



AVALIAÇÃO DO PERFIL DO CONSUMIDOR EM FEIRA LIVRE DE FRANCISCO BELTRÃO-PR

EVALUATION OF THE CONSUMER'S PROFILE IN A STREET MARKET IN FRANCISCO BELTRÃO-PR

Andressa Sassi

andressasassi@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Francisco Beltrão, Paraná, Brasil

João Francisco Marchi

joaomarchi@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Francisco Beltrão, Paraná, Brasil

Maria Alice Novelli Liberatto Ciuffa

aliceciuffa@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Francisco Beltrão, Paraná, Brasil

RESUMO

As feiras livres têm uma grande relevância econômica e social, contribuindo para comercialização dos produtos *in natura* e processados, oriundos da agricultura familiar. Conhecer o perfil dos consumidores é de suma importância para que haja melhorias nas instalações, atendimento e formas de venda. A feira livre de Francisco Beltrão conta com 25 feirantes, a grande maioria agricultores familiares. O objetivo deste trabalho foi traçar o perfil dos consumidores que frequentam a feira. Foi elaborado um questionário na plataforma *Google Forms*, com questões referentes a percepção dos consumidores quanto à qualidade dos produtos ofertados, frequência de compra, higiene dos produtos e do local da feira. Foram aplicados 87 questionários entre os meses de abril e maio de 2021, de forma presencial e remota. A qualidade e a diversidade de produtos foram os principais motivos de compras na feira, sendo que a higiene dos produtos e do local apontados como satisfatórios. Os principais produtos consumidos são frutas e hortaliças (83,9%). 51,7% das pessoas realizaram o consumo local de produtos como pastéis, lanches, visto que a feira é um ponto de encontro e lazer. Foi possível verificar neste trabalho, que os consumidores estão satisfeitos com as condições de atendimento, diversidade e qualidade dos produtos.

PALAVRAS-CHAVE: Feira livre. Qualidade. Consumidores.

ABSTRACT

The open fairs have a great economic and social relevance, contributing to the commercialization of fresh and processed products from family farming. Knowing the profile of consumers is fundamental to improve the facilities, costumers service and sales methods. Francisco Beltrão's free fair has 25 marketers, the vast majority of them family farmers. The objective of this work was to trace the profile of consumers who attend the fair. A questionnaire was prepared on the *Google Forms* platform, with questions regarding consumer perception about the quality of the products offered, purchase frequency, hygiene of the products and the location of the fair. 87 questionnaires were applied between April and May 2021, in person and remotely. The quality and diversity of products were the main reasons for purchases at the fair, with the hygiene of the products and the place being pointed out as satisfactory. The main products consumed



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um
mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



are fruits and vegetables (83.9%). 51.7% of people consumed local products such as pastries, snacks, as the fair is a meeting and leisure point. It was possible to verify in this work that consumers are satisfied with the service conditions, diversity and quality of the products

KEYWORDS: Free fair. Quality. Consumers.



INTRODUÇÃO

As feiras livres possuem um papel de grande relevância social e econômica para os agricultores familiares rurais, permitindo a comercialização de produtos em cadeias curtas aos consumidores urbanos, sendo este, um espaço dinâmico, público e de importância cultural para o município (GODOY; ANJOS, 2007). Para Specht *et al.* (2019) este espaço cria interações e vínculo de confiança e reconhecimento entre os feirantes e consumidores, não ocorrendo somente uma relação de troca financeira. Portanto, conhecer o perfil de quem consome é de suma importância para implementar melhorias nas instalações, serviços de forma de venda.

A feira livre de Francisco Beltrão está localizada no calçadão central, marcada pela sua tradição que já ocorre há 44 anos (HÁ..., 2021). Atualmente a feira possui vinte cinco feirantes, sendo uma associação composta por agricultores familiares rurais que vendem seus produtos de forma *in natura* e processados.

O objetivo deste trabalho foi traçar o perfil dos consumidores que frequentam a feira, quanto à compra de produtos, para auxiliar os feirantes na implantação de melhorias, como também novas formas de comercialização dos produtos frente ao cenário pós pandemia.

MATERIAIS E MÉTODOS

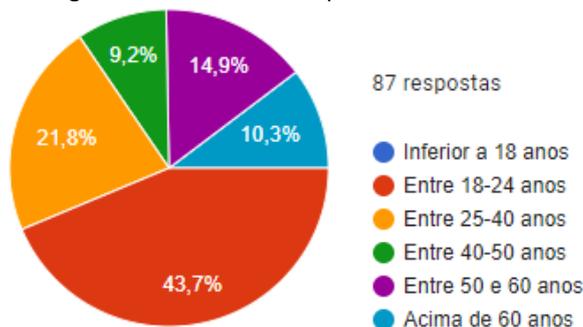
Para avaliar o perfil do consumidor foi desenvolvido um questionário estruturado no *Google Forms*. A aplicação dos questionários foi realizada entre os meses de abril e maio de 2021, de forma presencial nos dias de funcionamento da feira, como também de forma remota com apoio das redes sociais (*Whatsapp*).

O questionário foi estruturado com 20 questões objetivas com a finalidade de verificar o perfil dos consumidores, sendo que as principais questões abordadas foram relativas à percepção dos consumidores frente aos produtos ofertados; qualidade e segurança dos produtos; a frequência de compras na feira; a higiene e estrutura do ambiente; funcionamento da feira e sugestão de melhoria na feira. Após a aplicação do questionário os dados foram sistematizados e analisados, realizando-se uma discussão dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram aplicados 87 questionários no período de abril e maio de 2021. A Figura 1 mostra a faixa etária das pessoas que responderam ao questionário, representando 43,7 % entre 18 a 24 anos. Observa-se que grande maioria desta faixa etária respondeu o questionário de forma remota (*Whatsapp*); enquanto 21,8% dos consumidores foi entre a faixa etária de 25 a 40 anos e 10,3% acima de 60 anos.

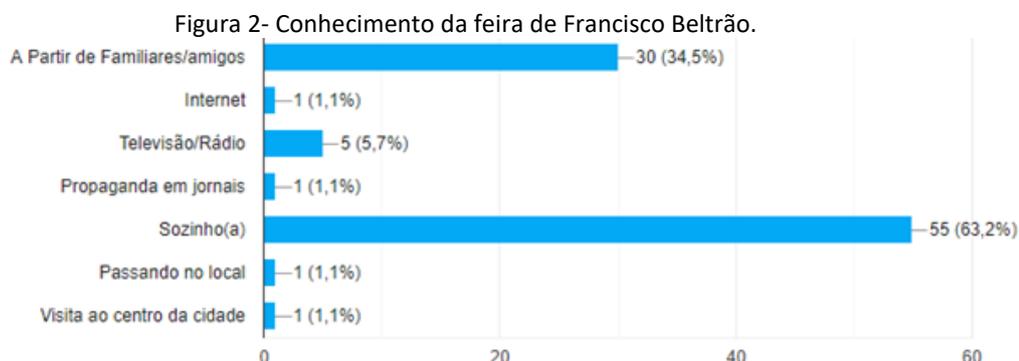
Figura 1- Faixa etária das pessoas abordadas.



Fonte: Autoria própria (2021).



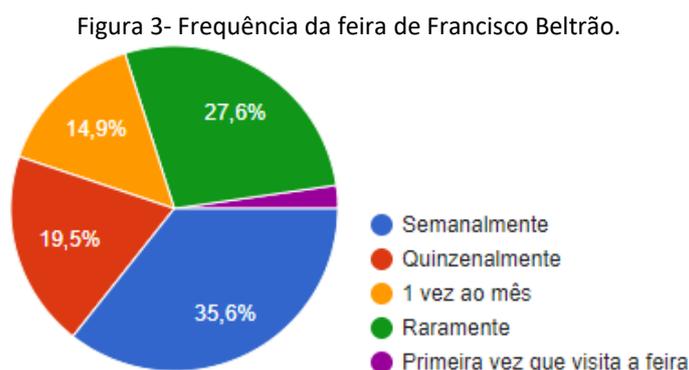
A Figura 2 mostra a forma que os consumidores conheceram a feira, onde 55 pessoas (63,2%) conheceram a feira sozinhos, frequentando o centro da cidade e 30 pessoas (34,5%) conheceram a partir de familiares e amigos.



Fonte: Autoria própria (2021).

A localização de uma feira é de extrema importância para a população e grupos de consumidores. Tendo em vista a localização da feira, na praça central de Francisco Beltrão, 53,5% das pessoas classificaram como ótima. Em relação à acessibilidade à feira, 51,7% das pessoas estão satisfeitas com o local apresentando nota máxima, e 37,9% classificaram como boa. Um estudo da Prefeitura Municipal visa alterar a localização da feira para outro ponto da cidade, o que poderá trazer algum impacto negativo à comercialização de produtos.

Em relação a frequência de compras na feira, 35,6% das pessoas frequentam a feira semanalmente, e 19,5% quinzenalmente, ou seja, a maioria (55,1%) tem uma certa fidelidade na compra dos produtos, conforme pode ser verificada na Figura 3.



Fonte: Autoria própria (2021).

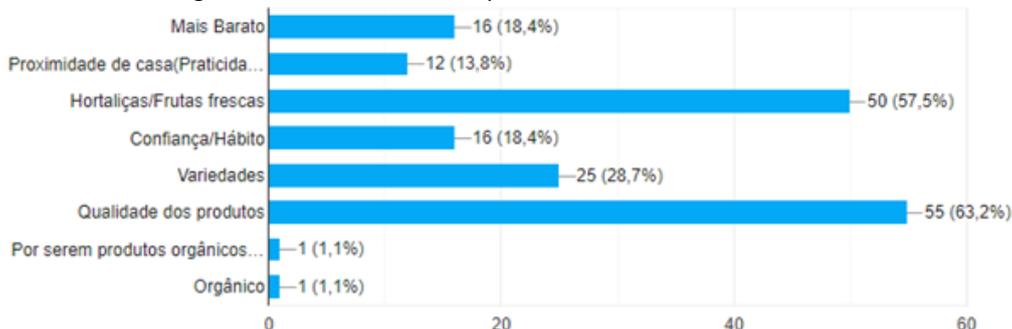
A qualidade dos produtos é o motivo que leva as pessoas a consumirem os alimentos presentes na feira. Cerca de 57,5% dos consumidores têm preferência por hortaliças/frutas frescas, como mostra a Figura 4. Segundo Nakao (2021) em pesquisa em feira livre com 50 consumidores, realizada na cidade de Jales-SP, encontrou resultados semelhantes onde constataram a qualidade dos alimentos como principal motivo de consumir os produtos da feira.

Quanto aos produtos mais consumidos, verificou-se que as frutas e hortaliças são os preferidos pelos consumidores, como pode ser verificada na Figura 5. Segundo Costa, Andrade e Felipe (2016) em pesquisa realizada, constataram que os consumidores das feiras livres de Arcos e Formiga- MG, tem preferência pelo consumo de frutas e verduras (85%), com isso percebe-se a semelhança entre os resultados, sendo que os consumidores que frequentam a feira buscam produtos com maior disponibilidade. Além disso, uma



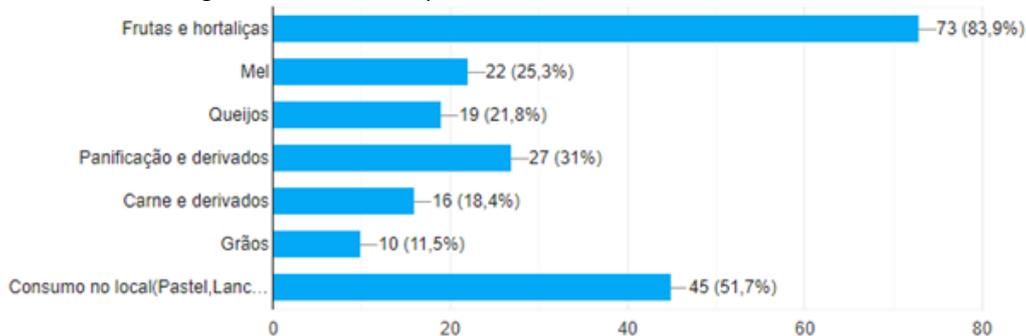
peculiaridade sobre o consumo foi constatada, onde 51,7% das pessoas realizam o consumo local na feira de produtos como pastéis, lanches, entre outros, visto que a feira é um ponto de encontro onde a população vai para passear com a família e amigos, um espaço de lazer.

Figura 4- Preferência de compra da feira de Francisco Beltrão.



Fonte: Autoria própria (2021).

Figura 5- Consumo de produtos da feira de Francisco Beltrão.



Fonte: Autoria própria (2021).

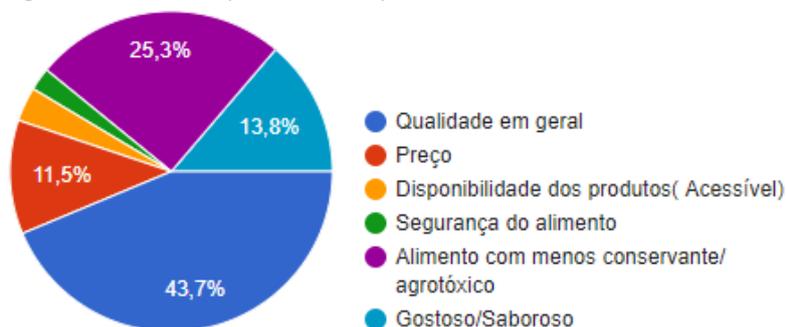
Quanto à preferência por alimentos orgânicos, 74,7% dos consumidores responderam positivamente, vislumbrando grande potencial para uma maior oferta destes produtos com apelo orgânico, além do apelo tradicional e colonial. O aumento pela procura de alimentos orgânicos não está somente relacionado à questão nutricional, mas também pelas características ofertadas aos consumidores como uma maior qualidade, saudabilidade e o sabor, levando em conta também, a questão ambiental (ARCHANJO et al.,2001).

Também foi pesquisado quanto ao grau de confiança em relação a qualidade dos produtos ofertados, onde 56,3% das pessoas classificam a qualidade como importantíssima aos produtos. Além disso, percebeu-se uma relação de fidelidade e confiabilidade dos clientes com os feirantes. Com relação ao critério que o consumidor leva em conta como prioridade na hora da compra, os consumidores responderam a qualidade em geral como prioridade, representando 43,7%. Cerca de 25,3% dos consumidores têm como prioridade por alimentos com menos conservante/agrotóxico, como pode ser observado na Figura 6, sendo que, a procura por produtos livres de agrotóxicos contribuem agregando valor a estes alimentos.

Quanto ao grau de diversidade dos produtos ofertados na feira, 80,4% dos entrevistados consideram muito boa a diversidade de produtos ofertados.

Com relação à apresentação dos produtos na bancada, os consumidores responderam os parâmetros de avaliação variando de ruim a ótima, sendo que 56,3% classificaram como boa apresentação dos produtos, e 21,8% considerou como ótima. Com isso, verificou-se que os consumidores realizam as compras analisando, também as questões relacionadas as boas condições do produto e em questão de higiene.

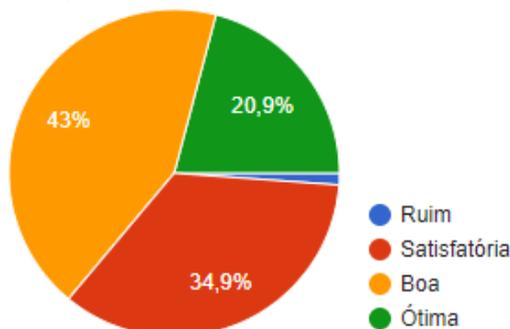
Figura 6- Critério de prioridade de produto da feira de Francisco Beltrão.



Fonte: Autoria própria (2021).

Conforme pode ser observada na Figura 7, a maioria dos entrevistados classificou como muito bom o grau de satisfação quanto à higiene, limpeza dos produtos e local de venda.

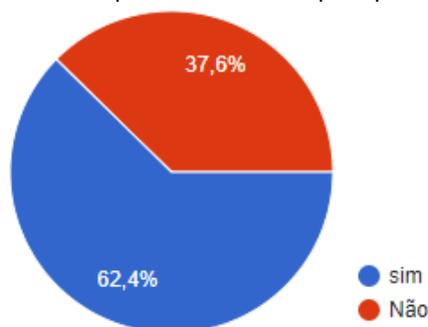
Figura 7- Higiene e limpeza dos produtos e do local da feira de Francisco Beltrão.



Fonte: Autoria própria (2021).

Foi perguntado sobre o interesse de participar de grupos virtuais de compras de produtos da feira, a exemplo do *Whatsapp* e outros tipos de aplicativos. Constatou-se, conforme Figura 8, que cerca de 62,4% dos consumidores gostariam de participar desses grupos virtuais, sendo que 37,6% deles não participariam.

Figura 8 - Grupo de consumidor por aplicativo.



Fonte: Autoria própria (2021).

CONCLUSÃO

Com este estudo, foi verificado que a realização das compras na feira se dá principalmente pela qualidade e diversidade dos produtos ofertados, como também pela limpeza e higiene em geral da feira.



Além disso, a feira central de Francisco Beltrão representa um espaço voltado ao lazer, a cultura, aos encontros de amigos, o que também contribui para fidelidade entre os feirantes e os consumidores.

Foi observado que os produtos mais consumidos pelos consumidores são as frutas e hortaliças, visto que, são as variedades com maior disponibilidade e frescor. A maioria dos consumidores tem preferência por alimentos orgânicos, o que evidenciou que esta demanda tem tendência a aumentar. De maneira geral, foi possível verificar neste trabalho, que os consumidores estão satisfeitos com as condições de atendimento, diversidade e qualidade dos produtos, mais que grande parte desses consumidores tem o interesse de participar de grupos virtuais de compras de produtos da feira, o que poderia representar um aumento nas vendas e um novo canal de comercialização.

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos à UTFPR e PROREC pelo apoio financeiro ao projeto dado por meio do Edital 02/2020. Agradecemos à DIREC-FB pelo apoio na execução do projeto de extensão e também por disponibilizar a logística.

REFERÊNCIAS

ARCHANJO, Léa Resende; BRITO, Karla Francine W. de; SAUERBECK, Sally. Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Cadernos de Debate**, [s. l.], v. 8, p. 1-6, 2001. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/5266019-Alimentos-organicos-em-curitiba-consumo-e-significado-lea-resende-archanjo-1-karla-francine-w-de-brito-2-sally-sauerbeck-3.html>> Acesso em junho de 2021.

COSTA, Danielle Martins Duarte; ANDRADE, Diego César Terra de; FELIPE, Samara Luis. Análise do comportamento dos consumidores de feiras livres na microrregião de Formiga (MG). **Revista Agroambiental**, [S.L.], v. 8, n. 4, dez. 2016.

GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. A IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS LIVRES ECOLÓGICAS: UM ESPAÇO DE TROCAS E SABERES DA ECONOMIA LOCAL. **Cadernos de Agroecologia**, [S.L.], v. 2, n. 1, may 2007. ISSN 2236-7934. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/1943>> Acesso em junho de 2021.

HÁ 44 anos, feira livre do centro é o ponto de encontro dos beltronenses. **Jornal de Beltrão**. Francisco Beltrão. 26 ago. 2021. Disponível em: https://www.jornaldebeltroao.com.br/noticia/314451/ha-44-anos-feira-livre-do-centro-e-o-ponto-de-encontro-dos-beltronenses?fbclid=IwAR1ykach-8IfILx2QIU0_kODVJyD_vS8FKteS158jWddVR0DaM6ULPGX0Go. Acesso em: 02 set. 2021.

NAKAO, Daniela Capelas Centeno. **FEIRAS LIVRES MUNICIPAIS COMO ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES EM JALES-SP**. 2021. 88 f. Tese (Doutorado) - Curso de Agronomia, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2021. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/202871/nakao_dcc_dr_ilha.pdf?sequence=3&isAllo wed=yhttps://docplayer.com.br/5266019-Alimentos-organicos-em-curitiba-consumo-e-significado-lea-resende-archanjo-1-karla-francine-w-de-brito-2-sally-sauerbeck-3.html> Acesso em junho de 2021.

SPECHT, Suzimary; BLUME, Roni; VON ENDE, Marta; SOUZA, Mylla Trisha Mello de. É dia de fazer feira na Universidade: análise do perfil do consumidor da polifeira. **Redes**, [S.L.], v. 24, n. 3, p. 183-197, 3 set. 2019.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um
mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/14124/pdf>> Acesso em junho de 2021.