# ANÁLISE SOCIOECONÔMICA DOS CONSUMIDORES DE FEIRAS DE MARINGÁ

Ednaldo Michellon (Universidade Estadual de Maringá)

Stela Padilha Gatto (Universidade Estadual de Maringá)

Gustavo Aceti de Avila (Universidade Estadual de Maringá)

Gyanluca Cantagalli de Araujo (Universidade Estadual de Maringá)

E-mail: Stelagatto@gmail.com

**Resumo**

O projeto REDIfeira (Rede de Dinamização das Feiras da Agricultura Familiar) visa dinamizar a produção e a comercialização de produtos da agricultura familiar em 30 municípios do Paraná, com foco nas feiras livres. Essas feiras são importantes para a agricultura familiar, pois permitem a negociação direta e um atendimento diferenciado, atraindo consumidores por fatores pessoais, culturais e sociais. Para entender melhor o perfil dos consumidores e otimizar as estratégias de venda, realizou-se pesquisas de campo no município de Maringá. Foram aplicados questionários a 30 consumidores em três feiras diferentes (Jardim Liberdade, Jardim Alvorada III e conjunto habitacional Hermann Moraes de Barros), envolvendo perguntas como idade, grau de escolaridade e renda mensal. Os resultados mostram que a maioria dos consumidores têm entre 60 e 81 anos, completou o ensino médio e tem uma renda mensal de até um salário-mínimo, sendo possível traçar um perfil desses clientes para futuras análises.

**Palavras-chave:** REDIfeira; Agricultura familiar; Diagnóstico.

## 1. Introdução

Nos países com os índices mais elevados de desenvolvimento humano a agricultura familiar desempenhou um papel crucial no impulsionamento do crescimento e na garantia de uma transição equilibrada da economia rural para uma economia urbana e industrial. De acordo com a publicação Censo agropecuário de 2017, resultados definitivos divulgados pelo IBGE (2019), no Brasil, os agricultores familiares constituem 76,8% dos estabelecimentos totalizados e representam 23,0% da área total.

Estudos sobre feiras têm mostrado a vantagem delas em relação a outras formas de vendas, pois é perceptível o foco no maior frescor, mas, sobretudo, na forma como o preço é negociado e o atendimento diferenciado.

Os motivos pelos quais os consumidores optam por fazerem suas compras em feiras livres são diversos, a decisão de compra de um indivíduo vem a partir de fatores pessoais, culturais e sociais. Analisar esses fatores é necessário para formar o perfil do comprador e assim o feirante desenvolver estratégias para atingir esse cliente.

Nesse sentido, o projeto Rede de Dinamização das Feiras da Agricultura Familiar – REDIfeira veio como sendo um projeto integrante do Programa Universidade Sem Fronteiras, do Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, que tem como objetivo, dinamizar a produção e a comercialização dos produtos gerados a partir da agricultura familiar nos 30 municípios do Programa de Desenvolvimento da Região da Associação dos Municípios do Setentrião Paranaense – PRÓ-AMUSEP (MICHELLON; RIBEIRO, 2007).

Um dos objetivos do projeto é avaliar as atividades socioeconômicas e produtivas das Feiras, por meio do levantamento e diagnóstico de dados coletados. Nesse caso, com esse trabalho, pretende-se analisar por meio de parâmetros socioeconômicos, o perfil do consumidor de três diferentes feiras no município de Maringá.

## 2. Metodologia

O Projeto REDIfeira – Rede de Dinamização das Feiras da Agricultura Familiar busca colaborar com o processo de desenvolvimento regional, através de pesquisas de campo na forma de questionários. Foram aplicados sete questionários com trinta consumidores, procura-se reconhecer um perfil da atividade e perceber possíveis problemas no processo de comercialização (BARROS; MICHELLON; RIBEIRO, 2017).

Dessa forma, os bolsistas do projeto desenvolveram e aplicaram um questionário com trinta consumidores em três diferentes feiras livres na cidade de Maringá, sendo estas a do Jardim Liberdade, Jardim Alvorada e do conjunto habitacional Hermann Moraes de Barros. Nessas feiras foram realizadas pesquisas por meio de entrevistas para os consumidores, com perguntas sobre a idade, grau de escolaridade, cor/raça, gênero, renda mensal e o local de compras.

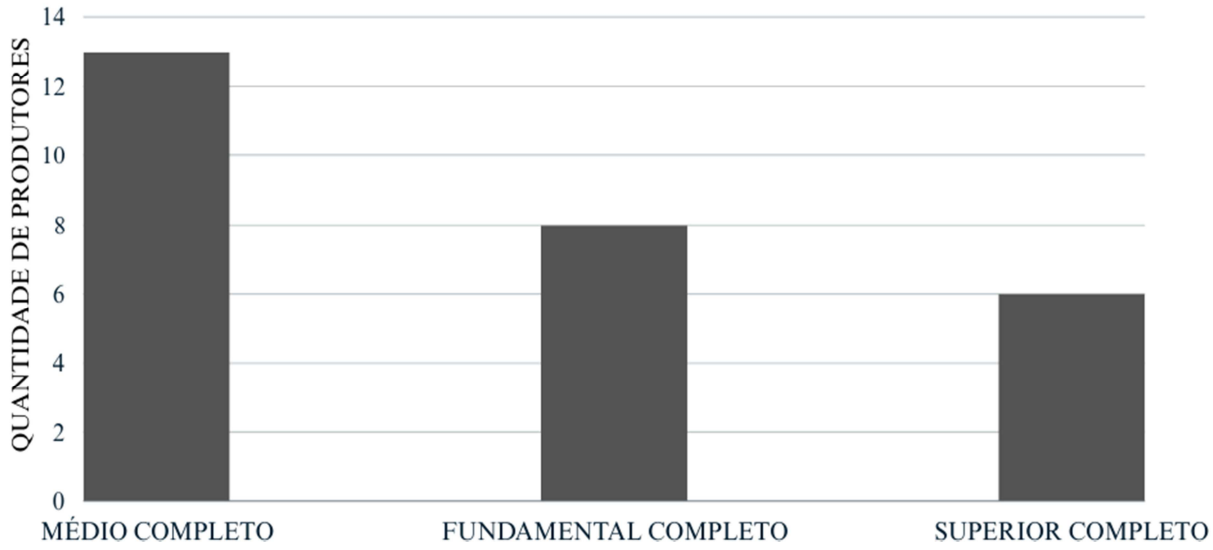
O objetivo do diagnóstico foi identificar o perfil dos compradores dessas feiras para, assim, os bolsistas do REDIfeira juntamente aos feirantes, desenvolverem estratégias para atingir esse público.

Os bolsistas se deslocaram até as feiras em diferentes dias da semana, conversando com consumidores escolhidos aleatoriamente e aplicando os questionários a eles. Após isso, as respostas foram coletadas, analisadas e interpretadas.

## 3. Resultados e discussão

Por meio do levantamento de dados pode-se observar os seguintes resultados: 13 pessoas responderam que finalizaram o ensino médio, 8 concluíram o ensino fundamental e 6 pessoas finalizaram o ensino superior, conforme descrito na Figura 1.

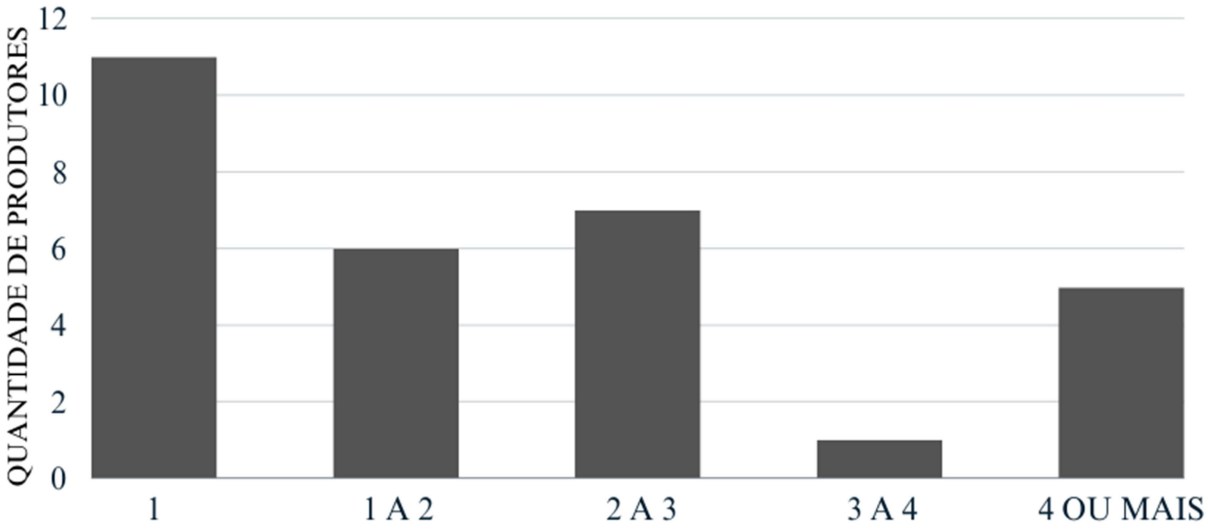
**Figura 1. Nível escolar dos consumidores**




**Fonte: REDIfeira (Pesquisa de Campo, Ago. 2024).**

Da mesma forma, foi questionado aos consumidores sobre a renda individual de cada um, considerando como base o salário-mínimo atual de R$1.412,00 (jan. 2024). A partir disso, a Figura 2 mostra que 11 pessoas recebem até um salário mínimo, 7 pessoas ganham de dois a três salários mínimos, 6 pessoas responderam de 1 a 2, cinco mais de quatro salários e uma de três a quatro salários, como é apresentado na Figura 2.

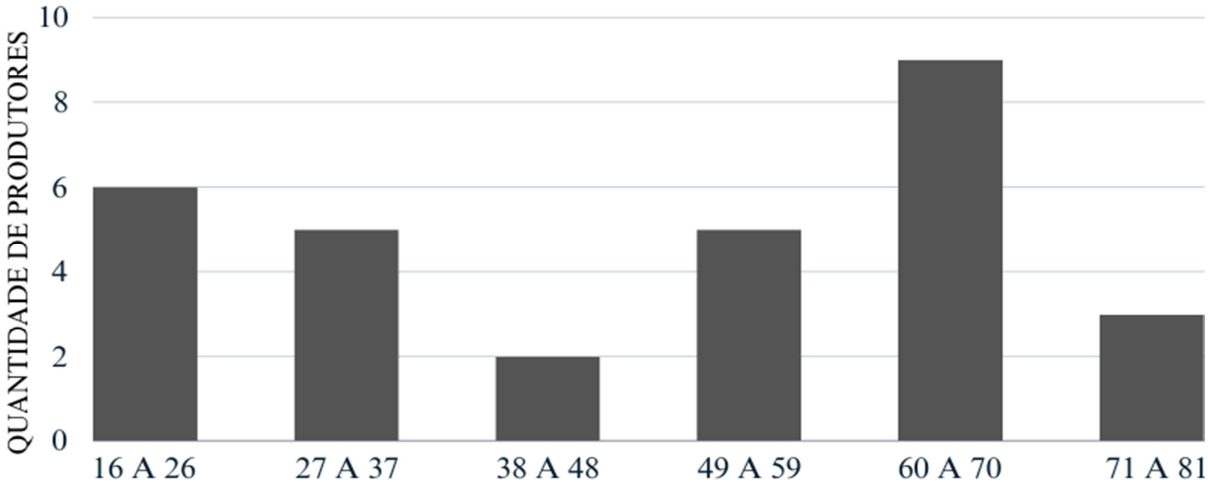
**Figura 2. Renda mensal dos consumidores**




**Fonte: REDIfeira (Pesquisa de Campo, Ago. 2024).**

Como demonstrado na Figura 3, referente a idade dos compradores, apresentou-se os seguintes resultados: Seis pessoas têm entre 16 e 26 anos, cinco possuem de 27 a 37 anos, dois responderam ter de 38 a 48 anos, cinco de 49 a 59, nove de 60 a 70 e três de 71 a 81 anos.

**Figura 3. Idade dos consumidores**




**Fonte: REDIfeira (Pesquisa de Campo, Ago. 2024).**

Sendo assim, pode-se concluir que a maior parte dos consumidores possuem de sessenta a oitenta e um anos, recebem até um salário mínimo e concluíram o ensino médio. Dessa forma, pode-se traçar o perfil de clientes que frequentam essas feiras como sendo um adulto com mais de sessenta anos, que recebe a renda mínima do salário atual e não possui curso superior.

## 4. Considerações

A partir do trabalho, os bolsistas puderam adquirir conhecimentos e conversar com diferentes pessoas durante a aplicação dos questionários e, vários consumidores, também foram apresentados ao projeto REDIfeira e agora conhecem um pouco da atuação do projeto.

Além disso, será possível aos bolsistas, juntamente com os feirantes, analisar detalhadamente as necessidades desse perfil de cliente e, assim, direcionar os esforços para essas necessidades. Dessa forma, o projeto impulsionar ainda mais a comercialização dos produtos nas feiras da cidade, por meio do auxílio prestado aos produtores por parte dos bolsistas.

## Referências

BARROS, Aldeir Isael Faxina; MICHELLON, Ednaldo; DA COSTA, Tiago Ribeiro. Atuação do projeto Rede de dinamização das feiras da agricultura familiar–REDIfeira na região do PROAMUSEP. **LUMINÁRIA**, v. 19, n. 01, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017**. Resultados definitivos. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

MICHELLON, Ednaldo; DA COSTA, Tiago Ribeiro. Feira do produtor e os entraves à sua organização e à comercialização: o caso de Paiçandu. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 45, 2007, Londrina. **Anais eletrônicos** [...] Disponível em: https://www.passeidireto.com/arquivo/144255910/feira-do-produtor-em-paicandu. Acesso em: 7 ago. 2024.