

Perfil e preferências dos consumidores de produtos em feiras livres na cidade de Chapecó (SC)

Consumers profile and preferences purchasing products at free markets in the city of Chapecó (SC)

Camila Fante, Luciara Souza Gallina,
Fernanda Grison Confortin, Junir Antonio Lutinski

RESUMO

Introdução: Feiras livres são espaços onde podem ser encontrados produtos orgânicos. A feira contribui na alimentação saudável para a população, uma vez que essas pessoas vão à feira em busca de alimentos de melhor qualidade. As feiras livres são caracterizadas pela presença dos produtores e pela venda de produtos não processados ou minimamente processados, oriundos do campo. **Objetivo:** descrever o perfil e as preferências alimentares dos consumidores que adquirem produtos em feiras livres na cidade de Chapecó (SC). **Métodos:** Caracteriza-se como estudo transversal, de caráter descritivo com abordagem quantitativa. Foram abordadas 100 pessoas, maiores de 18 anos, de forma aleatória, que realizaram compras nas feiras da cidade no período entre fevereiro e abril de 2019. A análise do perfil utilizou perguntas relacionadas ao sexo, idade, escolaridade, moradia, renda, composição familiar, abastecimento de água, os motivos que as levam frequentar as feiras, produtos mais consumidos e preferências alimentares. **Resultados:** Mulheres acima de 45 anos foram as mais frequentes na amostra. O ensino médio completo, moradia própria, renda entre dois a cinco salários mínimos, composição familiar de apenas duas pessoas e água tratada em casa caracterizaram o perfil. **Conclusão:** Os consumidores de produtos das feiras livres de Chapecó são na maioria mulheres, com mais de 45 anos, com ensino médio completo, moradia própria e que buscam, principalmente, produtos orgânicos, dentre eles, as verduras e alimentos não industrializados. Recomenda-se o estímulo e o incentivo à população e aos agricultores para fomentar o mercado de produtos orgânicos na região.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura regional; Produtos orgânicos; Segurança alimentar.

ABSTRACT

Introduction: Free markets shows are spaces where organic products can be found. The free markets contributes to healthy food for the population, as these people go to the free markets in search of better quality food. Free markets are characterized by the presence of producers and the sale of unprocessed or minimally processed products from the field. **Objective:** to describe the profile and food preferences of consumers who buy products in free markets in the city of Chapecó (SC). **Methods:** It is characterized as a cross-sectional study, with a descriptive character with a quantitative approach. A total of 100 people, aged 18 years and over, were randomly enrolled, who made purchases at city free markets between February and April 2019. The profile analysis used questions related to gender, age, schooling, housing, income, family composition, water supply, the reasons that lead them to attend the free markets, most consumed products and food preferences. **Results:** Women over 45 years were the most frequent in the sample. The complete high school, own housing, income between two to five minimum wages, family composition of only two people and treated water characterized the profile. **Conclusion:** Consumers go to the free markets in search of organic products, especially vegetables, and have preferences for non-industrialized foods. Encouraging the population and farmers are recommendations to help expand the market for organic products in the region.

KEYWORDS: Regional culture; Organic products; Food security.

Como citar este artigo:

FANTE, CAMILA; GALLINA, LUCIARA S.; CONFORTIN, FERNANDA G.; LUTINSKI, JUNIR A.

Perfil e preferências dos consumidores de produtos em feiras livres na cidade de Chapecó (SC). Revista Saúde (Sta. Maria). 2020; 46 (1).

Autor correspondente:

Nome: Junir Antonio Lutinski
E-mail: junir@unochapeco.edu.br
Telefone: (49) 3231-8215
Formação Profissional: Doutor em Biodiversidade Animal pela Universidade Federal de Santa Maria (2014).

Filiação Institucional: Universidade Comunitária da Região de Chapecó

Endereço para correspondência:
Rua: Beija-Flor, 254 E
Bairro: Efapi
Cidade: Chapecó
Estado: Santa Catarina
CEP: 89809-760

Data de Submissão:

24/12/2019

Data de aceite:

01/04/2020

Conflito de Interesse: Não há conflito de interesse



INTRODUÇÃO

A transição nutricional é caracterizada pelo declínio marcante da subnutrição e aumento da prevalência de excesso de peso e obesidade¹. Essa mudança vem sendo causada por fatores econômicos, sociais e demográficos que influenciam no perfil de saúde dos indivíduos¹. O conceito de Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) adotado no Brasil na Segunda Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional é definido como o direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais². Esse conceito considera práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, econômica e socialmente sustentáveis².

O acesso aos diferentes grupos de alimentos pode variar de acordo com o tipo de estabelecimento disponível no território. Supermercados, sacolões, feiras livres têm sido apontadas como indutores do consumo de alimentos saudáveis, como frutas e hortaliças, por apresentarem maior variedade, melhor qualidade e menor custo. Já pequenos comércios e lojas de conveniência geralmente fornecem produtos com qualidade inferior, preços superiores e comercializam principalmente produtos ultraprocessados, ricos em gorduras, sal, açúcar e aditivos³. Neste contexto emerge a necessidade de um olhar para as feiras livres, espaços tradicionais de comercialização direta de produtos dos produtores para os consumidores.

A variedade de produtos e os preços se destacam entre os fatores que viabilizam as feiras livres como relevante canal de comercialização. A concentração de comerciantes em um único lugar resulta numa concorrência que apresenta impacto positivo na qualidade, na quantidade e nos preços dos produtos, o que atrai os consumidores⁴. Feiras livres representam um dos espaços mais antigos de comercialização de produtos agrícolas⁵. Tradicionalmente, o feirante era o homem oriundo do campo que expunha à venda o que colhia na propriedade familiar. Atualmente, nesse tipo de mercado, inseriram-se profissionais qualificados com ensino médio e superior por razões aliadas à oferta de emprego formal⁶. No Brasil, as feiras envolvem significativos fluxos de mercadorias, pessoas e informações, integrando a produção rural a pequenas e grandes cidades⁷.

Há uma preferência do consumidor por feiras livres, devido à crença de que os alimentos ali comercializados são sempre frescos e de qualidade superior^{8,9}. Segundo Medeiros¹⁰, a feira livre representa um espaço que comporta múltiplas relações sociais que estreitam laços mais afetivos de solidariedade com o próximo. Refere-se à síntese das relações econômicas, sociais e culturais que são estabelecidas nesses espaços. As feiras livres ocupam espaços consolidados nas cidades¹¹. Apesar de competirem com espaços de comercialização varejista organizados, como as redes de supermercados e hipermercados, as feiras são utilizadas para o abastecimento doméstico periódico, especialmente, de alimentos frescos¹². Ir à feira, fazer a feira e nela vender, associa-se a um conjunto de aprendizagens cotidianas de sujeitos que atribuem um valor simbólico a este fazer⁶. As feiras livres de produtos coloniais e agropecuários do município de Chapecó, SC se destacam pela diversidade de produtos comercializados e pelo número de consumidores

que frequentam esses espaços¹³. Nesse contexto, conhecer o perfil desses consumidores e suas preferências torna-se relevante para a ampliação e fortalecimento desses espaços.

Produtos orgânicos são definidos como alimentos *in natura* ou processados, obtidos em um sistema orgânico de produção ou oriundo de processo extrativista sustentável¹⁴. Observa-se uma produção crescente de hortaliças e frutas livres de agrotóxicos. Por outro lado, a busca de produtos com essas características em feiras livres também tem sido uma crescente¹⁴. Essa confluência de interesses contribui para o desenvolvimento sustentável, para a agregação de valor aos produtos da agricultura familiar e para a segurança alimentar. A avaliação sobre como essa dinâmica vem se materializando a partir das feiras livres, portanto, se justifica. Nesse contexto, este estudo visou identificar o perfil e as preferências dos consumidores de produtos de feiras livres em Chapecó (SC).

MÉTODO

Características do estudo

Este estudo se caracteriza como transversal, de caráter descritivo com abordagem quantitativa. Teve como sujeitos da pesquisa consumidores de produtos oriundos de feiras livres. A pesquisa foi realizada na cidade de Chapecó, fundada em 25 de agosto de 1917, localizada no Oeste do estado de Santa Catarina. A cidade possui uma população estimada de 216.654 habitantes¹⁵. O município caracteriza-se por ser um polo agroindustrial do Sul do Brasil e centro econômico, político e cultural do oeste do estado, com prestígio internacional pela exportação de produtos alimentícios industrializados de natureza animal¹⁶. A cidade dispõe de nove feiras livres, de fácil acesso, em atividade que funcionam duas vezes por semana.

A primeira feira livre do município surgiu em 1991. Era composta por seis famílias e estava estabelecida na região central da cidade. Atualmente, mais de 60 famílias rurais de Chapecó e região, atuam diretamente nos espaços. São mais de 100 pessoas envolvidas na produção primária e no processamento dos produtos coloniais. Mensalmente, as feiras geram aproximadamente 500 mil reais em movimentação financeira. O movimento econômico gerado pela venda dos produtos se constitui num importante fator para o estímulo e permanência dos agricultores no meio rural. Dados apontam que 50% da renda destas famílias vêm das feiras livres¹⁶.

Participantes do estudo

A população deste estudo foi formada por consumidores das feiras livres do município de Chapecó SC. Como amostra, foram abordadas pessoas maiores de 18 anos, de forma aleatória, que estiveram realizando compras nas feiras livres da cidade. Ao todo, participaram entre 5 e 20 pessoas por feira.

Coleta de dados

A pesquisa foi realizada no período entre fevereiro e abril de 2019, nas quartas-feiras e sábados, dias em que as feiras livres encontram-se em atividade. Utilizou-se como procedimento para a coleta de dados uma entrevista com base em um roteiro semiestruturado. Ao todo, cada pesquisa teve duração de aproximadamente 20 minutos. Cada entrevistado foi abordado na saída da feira livre, no próprio pátio onde a feira acontece. Após a abordagem pelo pesquisador foi apresentado ao participante o objetivo da pesquisa e explicado como se daria a participação na coleta de dados. O convite procedeu-se seguindo de concordância formal e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) pelo entrevistado. Após o aceite do entrevistado em participar da pesquisa foi lhe apresentado o questionário elaborado pelos pesquisadores com perguntas objetivas, referentes ao perfil e preferências alimentares do participante.

Análise e interpretação de dados

As informações foram tabuladas e organizadas em banco de dados utilizando-se o Software *Excel for Windows*. Foi utilizada a estatística descritiva frequências para explorar os dados. Foram utilizados gráficos e tabelas para a apresentação de resultados.

Aspectos éticos

A realização da pesquisa deu-se mediante aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos sob parecer nº 3.061.163.

RESULTADO

Ao todo, participaram da pesquisa 100 pessoas. Um total 58% dos participantes foram do sexo feminino, sendo a maior parte (42%) com Ensino Médio completo, seguido de ensino fundamental completo (18%), ensino fundamental incompleto (15%), graduados (14%), pós-graduados (7%) e analfabetos (4%). A faixa etária que mais predominou na amostra foi entre 45-60 anos com 37%, seguido de pessoas com mais de 60 anos (35%), entre 30-45 anos (20%) e entre 18-30 anos (8%). Quanto à renda familiar, a maior parte (43%) declarou receber entre 2 à 5 salários mínimos, 29% até 2 salários mínimos e 28%, acima de 5 salários mínimos (Tabela 1).

Tabela 1 - Sexo, escolaridade, faixa etária e renda familiar de consumidores que adquirem produtos de feiras livres do município de Chapecó, 2019.

Variáveis e classes	Contagem (n)	Percentual
Sexo		
Feminino	58	58
Masculino	42	42
Escolaridade		
Analfabeto	4	4
Ensino fundamental incompleto	15	15
Ensino fundamental completo	18	18
Ensino médio	42	42
Graduação	14	14
Pós-Graduação	7	7
Faixa etária		
18-30 anos	8	8
30- 45 anos	20	20
45-60 anos	37	37
60 anos ou mais	35	35
Renda familiar		
até 2 salários mínimos	29	29
de 2 à 5 salários mínimos	43	43
mais de 5 salários mínimos	28	28

Fonte: Os autores

Percebeu-se com maior frequência (39%) famílias constituídas por apenas duas pessoas, 28% com três pessoas, 16% com quatro pessoas, 9% afirmaram viver sozinhos e 6% afirmam conviver com cinco pessoas. Quanto à natureza do imóvel que residem, 81% dos entrevistados afirmam residir em imóvel próprio, 16% pagam aluguel, 2% vivem em imóvel cedido e 1% não soube responder. Sobre a rede de abastecimento de água, 91% possuem abastecimento da rede pública e 14% de poço artesiano. Em alguns casos, as duas fontes de abastecimento estão disponíveis (Tabela 2). Tabela 2 - Composição familiar, moradia e abastecimento de água de consumidores que adquirem produtos de feiras livres do município de Chapecó, 2019.

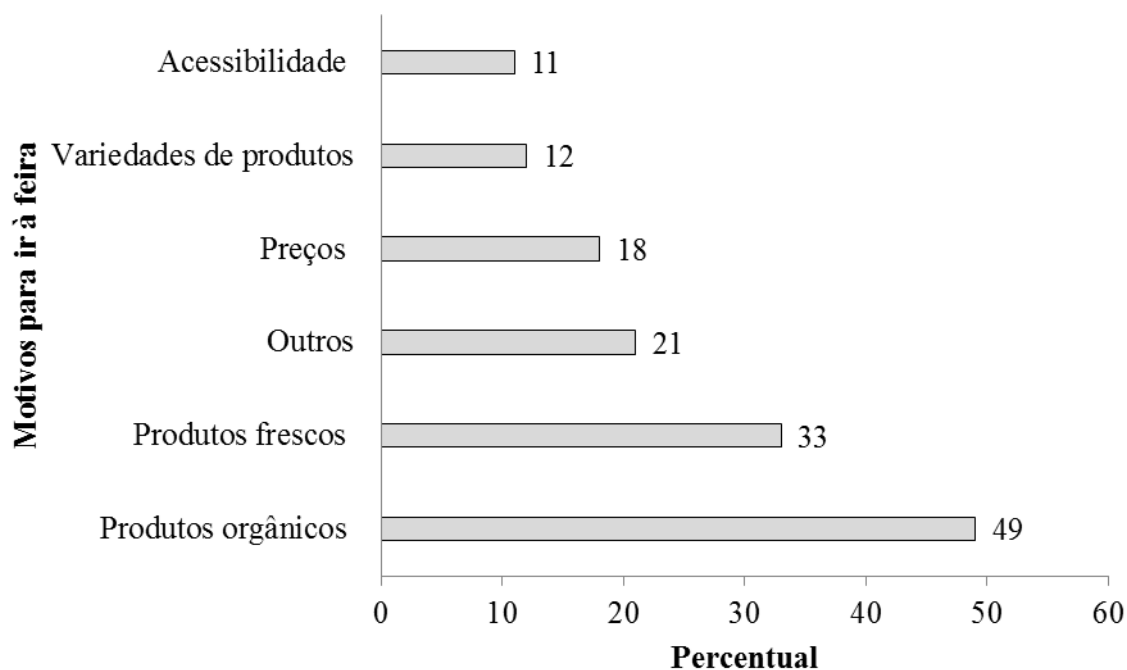
Variáveis e classes	Contagem (n)	Percentual
Número de pessoas na família		
1 pessoa	9	9
2 pessoas	39	39
3 pessoas	28	28

4 pessoas	16	16
5 pessoas	6	6
6 pessoas	1	1
7 pessoas	1	1
Imóvel que habita		
Imóvel próprio	81	81
Imóvel alugado	16	16
Imóvel cedido	2	2
Outro	1	1
Abastecimento de água		
Rede pública de abastecimento	91	91
Poço artesiano	14	14

Fonte: Os autores

O motivo mais significativo que leva os consumidores às feiras foi pela procura por produtos orgânicos, correspondendo a 49%, seguido de 33% por serem produtos frescos, 21 % afirmam que o que os motiva é a tradição e o conhecimento, importantes na valorização da agricultura familiar. Ao todo, 18% afirmam buscar preços mais acessíveis, 12% buscam variedade de produtos e 11% frequentam pelo fato de as feiras estarem próximas à suas residências (Figura 1).

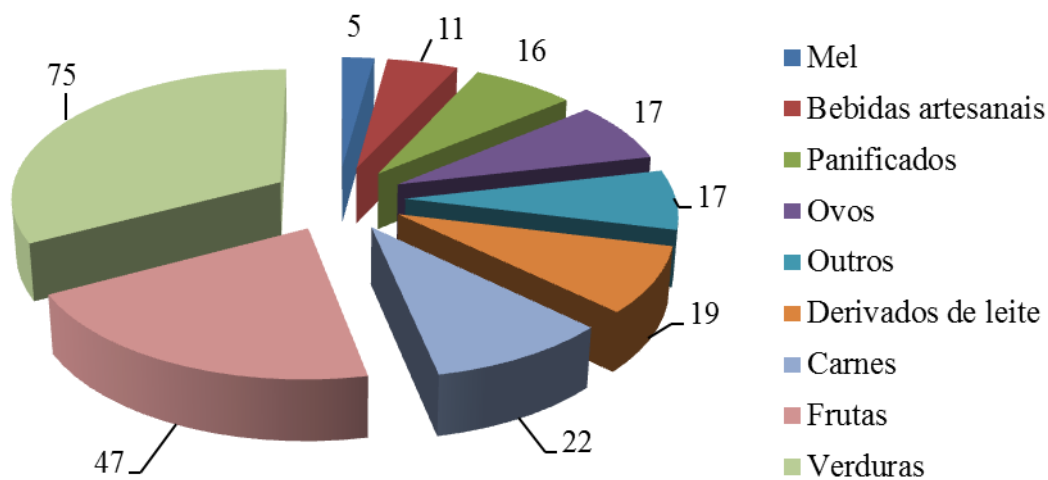
Figura 1 - Razões que levam os consumidores a adquirir produtos de feiras livres no município de Chapecó, 2019.



Fonte: Os autores

A busca por verduras foi o item mais frequentemente relatado pelos consumidores, representando 75%, frutas 47%, seguido de carnes 22% e derivados de leite 19% (Figura 2).

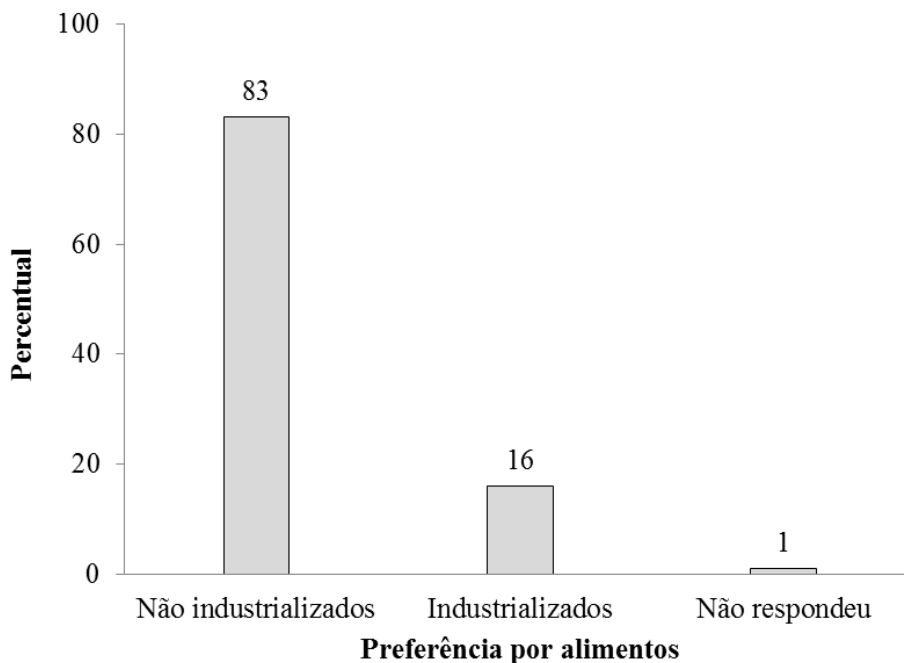
Figura 2 - Produtos mais procurados por consumidores em feiras livres no município de Chapecó, 2019.



Fonte: Os autores

Verificou-se a preferência alimentar por alimentos não industrializados segundo as respostas de 83% dos consumidores, enquanto outros 16% afirmaram que seu consumo na maior parte são provenientes de alimentos industrializados (Figura 3).

Figura 3 - Preferência declarada por consumidores que adquirem produtos em feiras livres no município de Chapecó, 2019.



Fonte: Os autores

DISCUSSÃO

Os resultados apontaram que a maior participação de compras nas feiras e do sexo feminino (58%). Mulheres se envolvem mais ativamente na compra de alimentos de uma maneira geral e no abastecimento de produtos para o domicílio¹⁷ e isso pode explicar a maior frequência nas feiras livres de Chapecó. Silva e Costa¹⁷ também verificam que as mulheres se demonstrarem atenciosas aos detalhes como validade, quantidade e qualidade na escolha do produto. Proporção semelhante também foi verificada por Silva, Almeida e Donato¹⁸ em Guanambi-BA e por Morel et al.¹⁹ na cidade de Lavras-MG. Já Reis et al.²⁰, em Palmas - TO, encontraram um percentual maior para o sexo masculino (54%), o que indica que a frequência às feiras pode variar quanto ao sexo de uma região para a outra do país.

Mulheres habitantes dos estados da região Sul e do Distrito Federal relataram consumir alimentos considerados mais saudáveis enquanto homens relataram consumir majoritariamente, carnes com gordura aparente²¹. De maneira geral, as mulheres se preocupam mais, desde jovens com a massa corporal, além do fato de terem um papel social de cuidadoras, o que pode levá-las a terem maior cuidado na seleção dos alimentos e justificar uma dieta diferenciada da dos homens²².

O Ensino Médio completo prevaleceu na amostra (42%) e o total de escolarizados somou 96%. Esse resultado pode ser explicado pela escolaridade prevalente no município de Chapecó onde percentual semelhante é observado na população em geral¹⁴. Estudo de Moura e Masquio²³ afirmam que indivíduos com menor escolaridade não dispensam de suas dietas produtos de baixo valor nutritivo e com elevadas quantidades de açúcar, gordura e/ou sódio. Dados do ano de 2012 revelam excesso de peso em 57,3% na população brasileira maior de 18 anos que estudou por no máximo oito anos. Essa porcentagem reduz para 48,4% na categoria de pessoas que estudaram 12 anos ou mais²³.

Menos anos de escolaridade refletem em uma diferença no entendimento sobre saúde e alimentação e a falta de informação adequada, pode agravar o estado de saúde²⁴. A população menos escolarizada está mais suscetível às interpretações errôneas sobre conceitos de alimentação e nutrição. Sabe-se que a publicidade tem explorado o conhecimento científico nos discursos de anúncios de alimentos, supervalorizando ou mistificando uma ou mais de suas características²⁵, confundindo o consumidor. Contudo, os resultados dessa pesquisa apontam que a escolaridade é um fator favorável aos consumidores de Chapecó para a aquisição de alimentos saudáveis e esta pode ser uma explicação para que estes frequentem esses espaços.

Quanto à idade, houve a predominância de consumidores na faixa entre 45 e 60 anos (37%) e acima de 60 anos (35%). De um modo geral, a predominância dessa faixa etária pode ser justificada já que os jovens não possuem o hábito da compra de alimentos em feiras. Segundo Cazane, Machado e Sampaio²⁶, mesmo que os jovens consumam com frequência alimentos procedentes de feiras, geralmente são os pais os responsáveis pela alimentação que a família consome. Segundo Lucchese-Cheung e Batalha²¹, há um aumento do consumo de alimentos saudáveis com o avanço da

idade. Esses autores focaram nos indicadores do consumo de alimentos considerados marcadores de padrões saudáveis (frutas, hortaliças e feijão) e não saudáveis (carnes gordurosas, leite integral e refrigerantes).

O estudo de Assumpção et al.²⁷, realizado na região Sudeste do Brasil, apontou uma maior qualidade da dieta em idosos. A presença de doenças crônicas e comorbidades e o desejo de uma melhor qualidade de vida pode motivar as pessoas a seguir uma dieta mais saudável, uma vez que essas doenças são mais frequentes com o passar da idade²². Fica evidente a necessidade de cuidar do estilo de vida desde cedo, para melhorar a qualidade de vida. A maioria das pessoas deseja chegar à velhice com saúde, autonomia e boas condições de vida e a alimentação saudável junto com outros fatores como moradia, renda, educação, trará efeitos positivos ao ato de envelhecer. Esses elementos associados à consolidação de hábitos e preferências alimentares ao longo da vida, assim os aspectos culturais de trocas de saberes que as feiras livres oferecem podem explicar a frequência desses espaços por pessoas com idade mais avançada.

A renda familiar do público entrevistado predominou entre dois e cinco salários mínimos. Segundo Pimenta et al.²⁸, 44% dos entrevistados em Palmas-TO relataram receber entre um e dois salários mínimos. Estudo de Rocha et al.²⁹ em Passo Fundo - RS, revelou que a feira era frequentada por consumidores de várias faixas de renda, variando entre R\$ 500,00 e R\$5.000,00, com aproximadamente 60% deles declarando renda entre R\$500,00 a R\$2.000,00. A renda dos consumidores de produtos das feiras livres de Chapecó é, portanto, maior do que a renda verificada em outros estudos. Esse achado permite inferir que os consumidores estão buscando produtos, sobretudo pela qualidade dos mesmos.

Sobre a composição familiar, percebeu-se que a maior parte é constituída apenas por casais e/ou famílias monoparental. Separações, divórcios e novas uniões, participação crescente da mulher no mercado de trabalho, movimentos migratórios nacionais e internacionais em busca de oportunidades de trabalho, aumento de famílias chefiadas por mulheres e o aumento de famílias do tipo monoparental e unipessoal são alguns dos aspectos geradores de novas estruturas familiares³⁰ e isso pode explicar o padrão da composição familiar dos consumidores de produtos das feiras livres de Chapecó.

Quanto à natureza do imóvel em que residem, 81% dos entrevistados afirmaram residir em imóvel próprio. O desejo da casa própria se tornou uma meta a ser conquistada³¹ e essa pode ser uma explicação para o resultado encontrado. Quando os consumidores frequentam a feira e socializam com os feirantes acabam tornando-se clientes fiéis, fazem amizades e veem a feira como um espaço de lazer. Isso prevalece quando a população está a mais tempo vivendo no mesmo local. Dada a maior prevalência de pessoas de meia idade no estudo, pode-se inferir que os entrevistados já venham residir nos seus domicílios por muitos anos. Ainda que o acesso a essa moradia própria signifique morar na periferia, à medida que se urbanizam, passam a se integrar à cidade e assim agregam valor³¹. Isso possibilita manterem a tradição de comprar em feiras, pois a tradição do “dia de feira” ganha a amplitude de uma confraternização para aqueles que têm nesta atividade um importante momento de lazer e intensa sociabilidade. Para essas pessoas, a tradição do “ir à feira” vira um ritual carregado de valor simbólico e afetivo³².

Quanto ao abastecimento de água, 91% possui abastecimento da rede pública. Em Santa Catarina, a Companhia de Águas e Saneamento (CASAN) atua em 67% dos municípios. A água chega à população com menor risco de contaminação, evitando a transmissão de doenças. Uma forma comum de contaminação é através da ingestão, de água contaminada ou pelo consumo de alimentos lavados com água infectada³³. Dentre os participantes da pesquisa, 14% que possui abastecimento de água do poço, afirmam fazer tratamento em casa com água sanitária, ou utilizam filtros próprios para água. Para o preparo de alimentos orgânicos é vital que a água seja tratada, caso contrário não haveria motivo para as pessoas buscarem produtos menos processados. O percentual de participantes do estudo que relataram contar com água tratada em seus domicílios também pode ser explicado pela cobertura de abastecimento com que Chapecó conta atualmente¹⁴.

Sobre o motivo que leva as pessoas a escolher o alimento, os entrevistados afirmaram que produtos orgânicos possuem mais sabor, apesar de não serem tão bonitos quanto os convencionais. Pimenta et al.²⁸ descrevem que o principal motivo é a qualidade, limpeza e organização das feiras. No estudo de Brandão et al.³⁴, a qualidade dos produtos ofertados e a tradição da compra são os principais motivos de as pessoas frequentarem as feiras livres.

O sul do Brasil, e especificamente o estado de Santa Catarina, se destaca não apenas como região produtora, mas também como um polo de distribuição e consumo de produtos orgânicos³⁵. Faz parte da identidade popular e, mesmo historicamente remodelada, persiste até mesmo nas grandes metrópoles onde a hegemonia do moderno varejo alimentar dos super e hipermercados é mais fortemente estabelecida³². Em Chapecó a oferta de produtos regionais ainda não é suficiente para suprir a demanda de toda a cidade, pois, a produção existente ainda é baixa. Desta forma a maioria dos agricultores se detém a comercializar apenas na feira considerando-a mais vantajosa³⁶. A escolha de produtos orgânicos nas feiras livres pode ser explicado pelo perfil dos consumidores atrelado ao sexo feminino, escolaridade e renda, fatores favoráveis a escolhas de produtos considerados mais saudáveis.

Com relação aos produtos, a aceitação da comunidade é grande por se tratar de produtos frescos, colhidos horas antes da feira e produzidos sob inspeção municipal¹⁶. Alves, Souza e Pontes³⁷ verificaram que os produtos comprados com maior frequência são as frutas (46%) e verduras (27%), resultados semelhantes aos encontrados nessa pesquisa. Esse comportamento pode ser justificado por se tratar de produtos com maior oferta nas feiras livres de Chapecó. Consequente, há maior disponibilidade durante todo o ano. Sobre os preços, os consumidores relataram que pouco difere dos supermercados. Este dado é importante na medida que o consumo de frutas e verduras confere proteção contra doenças cardíacas e alguns tipos de câncer e, de modo indireto, estas escolhas alimentares proporcionam um sistema alimentar mais justo socialmente, pois é ambientalmente mais sustentável³⁸.

Percebeu-se que a uma maioria dos frequentadores vai a feira em busca de alimentos mais saudáveis. Há poucos estudos indicando a preferência alimentar da população, porém, a indústria de alimentos sofreu pressões por diversos representantes da saúde pública que enfatizam a importância de se consumir alimentos não industrializados,

principalmente frutas e vegetais³⁹. Segundo Missagia e Rezende⁴⁰, indivíduos informados sobre as consequências da má alimentação passam a buscar alimentos mais saudáveis. Assim, a ascensão do mercado de produtos naturais e orgânicos segue uma tendência mundial de aumento demandando por produtos e serviços que proporcionam saúde e bem-estar. Soma-se a esse fator a crescente desconfiança de alguns setores da sociedade em relação à indústria moderna, que trouxe uma série de facilidades à vida cotidiana, mas também aumentou significativamente a manipulação de produtos pesticidas sintéticos persistentes no meio ambiente, com graves consequências para a saúde humana⁴¹. O perfil dos consumidores novamente pode explicar a preferência encontrada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo evidencia que o perfil dos consumidores nas feiras são na maioria mulheres, com mais de 45 anos, com ensino médio completo, moradia própria e que vão até a feira principalmente por encontrar produtos orgânicos, dentre eles os mais consumidos as verduras. Os consumidores buscam, além de produtos, espaços para diálogos e trocas de saberes. Isso ajuda as feiras a se manterem ativas. O estímulo e incentivo à população e aos agricultores são indicados de forma a mostrar informações sobre os benefícios do consumo desses produtos e assim ajudar na ampliação do mercado de produtos orgânicos na região.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó) pelo apoio à pesquisa e à produção científica.

REFERÊNCIAS

1. Vaz DSS, Bennemann RM. Comportamento Alimentar e Hábito Alimentar: Uma revisão. Revista Uningá (Apu-carana). 2014; 20(1): 108-112.
2. Bezerra TA, Olinda RA, Pedraza DF. Insegurança Alimentar no Brasil segundo diferentes cenários sociodemográficos. Revista de Ciências e Saúde Coletiva (Campina Grande). 2017; 22(2): 637–651.
3. Lopes ACS, Menezes MC, Araújo ML. O ambiente alimentar e o acesso a frutas e hortaliças: “Uma metrópole em perspectiva”. Revista de Saúde Social (São Paulo). 2017; 26(3): 764-773.

4. Coutinho EP, Silva MJ, Francisco MS, Silva JMS, Azeredo LPM, Oliveira AT. Condições de higiene das feiras livres dos municípios de Bananeiras, Solânea e Guarabira. X Encontro de Extensão (Paraíba). 2006; 1-9.

5. Silveira VC, Oliveira ES, Mariani, AM, Silveira NF. Avaliação da importância das feiras livres e a forma de comercialização adotada pelos feirantes na cidade de Nova Andradina- MS. I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (Naviraí). 2017; 1(1): 1-1.

6. Amor ALM, Silva RM, Silva AAMR, Araujo WC, Oliveira AJ, Almeida JS, et al. Perfil de Manipuladores e Consumidores de hortaliças provenientes de feiras livres e supermercados. Revista Baiana de Saúde Pública (Santo Antônio de Jesus). 2012; 36 (3): 792.

7. Santos JE. Feiras Livres: (re) apropriação do território na/da cidade, neste período técnico-científico-informacional. Revista de geografia ensino e pesquisa (Rio Grande do Norte). 2013; 17(2): 39-56.

8. França BR, Bonnas DS, Silva CMO. Qualidade higiênico sanitária de alfaces (*Lactuca Sativa*) comercialização em feiras livres na cidade de Uberlândia, MG. Revista de Bioscience Journal (Uberlândia). 2014; 30(1): 458-466.

9. Matos KMO, Ribeiro LA, Souza RA, Kobayashi PF. Perfil do consumidor de carne bovina das feiras livres de Aracaju- ES. Revista de higiene alimentar (Aracaju). 2017; 31(272/273): 27-32.

10. Medeiros JFS. As feiras livres de Belém (PA): Dimensão geográfica e existência cotidiana. 2010. 119f. Dissertação (Pós Graduação em Geografia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.

11. Mascarenhas G, Dolzani M. Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. Revista Ateliê Geográfico (Goiânia). 2008; 2(2): 72-87.

12. Pereira VG, Brito TP, Pereira SB. A Feira Livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). Revista Ciências Humanas (Taubaté). 2017; 10(2): 67-78.

13. Chapecó. Prefeitura Municipal de. Feiras Livres: Projeto de Lei visa regulamentar a atividade e exploração dos espaços. Secretaria Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente. Chapecó, 2018.

-
14. Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Orgânicos. 2016. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos>
15. Ibge. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2018. [Acesso 2019 nov 29]. Disponível em: <http://w.w.w.ibge.gov.br>
16. Chapecó. Prefeitura Municipal de. Chapecó em Números – Edição 2018 – Chapecó Empreendedora – SEBRAE.
17. Silva DSO, Costa CC. Identificação dos consumidores de hortaliças da feira livre de Pombal-PB: aspectos socioeconômicos e culturais. *Revista Verde (Mossoró)*. 2011; 6(1): 56 – 60.
18. Silva PAN, Almeida RCO, Donato JO. Percepção e perfil do consumidor do mercado municipal em relação a segurança alimentar da cidade de Guanambi - BA. Faculdade de Guanambi-BA. 2015.
19. Morel APS, Rezende LT, Tanure PT, Ferreira CA, Sette RS. Comportamento Do Consumidor Das Feiras Livres: Um estudo em um Município De Minas Gerais. *Revista FSA (Teresina)*. 2015; 12(4): 14-31.
20. Reis GC, Macedo DB, Coelho SC, Silva PT, Rosanova C. Perfil do consumidor das feiras municipais de Palmas - TO. 10º Semana da Iniciação Científica da UFT. 2014.
21. Lucchese-Cheung T, Batalha MO. Brasileiros urbanos e seus diferentes comportamentos de consumo alimentar: Quais as implicações para a organização das cadeias produtivas de alimentos? *Informações Econômicas (São Paulo)*. 2010; 40 (8): 30-39.
22. Gomes AP, Soares ALG, Gonçalves H. Baixa qualidade da dieta de idosos: estudo de base populacional no sul do Brasil. *Ciência e saúde coletiva (Pelotas)*. 2016; 21(11): 3417- 428.
23. Moura AF, Masquio DCL. A influência da escolaridade na percepção sobre alimentos considerados saudáveis. *Revista Educação Popular (Uberlândia)*. 2014; 13(1); 82-94.

24. Rodrigues CB, Batista JS, Lustosa TB, Diniz DB. Inter-relação entre as práticas alimentares e o grau de conhecimento em nutrição das famílias residentes em duas comunidades de risco em Fortaleza – CE. *Revista de APS (Juiz de Fora)*. 2012; 15(1): 36-41.
25. Costa MF. Consumo alimentar: discurso científico em anúncios publicitários. *Contemporânea (Rio de Janeiro)*. 2009; 7(3); 130-140.
26. Cazane AL, Machado JGCF, Sampaio FF. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). *Informe Gepec (Toledo)*. 2014; 18(1): 119-137.
27. Assumpção D, Domene SMA, Fisberg RM, Barros MBA. Qualidade da dieta e fatores associados entre idosos: estudo de base populacional em Campinas, São Paulo, Brasil. *Cadernos de Saúde Pública (Rio de Janeiro)*. 2014; 30(8): 1680-1694.
28. Pimenta LA, Dias CBG, Mont'Alvão WV, Queiroz TG, Queiroz TG. Caracterização do perfil dos consumidores que frequentam a feira livre de Januária, MG. *XXI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica (Januária)*. 2014; 1-6.
29. Rocha HC, Costa C, Castoldi FL, Cecchetti D, Calvete EO, Lodi B. S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Revista Ciência Rural (Santa Maria)*. 2010; 40; 12:2593-2597.
30. Kuchemann AB. Envelhecimento populacional, cuidado e cidadania: velhos dilemas e novos desafios. *Revista Sociedade e Estado (Brasília)*. 2012; 27 (1): 165-180.
31. Baltrusis N, Mourad LN. Política habitacional regularização do solo e aluguel social no Brasil. *Caderno CRH (Salvador)*. 2014; 27 (71); 231-233.
32. Bonnamichi NC. Feiras livres um breve estudo sobre tradição urbana, sociabilidade e resistência na cidade do Rio de Janeiro. 2013. 36f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Política e Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.
33. Paludo JR, Borba J. Abastecimento de água e esgotamento sanitário: Estudo comparado de modelos de gestão em Santa Catarina. *Ambiente e Sociedade (São Paulo)*. 2013; 16(1): 59-78.

-
34. Brandão A, Costa CA, Galizoni FM, Cavalcante TFM, Neves AC. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. *Horticultura Brasileira* (Montes Claros). 2015; 33(1): 119-124.
35. Niederle PA, Almeida L, Vezzani FM. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: Niederle PA, Almeida L, Vezanni FM. (orgs). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós. 2013.
36. Cavallete BV. Produtos orgânicos: Aspectos gerais de comercialização em Chapecó (SC). 2015. 70f. Trabalho de conclusão de Curso (graduação) – Curso de Agronomia. Universidade Federal da Fronteira Sul. Chapecó, 2015.
37. Alves RJM, Souza LPF, Pontes AN. Perfil socioeconômico e satisfação dos consumidores de produtos hortícolas do Complexo do Ver-o-Peso, Pará. *Enciclopédia Biosfera* (Goiânia). 2014; 10(19):2912-2920.
38. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2. ed., 1. reimpr. – Brasília : Ministério da Saúde, 2014.
39. Wilkinson, J. Os gigantes da indústria alimentar entre a grande distribuição e os novos clusters a montante. *Estudos, Sociedade e Agricultura* (Rio de Janeiro). 2002; 10(18): 147-174.
40. Missaglia SV, Rezende DC. A Alimentação Saudável Sob a Ótica do Consumidor: Identificando Segmentos de Mercado. XXXV Encontro da Anpad. (Rio de Janeiro). 2011.
41. Dias VV, Schultz G, Schuster MS, Talamini E, Revillion JP. O mercado de alimentos orgânicos: Um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. *Ambiente e Sociedade* (São Paulo). 2015; 18(1): 161-182.