço Popular Mario Bezerra Cavalcante), localizada no centro da capital. Na Feira os consumidores encontram variados tipos de produtos, desde bancas que servem comidas típicas até as que comercializam frutas e hortaliças. O evento acontece todas as terças e sextas a partir das 17h até às 23h. Nesse ambiente podemos analisar vários públicos com exigências e objetivos diferentes de compra. Visto isso, foi relevante a necessidade de efetuar uma pesquisa, com o objetivo de identificar o perfil do público que frequenta este local, e assim conceituar o perfil e diagnosticar as qualidades e defeitos presentes na Feira 304 Sul.

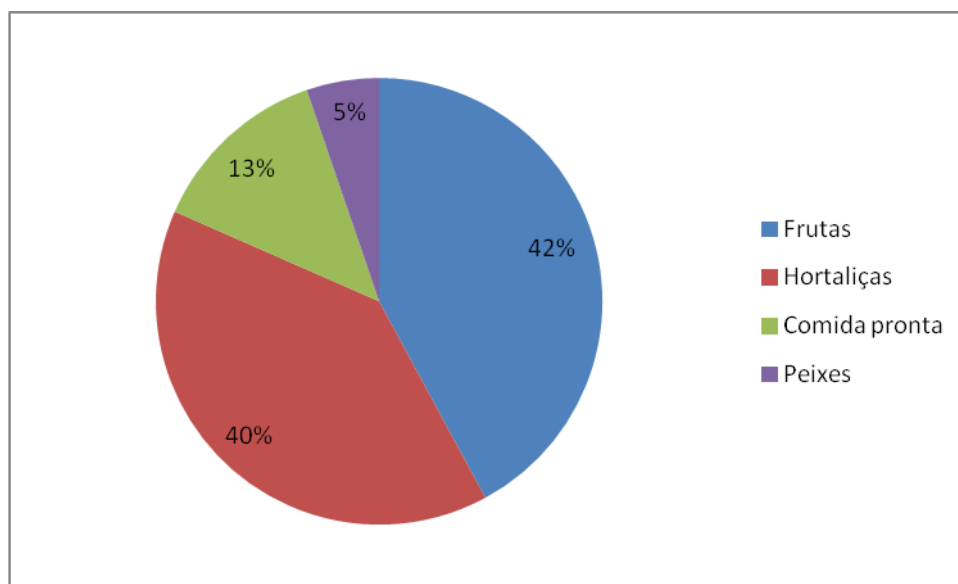
## **2- MATERIAIS E MÉTODOS**

A área em estudo compreendeu a Feira 304 Sul - Espaço Popular Mario Bezerra Cavalcante, localizada na região central do município de Palmas TO. O primeiro pavimento é utilizado para vendas, de forma geral, e o segundo é destinado à praça de alimentação. A área construída na Feira era de 1.506,18 m<sup>2</sup> e com a ampliação passou a ser 4.076,63 m<sup>2</sup> (SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO RURAL, 2009). A pesquisa foi realizada no período 06 de junho à 04 julho de 2014, com aplicação de questionários de forma direta aos consumidores, e perguntas fechadas, conforme o método de (Cunha et al, 2005). O objetivo foi obter um levantamento geral sobre o perfil sócio econômico do público que frequenta a Feira 304 Sul, localizada no município de Palmas – TO. O objetivo foi diagnosticar o perfil do consumidor que frequenta a Feira 304 Sul, efetuando um levantamento dos pontos fortes e fracos pelo ponto de vista dos clientes.

## **3- RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Na pesquisa foram abordados os fatores socioeconômicos, tais como: idade, profissão, renda familiar e entre outros fatores. Relacionado à idade a média do público que mais frequenta a Feira 304 Sul, está na faixa etária entre 25-45 anos representando assim na pesquisa 50%. Este número não é por acaso, no decorrer da entrevista foi observado que, é um público que visa agilidade devido à Feira ser aberta no período noturno onde proporciona mais facilidade aos trabalhadores durante o dia, sendo que após o expediente podem comprar produtos frescos e de qualidade na volta para casa. O perfil profissional dos entrevistados é composto por servidores públicos 23%, seguida por professores 20%, vendedores 13% entre outros 44%. A renda familiar do público entrevistado, segundo constatado nos questionários corresponde a uma renda acima de 03 (três) salários mínimos, ou seja, 46% dos entrevistados. Como foram observados os profissionais que mais frequentam a feira são os servidores públicos, por ser um público majoritário na economia do município.

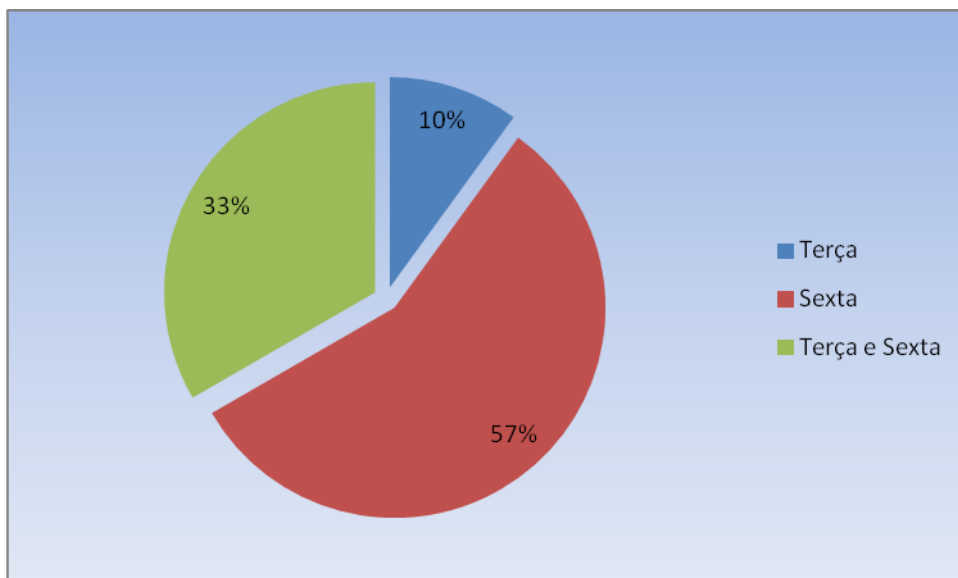
Um dos questionamentos da entrevista foi sobre quais produtos os clientes mais buscam nas Feiras, conforme a Figura 01. Segundo a pesquisa, os produtos mais comercializados são Frutas e Hortaliças, ambos totalizando mais de 50% da preferência dos entrevistados. Esse fator torna-se relevante se compararmos a pesquisa realizada no estado de Goiás. Conforme Tofanelli et al. (2007), ao avaliar o mercado de hortaliças frescas no município de Mineiros - GO, a partir da realização de levantamento do mercado olerícolas “in natura”, observaram que as hortaliças relacionadas pela pesquisa, tais como tomate, melancia, cebola e batata inglesa foram as comercializadas semanalmente em maior volume; supermercados e as quitandas são os principais responsáveis pelo comércio de olerícolas. O mercado de hortaliças é fortemente influenciado pela preferência dos consumidores, que também tem redirecionado a produção (SAASP, 1997).



**Figura 1** - gráfico Produtos que mais comprar na Feira 304 Sul 2014.

**Fonte:** elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa perfil socio económico dos clientes de Feira Livre em de Palmas – TO: Feira 304 Sul.

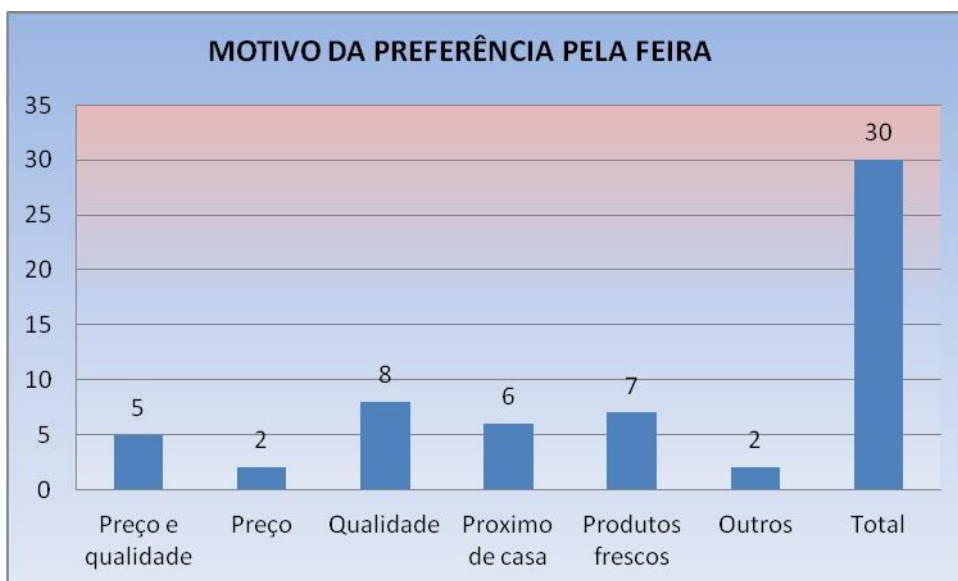
A feira geralmente ocorre em dois dias da semana (terça) e (sexta). Entretanto, foi possível concluir que o fluxo de pessoas é maior nas sextas feira 56%. Um dos motivos que podemos considerar, para que o número de pessoas seja maior na sexta, se dá pela busca de frutas e hortaliças frescas para o consumo no final de semana. Figura 02.



**Figura 2** - gráfico Frequência que vai a Feira 304 Sul 2014.

**Fonte:** elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa perfil socio económico dos clientes de Feira Livre em de Palmas – TO: Feira 304 Sul.

O motivo pela preferência da Feira está relacionado à qualidade e de produtos frescos de fácil acesso, totalizando aproximadamente 49%, seguido pela localidade, por ser um local próximo à residência dos clientes e também pela qualidade e preço dos produtos 39%, entre outros 12%. Figura 03. Segundo Neta S.L.M. (2013) com relação ao critério utilizado no momento da compra, os entrevistados citaram que levam em conta o fato das hortaliças serem alimentos saudáveis, preço satisfatório, aparência do produto e outros motivos, com distribuição média entre os entrevistados que adquirem hortaliças em casa ou na feira.



**Figura 3** - gráfico Motivo da Preferência pela Feira 304 Sul 2014.

**Fonte:** elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa perfil socio económico dos clientes de Feira Livre em de Palmas – TO: Feira 304 Sul.

É importante destacar, também, a satisfação do cliente no ato da compra, visto disso, foi analisado o grau de satisfação do público entrevistado conforme a metodologia aplicada. A média de satisfação foi analisada de 1 – 5, considerada de (muito insatisfeito) à (muito satisfeito). Entretanto, 80% dos consumidores consideraram o nível 3 de (satisfeito) conforme o Figura 04.



**Figura 4** - gráfico Qual o grau de satisfação na compra de Frutas e Hortaliças na Feira 304 Sul 2014.  
**Fonte:** elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa perfil socio económico dos clientes de Feira Livre em de Palmas – TO: Feira 304 Sul.

A higienização e o aspecto visual dos alimentos é um dos fatores que influenciam diretamente na escolha do produto, na hora da compra. Na Feira 304 Sul não é diferente, dos 30 entrevistados, 43% relataram a importância da higiene dos alimentos e 30% destacaram o aspecto visual do alimento como fator importante, e por fim 16% destacaram o valor nutricional e o sabor. Figura 05.

Segundo Douglas, (2003) *apud* Minnaert & Freitas, (2010) considerando que as regras de higiene evoluem à medida que se incorporam novos conhecimentos técnico-científicos, é grande a necessidade de melhoria na qualidade dos produtos e serviços através da capacitação dos manipuladores de alimentos de forma a adquirir hábitos higiênico-sanitários adequados e aplicá-los no dia a dia.



**Figura 5** - gráfico Na hora da escolha do alimento o que você visa? Feira 304 Sul 2014.

**Fonte:** elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa perfil socio económico dos clientes de Feira Livre em de Palmas – TO: Feira 304 Sul.

#### 4- CONCLUSÃO

Após a conclusão da pesquisa, foi possível verificar que a Feira 304 Sul tem importante papel no desenvolvimento das famílias e da sociedade como um todo, uma vez que assegura renda e trabalho, além de ser praticada dentro de princípios muito próximos aos da agricultura sustentável, trazendo assim relevantes benefícios ambientais, econômicos, sociais, culturais a serem considerados pela sociedade e pelos governos locais.

O trabalho foi realizado no intuito de destacar o perfil sócio econômico dos clientes, assim como os produtos mais comercializados. Visto disso, os produtos mais comercializados na feira de Palmas – TO foram as Frutas e Hortaliças. A atividade é realizada em dois dias da semana, mais especificamente nas terças e sextas. Entretanto, o movimento é mais intenso nas sextas com 56%. Dos 30 entrevistados 7 relataram a qualidade como fator preponderante na escolha do produto, entretanto, o preço e o produto fresco, em boa qualidade foi incluído também. Relacionado à satisfação do cliente, usamos o método de 1 – 5, considerando desde muito insatisfeito (1), até muito satisfeito (5). A maioria dos entrevistados 80%, afirmaram o nível (3) de satisfação. Atingindo assim um ponto satisfatório, se comparado ao método de avaliação utilizado.

A higiene e o aspecto visual são extremamente importantes e pode influenciar diretamente na escolha do produto. Na pesquisa dos 30 entrevistados, 22 pessoas citaram essa importância. Outros aspectos foram abordados também, porém com menos importância dos entrevistados, tais como: valor nutricional, preço, embalagem, sabor, entre outros. Visto disso, podemos destacar a importância da Feira 304 Sul, tanto para os produtores que podem comercializar os seus produtos diretamente para o consumidor, como para o público que frequenta a Feira, formando assim um intercâmbio de informações e de produtos.

## REFERÊNCIAS

BORGES, Débora. Vim, Vi e Venci. 04.04.2013. Disponível em: <http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/27/vim-vi-e-venci>. Acesso em: 20 de julho de 2014

COSTA. C.C; SILVA. O.S. D; Identificação dos consumidores de hortaliças da feira livre de Pombal – PB: Aspectos Socioeconômicos e Culturais. Revista **Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**. *Apud* Tofanelli *et al.* (2007). Disponível em: file:///C:/Users/vania/Downloads/602-1136-1-PB%20(2).pdf Acesso em: 20 de julho de 2014.

CUNHA, G.A.P.; REINHARDT, D.H.; MATOS, A.P.; SOUZA, L.F.S.; SANCHES, N.F.; CABRAL, J.R.S.; ALMEIDA, O.A.; **Recomendações Técnicas para o Cultivo do Abacaxizeiro**. Circular técnica n. 73. Cruz das Almas: EMBRAPA. 11 p. 2005.

DOLZANI, M. & JESUS, G.M. O direito a cidade: cem anos de feira livre na cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.uerj.br>>. Acesso em: 19 de julho de 2014.

FARIAS, K.C; MARTINS, F.F.F; MARTINS, F.F; MOREIRA, I.C.M; JALES, K. A; ALENCAR, T. C. S.B. D; SILV, M.M.G. **Avaliação das condições higiênico-sanitárias de alimentos comercializados no mercado municipal e na feira livre do município de Hidrolândia-Ce**. <<http://connepi.ifal.edu.br/ocs/index.php/connepi/CONNEPI2010/paper/view/1238>>. Acesso em 19 jul. 2014.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. Feiras livres: valorização de um sistema local de comercialização. Rio de Janeiro: Embrapa, 2003. Disponível em: file:///C:/Users/vania/Downloads/Carvalho\_Rezende\_Rezende\_2010\_Habitos-de-compra-dos-clientes\_3711%20(2).pdf Acesso em: 20 de julho 2014

MINNAERT, A. C. S. T.; FREITAS, M. C. S. 2010. Práticas de higiene em uma feira livre da cidade de Salvador (BA). *Ciência & Saúde Coletiva*, 15(Supl. 1). p. 1607-1614.

NETA. S.M; SILVA.R; SOUZA.A.T.A; PAMPLONA.P.J; OLIVEIRA.A.F; OLIVEIRA.T.K.M; Perfil dos consumidores de hortaliças do município de Apoli-RN. **Agropecuária Científica no Seminário (2013)**. Disponível em: <http://150.165.111.246/ojs-patos/index.php/ACSA/article/viewFile/229/pdf>. Acesso em: 20 de julho de 2014.

SAASP. Repensando a agricultura paulista, São Paulo, 1997, p.43. **REVISTA VERDE DE AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL GRUPO VERDE DE AGRICULTURA ALTERNATIVA (GVAA) ISSN 1981-8203**. *Apud*, COSTA.C.C; SILVA.O.S.D; IDENTIFICAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE HORTALIÇAS DA FEIRA LIVRE DE POMBAL – PB: ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS E CULTURAIS. **Revista Verde** (Mossoró – RN – Brasil) v.6, n.1, p. 56 - 60 janeiro/março de 2011.

SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO RURAL. **Feirantes da 304 Sul ganham estacionamento gratuito**. Palmas – TO (2009). Disponível em:

<http://www.palmas.to.gov.br/secretaria/agricultura/noticia/3416/feirantes-da-304-sul-ganham-estacionamento-exclusivo/> Visualizado em: 19 de julho de 2014.

SILVA.J.M; GOMES.N.R; ALMEIDA.C.E; MELO.N.E; Perfil, Hábitos e Anseios dos Consumidores em Feiras Livre nos Municípios de Bananeiras e Solânea – PB; (2010); Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAABSnEAK/perfil-consumidores-feira-livre-nosmunicipios-bananeiras-solanea-paraiba> Visualizado: 19 de julho de 2014.