

## **FEIRANTES E CONSUMIDORES: Características E Percepções Sobre Feira Livre De São Lourenço Do Sul - RS**

Carmem Rejane Pacheco Porto <sup>1</sup>  
Marcelo Tempel Stumpf <sup>2</sup>  
Darwin Aranda Chuquillanque <sup>3</sup>

### **Resumo.**

A pesquisa teve como objetivo caracterizar os feirantes e compreender a percepção e comportamento dos consumidores, relacionando o gasto destes com fatores socioeconômicos e com a satisfação em relação à feira da agricultura familiar que acontece na praça central do município de São Lourenço do Sul-RS, Brasil. A pesquisa foi realizada entre fevereiro 2015 janeiro 2016, foram convidados e submetidos à pesquisa 14 feirantes e 60 consumidores. De acordo com os feirantes, a vantagem principal de comercializar na feira é a eliminação do atravessador, outras vantagens citadas foram: clientes fixos, preço justo, pagamento à vista e possibilidade de interagir com os consumidores. Os consumidores consideram que a feira é um local centralizado, de fácil acesso, que oferece produtos orgânicos, é organizada e limpa, com atendimento bom e confiável, espaço de sociabilização e, sobretudo, porque a feira representa uma tradição do município. Os feirantes e consumidores, demonstram satisfação com a feira e desejam a sua continuidade.

**Palavras-chave:** agricultura familiar, feirantes, consumidores.

### **Introdução**

Os mercados de produtos orgânicos/agroecológicos enfrentam controvérsias quanto a seu fortalecimento, torna-se recorrente em relatos de agricultores que organizações “facilitam” sua manutenção em modelos de produção com base na agricultura convencional, onde, todos os produtores devem seguir e ajustar-se as regras do capitalismo. Interessante destacar que, esse modelo de agricultura convencional visa uma máxima produção e produtividade, utilizando equipamentos tecnológicos e produtos químicos cada vez mais solúveis. Esse tipo de agricultura, comprovadamente gera dependência econômica, principalmente quando se trata de pequenos agricultores que se tornam reféns das grandes empresas multinacionais. Além disso, essas empresas oferecem pacotes tecnológicos que causam danos à saúde e ao meio ambiente, isso sem falar que, esse modelo de agricultura preconiza a comercialização dos produtos em grandes redes comerciais favorecendo o

---

<sup>1</sup>Docente Ensino Superior Universidade Federal do Rio Grande- FURG, Campus São Lourenço do Sul. E-mail: carmem.porto@furg.br

<sup>2</sup>Docente Ensino Superior Universidade Federal do Rio Grande- FURG, Campus São Lourenço do Sul. E-mail: marcelo.stumpf@furg.br

<sup>3</sup>Acadêmico do curso de graduação em Agroecologia, Universidade Federal do Rio Grande- FURG, Campus São Lourenço do Sul. E-mail: darwinaranda@furg.br

surgimento e fortalecimento de atravessadores em detrimento da renda e protagonismo dos pequenos agricultores. Por sua vez, adquiriu importância nas últimas décadas a transformação da agricultura, por meio da organização dos agricultores familiares, do modelo de produção, distribuição e consumo dos produtos oriundos da agricultura familiar. Acredita-se que a produção, distribuição e consumo podem ser fortalecidos ao incorporar princípios de sustentabilidade, que resultam na; autonomia, responsabilidade social, respeito a diversidade cultural, incremento do consumo de produtos locais, entre outros, princípios que são a base da agroecologia (MEDEIROS e MARQUES 2013, p. 114; CAPORAL, 2009, p. 11).

Grupos organizados através de organizações governamentais e não governamentais, entre esses: cooperativas, conselhos, associações, fóruns, redes, núcleos de pesquisa e extensão (acadêmicos) e demais formas de organização da sociedade civil lutam por uma agricultura de base ecológica, pelo fortalecimento e conquista de novos mercados, encurtando as cadeias de distribuição e valorizando os circuitos curtos da economia, onde o principal ator é o próprio agricultor, quer dizer, venda direta agricultor-consumidor. Nesse modelo de venda direta podemos citar as feiras livres, que são canais de comercialização que preconizam o fortalecimento da economia local (MEDEIROS e MARQUES, 2013, p.114).

As feiras livres no Brasil remontam o período colonial. São consideradas como um evento social de grande importância tanto para os feirantes como para os consumidores. Reconhecidas como espaços singulares de comercialização de produtos e que historicamente contribuíram para o desenvolvimento da economia interna do país. As feiras livres representam espaços tradicionais onde os trabalhadores da agricultura familiar comercializam seus produtos diretamente de suas lavouras (produtos *in-natura*) ou quando são processados usam procedimentos básicos que não demandam altos investimentos em equipamentos e infraestrutura (CHUQUILLANQUE *et al.*, 2015. p.2)

As feiras são espaços de comercialização que permitem a eliminação do atravessador, comercializam produtos elaborados artesanalmente, principalmente para o auto consumo, além disso, as feiras se constituem como modalidade de comercialização que se contrapõe aos mercados hegemônicos, onde a tendência é a artificialização dos alimentos pelos mercados dominantes. Elas garantem maior autonomia para os agricultores familiares, que historicamente vêm sua produção sendo destinada para as grandes redes comerciais, onde o trabalho do agricultor é pouco ou não é valorizado (PICOLOTTO; BRANDENDURG, 2014 p.131).

Conforme sustenta Steiner (2006), na “Sociologia Econômica”, os mercados são formas sociais de concentração em que as pessoas criam laços coletivos. Tomando como referência a definição anterior, podemos dizer que as feiras são modelos de mercado que não só buscam a maximização do lucro, mas também se preocupam com as relações e contexto social onde se inserem.

Os espaços de comercialização são relativamente socializados, oportunizando a inclusão de um número maior de sujeitos nessas atividades. Neste contexto, discute-se o conceito de autogestão, entendida como uma prática de administração democrática de formas de organização solidárias. Como fundamentada-se no princípio democrático, todas as decisões devem ser tomadas em assembleia. As decisões de rotina são de responsabilidade de representantes, escolhidos pelos sócios ou por diretoria eleita pelos mesmos (SINGER, 2002, p. 18-9). A partir deste conceito surgem questões que se tornam um desafio para os agricultores e para os órgãos oficiais que comungam dessa mudança de paradigma em relação à produção e comercialização: a falta de mercado e a falta de produção. Em princípio parece que uma pode resolver a outra. Para muitos agricultores, o desafio é entendido como uma oportunidade de definir-se pela agroecologia ou pela agricultura orgânica e buscar, através das associações, formas para diversificar a produção e gerar complementaridade entre a produção das propriedades rurais (PORTO, 2011). Diante desse desafio, é necessário articular-se em associações – atendendo à exigência do poder público municipal – que tem poder sobre a ampliação dos pontos de comercialização da produção.

Singer (2002) faz referência à necessidade de esforço adicional para manter as organizações solidárias, visto que estas envolvem conflitos, necessidade de tomar partido e participar de encontros (reuniões) que não raras vezes tornam-se cansativos. Ademais, destaca que “o maior inimigo da autogestão é o desinteresse dos sócios”.

Nas feiras livres podemos encontrar não só vendedores e seus produtos, também encontramos os consumidores que tem a mesma importância que os feirantes-vendedores. Porém, é inexpressivo o conhecimento sobre o comportamento ou percepção que eles têm sobre as feiras ao ar livre. Segundo o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor-PROCON, consumidor é “qualquer pessoa que compra um produto ou que contrata um serviço, para satisfazer suas necessidades pessoais ou familiares”. Partindo dessa definição hoje em dia encontramos a formação de supermercados, lojas por departamento, entre outros conglomerados com a finalidade de oferecer produtos e atenção de qualidade ao consumidor.

Mediante o avanço de novas tecnologias e a formação destas redes de comercialização busca-se captar a maior quantidade de consumidores e suprir plenamente a necessidades destes. Na atualidade, o mercado é dinâmico e complexo, no qual todos competem pela conquista e preferência do consumidor (LIMA, A; LIMA, J; VANZO, 2007, p. 15).

As feiras livres não são alheias a estas mudanças, organizam-se em cooperativas, associações e grupos, com a finalidade de atrair aos consumidores que cada dia são mais exigentes no que concerne a produtos para uma alimentação saudável. Entre as vantagens das feiras destacam-se a diversificação, a qualidade e, em alguns casos produtos livres de produtos químicos (feiras agroecológicas ou orgânicas). No entanto, na maioria das vezes os preços oferecidos ao consumidor pelas grandes redes de supermercados são menores e os feirantes não conseguem competir. Por isso, compreender o comportamento e as percepções dos consumidores adquire muita importância para a sobrevivência e continuidade das feiras livres.

De acordo com Lima. A, Lima. J e Vanzo (2007, p. 21) o estudo do comportamento do consumidor tornou-se um campo de estudo do marketing, surgindo em 1968. Entre outros motivos para o estudo do comportamento do consumidor destaca-se “a taxa de desenvolvimento de novos produtos, o crescimento dos movimentos de defesa do consumidor, as preocupações relativas à ação governamental, as preocupações ambientais e o crescimento, tanto do marketing filantrópico quanto do internacional” (SCHIFFMAN, 2000 *apud* LIMA, A; LIMA, J; VANZO, 2007, p.21). Acrescenta que, caracteriza-se o comportamento do consumidor pelas atividades mentais e emocionais realizadas na seleção, compra e uso de produtos/serviços para a satisfação de necessidades e desejos.

Para autores como Kinjo e Ikeda (2004, p. 4); Lima. A, Lima. J e Vanzo (2007, p.23), o comportamento dos consumidores está baseado em quatro importantes fatores: cultural, social, pessoal e psicológico. Durante o processo de tomada de decisão, apresentamos alguns comportamentos passíveis de análise, como a avaliação da situação e estimativas, assim como podemos avaliar a influência dos componentes sociais sobre o comportamento expresso ao final de cada processo decisório.

Sobre a percepção Del Rio (1996, p. 3) nos diz que é um processo mental de interação do indivíduo com o ambiente que se dá através de mecanismos perceptivos, e principalmente cognitivos. Os sujeitos sociais percebem o ambiente de forma diferenciada: o conhecimento, as experiências e as associações definem esses olhares. Ou de forma extremamente

dependente da informação que esses têm sobre o ambiente percebido. A percepção do ambiente e sobre o que nele está materializado reflete as opiniões, pontos de vista, associados ao conhecimento e à experiência (PORTO, 2011). Por isso, compreender o comportamento, as percepções e a satisfação dos consumidores torna-se importante quando se trata da sobrevivência e continuidade das feiras livres (REZENDE *et al.* 2011, p. 121).

A presente pesquisa foi realizada com o objetivo de caracterizar os feirantes e compreender a percepção e comportamento dos consumidores, relacionando o gasto destes com fatores socioeconômicos e com a satisfação em relação à Feira da Agricultura Familiar no município de São Lourenço do Sul-RS.

## **Metodologia**

A pesquisa foi realizada entre fevereiro 2015- janeiro 2016 na feira localizada na praça central do município de São Lourenço do Sul-RS (Figura 1), o qual conta com sete distritos mais o distrito sede e, de acordo com o IBGE (2010), possui população de 43.111 habitantes distribuída entre o campo (18.874 habitantes) e a cidade (24.237 habitantes). Foram convidados e submetidos à pesquisa 14 feirantes e 60 consumidores. Para o acesso às informações foram elaborados dois questionários, um para os feirantes e o outro para os consumidores, os quais continham questões objetivas e subjetivas direcionadas aos segmentos objeto desta pesquisa. A relação entre valores gastos e as demais variáveis testadas (número de pessoas na família, renda, frequência de compra, gênero e idade foram analisadas por meio de teste de covariância (ANCOVA), enquanto que, a relação entre gastos e categoria de emprego/trabalho foi analisada por teste de variância(ANOVA).

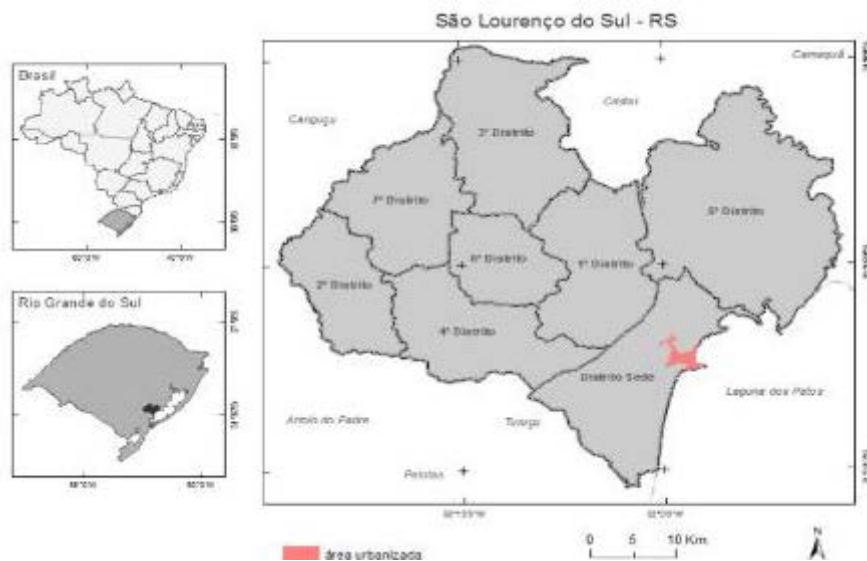


Figura. 1 – Localização geográfica do município de São Lourenço do Sul no estado do Rio Grande do Sul, com destaque para área urbanizada.

Fonte Cartográfica: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE/2013

## Resultados e Discussão

A consolidação e diversificação marcante na agricultura familiar na região Sul é resultado da distribuição da ocupação das áreas e os propósitos estratégicos da Coroa Portuguesa. Famílias açorianas numa primeira fase, e posteriormente imigrantes alemães, italianos, franceses, entre outros, receberam pequenas frações de terras para ocupar a região e diversificar a produção, preferencialmente com culturas alimentícias (SURITA, 2013, p.21). É oportuno assinalar que, os colonizadores chegaram a ocupar principalmente áreas de mata fechada e áreas íngremes, que eram consideradas improdutivas pelos fazendeiros que ocupavam grandes extensões de terra naquela época. Contudo, no território da zona Sul do Rio Grande do Sul, também encontramos áreas de remanescentes quilombolas e indígenas. Essa diversificação de etnias foi responsável pelo fortalecimento e diversificação da agricultura familiar no município de São Lourenço do Sul e no estado (SURITA, 2013, p.8).

A caracterização dos feirantes revela que, as propriedades dos feirantes variam de 0,7 a 78 hectares, com uma média de 18,21 hectares por feirante, essas propriedades podem ser consideradas pequenas propriedades segundo a lei nº. 8.629, de 25 de fevereiro de 1993. Esses dados encontrados se aproximam dos dados encontrados por Almeida *et al.* (2017a, p.3) em pesquisa realizada nas propriedades rurais do município de São Lourenço do Sul, que constatou que o tamanho das propriedades oscilam entre 2 e 186 hectares com uma média de



35,54 hectares por família. Por sua vez, Surita (2013, p.8) assinala que, os colonizadores receberam 24 hectares por família aproximadamente. A autora assinala que, o histórico de distribuição das terras da região Sul, consolidada pela Coroa Portuguesa, destinou aos militares áreas com aproximadamente 13 mil hectares, dando a essa porção do território características semelhante à distribuição de terras que ocorreu no Brasil, "onde, muitos são donos de áreas pequenas e poucos concentram muitas terras" (SURITA, 2013, p.8). Dois agricultores/feirantes possuem menos de cinco hectares e os demais (12) possuem acima de cinco hectares. Dos que possuem menos de cinco hectares, um produz em uma área menor que um hectare, comercializa produtos minimamente processados e produtos "medicinais", o que lhe aproxima em relação à renda obtida quando comparado aos demais feirantes, que tem estabelecimento com maior área. Evidenciamos que os feirantes que possuem menor área, tendem a diversificar mais a produção. Para aumentar a renda utilizam técnicas artesanais para agregar valor à produção. No geral, os feirantes tendem a diversificar sua produção, assim obtém maior autonomia e soberania alimentar.

Os feirantes apresentam idade média de 55,15 anos. O fato da não identificação de pessoas com idade inferior a 35 anos entre os entrevistados, permite inferir que uma parcela de jovens opta por deixar o campo e migrar para a zona urbana, o que remete a futuras investigações, porque possivelmente esses jovens se dedicam a outras atividades não relacionadas à produção e comercialização de produtos agrícolas. A média de idade dos feirantes se aproxima dos dados encontrados por Almeida *et al.* (2017b, p.3) onde assinala que, a média de idade dos responsáveis das propriedades rurais no município é 50,4 anos, o mesmo autor em sua pesquisa constatou que, 75% dos entrevistados tem ao menos um filho com média de idade de 21,52 anos que ainda se encontra na propriedade (ALMEIDA *et al.* 2017b, p.3)

A conformação das famílias dos feirantes tem em média 3,5 integrantes. Quando os feirantes foram consultados sobre os integrantes da família no trabalho de produção e comercialização, as respostas foram quase unânimes em relação à participação dos familiares nas atividades da propriedade rural e da feira, somente identificamos três famílias nas quais os filhos não participam em tempo integral por estarem envolvidos com os estudos. No entanto, em seu tempo livre participam de atividades de produção e comercialização.

Dos 14 feirantes entrevistados, 12 não utilizam mão de obra externa, os outros dois contratam trabalhadores externos como diaristas, dependendo da demanda. Conforme sustenta

Almeida *et al.* (2017b, p.3) existe predominância da mão de obra familiar nas propriedades rurais do município, a respeito Lima (2006, p.69) aduz que, uma das características da tradição dos imigrantes é que a família deveria alcançar a autonomia econômica, para isso tinham que promover a participação de todos os membros da família na produção, utilizando o mínimo possível à mão de obra externa. Com a diversificação e expansão dos cultivos, São Lourenço do Sul tornou-se um município produtor de alimentos tanto para subsistência como também para a indústria.

Quando perguntados sobre sua produção (convencional ou orgânica), a maior parte dos entrevistados (54%) considera sua produção como convencional; 46% confirmam que sua produção é orgânica. No entanto, 15% dos produtores convencionais alegam que sua produção segue este modelo pelo fato de seus vizinhos usarem fertilizantes e adubos químicos, o que não permitiria o cultivo de produtos orgânicos, segundo a Instrução Normativa nº 46, de 6 de outubro de 2011, deve existir uma distância entre sistemas orgânicos e não orgânicos, essa distância será determinada pela entidade certificadora, isso com intuito de evitar que produtos químicos utilizados em áreas não orgânicas acabem tendo influência na produção orgânica. Esse distanciamento entre sistemas de produção, orgânico e não orgânico, normalmente deve estar coberto por vegetação (gramíneas, arbustivas e arbóreas) para construir uma barreira de vegetação. Segundo Almeida *et al.* (2017a, p.4) os agricultores do município mostram-se a favor da mudança do sistema de produção convencional para o sistema orgânico, contudo, a autor sustenta que os agricultores são favoráveis à mudança desde que se mantenha a produção e rentabilidade similar a do sistema convencional.

Para Lima (2006, p.110) os agricultores do município de São Lourenço do Sul, estão submetidos a uma subordinação do capital, perdendo os meios de produção, possivelmente o autor faz referência a produtores de fumo, monocultivos e *commodities*, no qual as empresas mantedoras do capital entregam o pacote tecnológico (maquinaria, adubos, sementes, etc.), é comum ver, que nesse sistema quem dita as regras de; como plantar, quando plantar, o que plantar, onde vender, entre outras regras, são as transnacionais ou empresas monopolizam a cadeia produtiva, o agricultor perde o direito de decisão, a autonomia e a segurança alimentar. Neste sentido, a agroecologia e as feiras livres apresentam-se como alternativas que se contrapõem aos mercados hegemônicos e garantem maior autonomia para os agricultores familiares.



No que diz respeito às dificuldades encontradas, onze (11) feirantes asseguraram não ter dificuldade alguma na etapa de comercialização. Cabe mencionar que eles utilizam parte do espaço da praça central do município, a qual é cedida pela prefeitura para a comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar. Um entrevistado mencionou que falta divulgação da feira. No entanto, os relatos dos feirantes e de representantes do poder público indicam que a feira tem aproximadamente 40 anos de fundação, atuando sempre no mesmo lugar, na praça central. O que nos leva a pensar que possivelmente não se trate de divulgação e sim falta de conscientização dos consumidores quanto ao consumo dos produtos locais, de estação e inclusive produtos livres de agrotóxicos oriundos da agricultura familiar. Outra dificuldade encontrada é a falta de variedade de produtos para comercialização, atribuindo-se a isso às mudanças climáticas, à falta de assistência técnica e à falta de estrutura para produção. Fazem referência à necessidade de maior presença dos governos estadual e federal, o que, segundo os feirantes, permitiria políticas públicas mais específicas e mais eficientes para a agricultura familiar.

Para o escoamento e comercialização da produção, nove (9) feirantes utilizam somente a feira para comercializar seus produtos. De acordo com os feirantes, a vantagem principal de comercializar na feira é a eliminação do atravessador, tendo desta maneira uma maior rentabilidade. Outras vantagens citadas foram: clientes fixos, preço justo, pagamento à vista e possibilidade de interagir com os consumidores. Como desvantagens têm-se: falta de infraestrutura do local, falta de organização e falta de divulgação da feira. Pode-se afirmar que, a feira é um canal para obter um desenvolvimento socioeconômico tanto para os produtores como para a região. Cinco feirantes utilizam outros canais de comercialização ou a combinação de diferentes canais venda na propriedade, venda porta em porta e venda no Programa de Aquisição de Alimentos - PAA. O PAA é uma política pública que viabiliza compras institucionais da agricultura familiar. A aquisição dos alimentos pode ser feita por escolas, universidades, creches, hospitais públicos, quartéis entre outros (MAURICIO PIERRI 2010, p.35). Os dados da pesquisa mostram que apenas um (1) feirante está utilizando esse canal para comercializar seus produtos. A não utilização desse canal relaciona-se com a falta de informação, critérios rígidos para inserção no programa, a vontade própria de não comercializar nesses mercados, a falta de organização, a insuficiência de produto e outros motivos que levam esses agricultores a não utilizarem os mercados institucionais como canal de comercialização.

Os produtos mais ofertados na feira são: batata, cebola, feijão, batata doce, bolachas e abóbora. Os feirantes mostram-se satisfeitos com o trabalho e a renda obtida na feira. A renda média dos feirantes pode variar de acordo com a quantidade e variedade de produtos oferecidos; outro fator importante que influi é a sazonalidade. Treze (13) dos entrevistados afirmaram que a comercialização na feira: “dá para pagar as dívidas” e ter “bons lucros

Assim como os agricultores, os consumidores cumprem um papel importante na transformação e fortalecimento da agricultura familiar.

Entre os 60 consumidores entrevistados, 21 foram homens e 39 mulheres a média de idade é de 47,85 anos. Podemos inferir que os consumidores da feira, são pessoas, que provavelmente são aposentadas ou estão perto de sua aposentadoria, isso fica mais claro ao corroborar que 53,33% tem idade superior aos 48 anos e menos ou igual que 76 anos. No entanto, isso não significa que aquelas pessoas não desenvolvam atividades econômicas, entre as atividades realizadas podemos citar seus próprios negócios, prestação de serviços, aposentadoria ou desempenhem atividades renumeradas no setor privado ou público.

Quando perguntados sobre a escolaridade, oito (8) entre os entrevistados cursaram ensino fundamental, vinte um (21) possuem ensino médio e/ou técnico e vinte três (23) cursaram ensino superior incompleto ou completo e oito (8) possuem pós-graduação, podendo ser especialização, mestrado ou doutorado. Identifica-se que uma parcela significativa dos entrevistados possui educação superior ou está em processo de formação, o que indica que os frequentadores da feira de São Lourenço do Sul, majoritariamente, apresentam nível de escolaridade elevado. Tal fato pode justificar o crescimento da procura por alimentos frescos e preferencialmente isentos de agrotóxicos, visando à melhoria da qualidade de vida e a segurança alimentar. Entre os principais motivos de comprar na feira, os entrevistados responderam que buscam produtos: frescos, diversificados, saudáveis, sem agrotóxicos e diretos do produtor.

Os resultados obtidos na feira, demonstraram que os consumidores com ensino superior e pós-graduação têm gasto mais elevado que os consumidores com escolaridade máxima de ensino médio (completo, incompleto e técnico) ( $p=0,048$ ), entretanto têm gastos similares ao dos consumidores cuja escolaridade máxima é fundamental ( $p=0,408$ ). Essa similaridade pode estar relacionada ao gasto elevado (R\$90,00) de um único consumidor, cuja escolaridade é ensino fundamental completo. Esse consumidor teve um gasto discrepante, quando relacionado aos demais de sua categoria, cuja média é em torno de R\$20,00.

Dos entrevistados, 22% trabalham em empresas públicas. Dos demais, 23% trabalham em empresas privadas, 30% trabalham como autônomos e outros 25% são aposentados, estudantes e alguns entrevistados que não especificaram o vínculo empregatício. Ao relacionar o gasto na feira com seu vínculo com o trabalho (público, privado, autônomo e outros), não se encontra relação ( $P=0,778$ ). O valor gasto pelos consumidores foi influenciado positivamente pela renda ( $P<0.0001$ ) e pelo número de pessoas na família ( $P=0,02$ ) e negativamente pela frequência de compras na feira ( $P=0,048$ ), entretanto, gênero ( $P=0,203$ ) e idade ( $P=0,321$ ) não estiveram relacionadas aos gastos dos consumidores.

Os principais produtos adquiridos pelos consumidores são verduras, frutas, doces/chimia (geleia de fruta) e ovos, comparando com os produtos mais ofertados (batata, cebola, feijão, batata doce, bolachas e abóbora) pelos agricultores, fica evidente que existe uma maior demanda por produtos que são pouco comercializados na feira. A oferta desses produtos pode estar relacionada a, falta de estrutura (estufas, sistemas de irrigação) ou devido a sazonalidade. Por isso, conhecer os principais produtos comprados pelos consumidores é de suma importância para a tomada de decisões quanto ao aumento ou diversificação da produção para uma maior oferta de produtos na feira. Mediante o estudo de satisfação dos consumidores temos subsídios para planejar e criar estratégias sobre divulgação, realizar campanhas sobre a importância do consumo de alimentos locais e isentos de agrotóxicos ou ainda atividades educativas em relação à segurança alimentar, tudo isso com intuito de manter e atrair novos consumidores que procuram uma alimentação saudável.

Para chegar a feira 50% dos consumidores usa seu próprio carro, 42% a chega a pé e os 8% utiliza outros meios para chegar a feira. Os consumidores consideram que a feira é um local centralizado, de fácil acesso, que oferece produtos orgânicos, é organizada e limpa, com atendimento bom e confiável, na qual encontram diversidade de produtos e, sobretudo, à valorizam porque a feira representa uma tradição do município. A feira também é considerada um espaço de encontro e sociabilização entre amigos e conhecidos, o que poderia explicar que 42% dos consumidores frequentam a feira a pé. Alguns entrevistados deram sugestões para melhorar a qualidade da feira, como: oferta de maior quantidade de produtos, preferencialmente frutas; identificação dos produtores orgânicos e criação de banca de sucos naturais. Os entrevistados demonstram satisfação com a feira e desejam a sua continuidade.

## Conclusão

Os feirantes mostram-se satisfeitos com o trabalho e a renda obtida na feira. A renda média dos feirantes pode variar de acordo com a quantidade e variedade de produtos oferecidos. A feira da agricultura familiar de São Lourenço do Sul-RS é um lugar propício à integração familiar, social, política, cultural e religiosa. A ausência de atravessador, a interação entre feirante e consumidor são pontos positivos da feira da agricultura familiar de São Lourenço do Sul. Os consumidores da feira procuram alimentos saudáveis, frescos e livres de agrotóxicos. Consumidores com ensino superior e pós-graduação apresentam maior gasto na feira, o qual não foi influenciado pelo vínculo de trabalho e sim pela renda. Destaca-se nesta pesquisa a unanimidade da satisfação dos consumidores com a feira.

## Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, Eric Weller de. *et al.* Modelos atuais de produção e perspectivas agroecológicas em São Lourenço do Sul/RS/Brasil. VI Congresso Latino-americano de Agroecologia. Brasília/DF - Brasil. 2017a. (Trabalho aceito em evento e ainda não publicado)
- ALMEIDA, Eric Weller de. *et al.* Juventude e educação na zona rural de São Lourenço do Sul/RS/Brasil. VI Congresso Latino-americano de Agroecologia. Brasília/DF - Brasil. 2017b. (Trabalho aceito em evento e ainda não publicado).
- CAPORAL, Francisco Roberto. Agroecologia: uma nova ciência para apoiar a transição a agriculturas mais sustentáveis. Brasília: 2009. 30 p.
- CHUQUILLANQUE, Darwin Aranda. *et al.* Caracterização da produção agrícola e dos feirantes da agricultura familiar no Município de São Lourenço do Sul-RS. Memórias del V Congreso Latino-americano de Agroecología. Disponível em: <http://memoriasocla.agro.unlp.edu.ar/pdf/A3-155.pdf>. Acesso em: 15 de jun. 2016.
- DEL RIO, Vicente; OLIVEIRA, Livia de. (Orgs.). Percepção ambiental: a experiência brasileira. São Paulo: Studio Nobel/ Editora UFSCAR, 1996.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. Censo Demográfico. 2010. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 05 de dez. 2014.
- KINJO, Tomoko; IKEDA, Ana. Comportamento do Consumidor em Feiras Livres. Faculdade de Economia Administração e Contabilidade. USP. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/2/420.pdf>. Acesso em: 3 de jun. 2017.
- LIMA, Ana Carolina Tenório; LIMA, Jaqueline; VANZO, Flávia Moura. Comportamento do consumidor nas feiras livres da cidade de Marília, 2007. 50 f. Trabalho de Conclusão de

Graduação (Graduação em Marketing) Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM, Marília.

LIMA, Maria Imaculada Fonseca. Paisagem, *terroir* e sistemas agrários : um estudo em São Lourenço do Sul. 2006.151 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre.

MEDEIROS, Monique; MARQUES, Flávia Charão. Plantando ideias inovadoras, colhendo transformações na agricultura familiar: a produção de base ecológica e a construção social de mercados no sul do Rio Grande do Sul. *In:* CONTERATO, Marcelo Antonio... [et al.] (Org.). Mercados e agricultura familiar : interfaces, conexões e conflitos. Ed. Via Sapiens, Porto Alegre, 2013. p. 114-132.

MAURICIO PIERRI, Maria Clara Queiroz. um recorte em território artificializado: agricultura familiar na feira dos Goianos-Gama/DF. 2010. 206 f. Dissertação. (Mestrado em Agronegócios) - Universidade de Brasília. Brasília.

PICOLOTTO, Everton Lazzaretti; BRANDENBURG, Alfio. Sindicalismo da Agricultura Familiar, Modelos de Desenvolvimento e o Tema Ambiental. *In:* NIEDERLE, André; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane Machado. (Org.). Agroecologia : práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Ed. Kairós. Curitiba : 2013. 393 p.

PORTO, Carmem Rejane Pacheco. Reinvenção espacial: agroecologia e turismo – sustentabilidade ou insustentabilidade?, 2011. 303 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Geociências, Programa de Pós - Graduação em Geografia, Porto Alegre.

REZENDE, Marcelo Lacerda. *et al.* Caracterização dos Consumidores de Frutas em Feiras Livres do Sul de Minas Gerais. Revista de Política Agrícola. Ano XX-Nº 3-Jul./Ago./ Set.2011.

STEINER, P. A Sociologia Econômica. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2006.

SINGER, P. Introdução à Economia Solidária. São Paulo: Fundação Perceus Abramo, 2002.

SURITA, Rita. Um novo olhar sobre o território Zona Sul / coordenação,. – [Pelotas] : Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor, [2013]. 42 p. ; II. Disponível em: [http://www.bibliotecadigital.abong.org.br/bitstream/handle/11465/334/CAPA\\_um\\_novo\\_olhar\\_sobre\\_territorios\\_zona\\_sul.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.bibliotecadigital.abong.org.br/bitstream/handle/11465/334/CAPA_um_novo_olhar_sobre_territorios_zona_sul.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 15 de jun. 2016.