



UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA
CURSO CIÊNCIAS ECONÔMICAS

NATÁLIA GALENO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DA ATIVIDADE ECONÔMICA DA FEIRA DE DOCE E
SALGADOS PARA O FORTALECIMENTO DA ECONOMIA LOCAL DE
PARNAÍBA (PI)**

PARNAÍBA-PI

2020

NATÁLIA GALENO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DA ATIVIDADE ECONÔMICA DA FEIRA DE DOCE E
SALGADOS PARA O FORTALECIMENTO DA ECONOMIA LOCAL DE
PARNAÍBA (PI)**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas e Quantitativas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, Campus Ministro Reis Velloso – Parnaíba.

Orientadora: Msc. Vera Beatriz Martins Bacelar

PARNAÍBA-PI

2020

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial Prof. Cândido Athayde – Campus Parnaíba
Serviço de Processamento Técnico

P436i Pereira, Natália Galeno
A importância da atividade econômica da feira de doce e salgados para o fortalecimento da economia local de Parnaíba (PI) [recurso eletrônico] / Natália Galeno Pereira. – 2021.
1 Arquivo em PDF

Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) - Universidade Federal do Piauí, Campus Ministro Reis Velloso, 2021.
Orientação: Profª. Msc. Vera Beatriz Martins Bacelar

1. Feira Gastronômica. 2. Perspectivas Econômicas. 3. Desenvolvimento Econômico Local. I. Título.

CDD:338.9

NATÁLIA GALENO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DA ATIVIDADE ECONÔMICA DA FEIRA DE DOCE E
SALGADOS PARA O FORTALECIMENTO DA ECONOMIA LOCAL DE
PARNAÍBA (PI)**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas e Quantitativas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, Campus Ministro Reis Velloso – Parnaíba.

Orientadora: Msc. Vera Beatriz Martins Bacelar

Aprovada em 28/01/2021

Banca Examinadora

Vera Beatriz Martins Bacelar

Vera Beatriz Martins Bacelar, Mestre.
Professora orientadora – Presidente

Vera Lúcia dos Santos Costa

Vera Lúcia dos Santos Costa, Mestre.
Membro

Maria de Fátima Vieira Crespo

Maria de Fátima Vieira Crespo, Doutora.
Membro

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente, a Deus pelo o dom da vida, por cada oportunidade concedida a mim, por ter me sustentado e me guiado até aqui.

Agradeço a minha família, em especial a minha mãe por ser um grande exemplo de superação e força, a minha irmã por me entender nos meus inúmeros momentos de estresses, a minha sobrinha por estar sempre ao meu lado, me amando e me botando para cima mesmo sem perceber. Agradeço também ao meu ídolo, meu mestre “seu Galeno”, a quem eu tenho meu amor eterno, meu avô, ele que me aconselha mesmo sem eu falar uma palavra muita das vezes.

Agradeço a “UFPI” por ter me apresentado pessoas maravilhosas e que continuam comigo no meu ciclo de amizades, nos primeiros quatro anos e meios de curso, tive a honra de conhecer as “Rainhas/Ursinhos” que me ensinaram bastante e me ajudaram a crescer como mulher e evoluir como estudante, gratidão a vocês meninas. Em seguida conheci pessoas que me acolheram de braços abertos e me incentivaram a continuar no curso.

Agradeço também aos mestres que tiveram comigo durante toda a graduação, em especial a minha orientadora Vera Beatriz Martins Bacelar, que tem paciência comigo desde as suas disciplinas de cálculos, as temidas Introdução a Econometria e Teoria Macroeconomia I, passando pela sua única disciplina histórica Economia Brasileira Contemporânea e agora no Trabalho de Conclusão do Curso, sou só gratidão a essa pessoa simples e de bom coração.

Gostaria de agradecer aos organizadores da Feira de Doces e Salgados, representada na pessoa de Santiago Melo e Alessandra Motta, muito obrigada pela a oportunidade de me acolher e abrir espaço para o meu estudo monográfico. Aproveitar e agradecer a cada expositor e freguês que contribuiu com a minha pesquisa, realizada durante a exposição da feira.

Agradeço ao meu amigo e namorado, por ser uma pessoa meiga e companheira, por ser o meu ponto de equilíbrio todos os dias. Obrigada amor por todos os momentos proporcionados, por conseguir levantar a Natália que muitas vezes estar escondida no medo.

RESUMO

A feira quer dizer lugar público, muitas vezes descobertos onde se expõem ou se vendem mercadorias. Representam um evento sociocultural econômico proveniente da aglomeração de cidadãos e barracas. O objetivo geral desse estudo é analisar o papel da Feira de Doces e Salgados como importante atividade econômica e comercial para o fortalecimento da economia local de Parnaíba (PI). Quanto aos objetivos específicos, são os seguintes: traçar o perfil dos feirantes e objetivos por ele alcançados; investigar informações dentro de uma perspectiva econômica, sociais e culturais da feira para o desenvolvimento local; descrever o intercâmbio de ideias, interesse dos produtos e a qualificação profissional dos feirantes pela a visão dos fregueses; verificar como a economia local reagiu em resposta ao surgimento da Feira de Doces e Salgados; comparar pontos relevantes que influenciam e levam ao consumo final do produto, na visão do feirante e do freguês. Os procedimentos metodológicos, composto pela área do estudo, tipo de pesquisa, elaboração do questionário, aplicação e tabulação para análise de dados. De acordo com os dados analisados, a perspectiva econômica foi atendida, de modo que foi levado em consideração a motivação da participação, formação dos preços, fatores econômicos e comerciais e suas vantagens econômicas. E ainda de acordo com o estudo realizado o desenvolvimento econômico local foi visto com os seguintes pontos de retorno: contratos futuros, demanda para eventos e resposta da comunidade após a realização da feira. Outros pontos como a visão do feirante ao seu concorrente e restrições alimentares, que possibilita atender um número maior de fregueses. A Feira de Doces e Salgados, pode ser considerada um grande motor para a economia local de Parnaíba, pois a mesma busca divulgar novos empreendedores no ramo alimentício, nos quais muitas vezes não tem loja física e estão de fato iniciando o seu negócio. Possibilitando assim o contato direto com novos clientes e até mesmo com grandes empresários de eventos, estabelecimentos do ramo. Com isso fazendo a economia girar, mesmo que seja no longo prazo, pois a feira é apenas uma porta para o futuro desses empreendedores.

Palavras chave: Feira gastronômica. Perspectivas econômicas. Desenvolvimento econômico local.

ABSTRACT

The fair means public place, usually roofless where are products are on display or for sale. They represent a socio-cultural economic event coming from the agglomeration of citizens and stalls. The study aims, in general, to analyze the role of the event “Feira de Doces e Salgados” as an important economic and commercial activity for the strengthening of the local economy of Parnaíba (PI). The specific objectives are: to trace the profile of the fairgrounds and the objectives achieved by them; to investigate information in an economic, commercial, social and cultural perspective of the fair, for the local development; to perceive the exchange of ideas, interest of the products and the professional qualification of the merchants by customers' view verify the reaction of the local economy in response to the appearance of the event Feira de Doces e Salgados; to compare relevant points that influence and lead to the final consumption of the product, from the perspective of exhibitors and customers. The methodological procedures, were the area of study, type of research, elaboration of the questionnaire, application and tabulation for data analysis. According to the analyzed data, the economic perspective was attended, so that the motivation of participation, price formation, economic and commercial factors and their economic advantages were taken into consideration. And also according to the study the local economic development was seen with the following points of return: future contracts, demand for events and community response after the fair. Another points such as the merchant's vision in face of competition and food restrictions, which makes it possible to serve a larger number of customers. The Feira de Doces e Salgados, can be considered a great engine for the local economy of Parnaíba, as it seeks to promote new entrepreneurs in the food industry, in which they often do not have a physical store and are in fact starting their business. Thus, allowing direct contact with new customers and even with large event entrepreneurs, establishments in the industry. With this making the economy spin, even if it is in the long run, as the fair is just a door to the future of these entrepreneurs.

Keywords: Gastronomic fair. Economic perspectives. Local economic development.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 01 - Motivação da participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019..	25
Gráfico 02 – Formação de preço do produto exposto na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	26
Gráfico 03 – Fatores contribuintes para os feirantes na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	27
Gráfico 04 – Experiências profissionais dos feirantes na Feira de doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	29
Gráfico 05 – Oportunidades profissionais após a participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.	31
Gráfico 06 – Demanda para eventos após a participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI) 2019.....	31
Gráfico 07 – A visão dos feirantes em relação aos seus concorrentes da Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	32
Gráfico 08 – Restrições alimentares destacadas pelo os feirantes da Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.	33
Gráfico 09 – Cidade de origem dos entrevistados na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	34
Gráfico 10 – Motivação de participação do freguês na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	36
Gráfico 11 – Frequência de participação no evento. Parnaíba (PI). 2019.....	37
Gráfico 12 – Tipo de produto exposto pelo os feirantes na Feira de Doce e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	38
Gráfico 13 – Produtos mais procurados segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019.....	39
Gráfico 14 – Preferência do freguês quanto aos produtos apresentados na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	40
Gráfico 15 – Classe social dos fregueses segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019.....	41
Gráfico 16 – Valor médio pago pelos os fregueses segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019.....	41
Gráfico 17 – Média de valor pago pelos os fregueses no produto exposto na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019	42
Gráfico 18 – Influência na decisão da compra. Parnaíba (PI). 2019	43
Gráfico 19 – Atendimento ao cliente na visão dos feirantes da Feira de Doces e Salgado. Parnaíba (PI). 2019.	44

Gráfico 20 – Atendimento na visão dos feirantes na Feira de Doce e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.....	45
Gráfico 21 – Finalização do pedido de acordo ao ponto de vista dos fregueses. Parnaíba (PI). 2019.....	46
Quadro 01 – Vantagens econômicas para o expositor da Feira de Doces e Salgados, Parnaíba (PI). 2019.....	28
Quadro 02 – Contribuições da Feira de Doces e Salgados para os expositores. Parnaíba (PI). 2019.....	30
Quadro 03 – Pontos positivos e pontos negativos, na ótica do freguês entrevistados na Feira de Doces e Salgado. Parnaíba (PI). 2019.....	35
Quadro 04 – Diálogo entre os feirantes e os fregueses durante a Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019	44

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Distribuição da faixa etária dos feirantes quanto ao nível de escolaridade, em percentual %. Parnaíba (PI). 2019	22
Tabela 02 – Distribuição da faixa etária dos feirantes quanto ao total de participação na respectiva feira, em percentual %. Parnaíba (PI). 2019	22
Tabela 03 – Distribuição da renda familiar quanto a fonte de renda investida, em percentual %. Parnaíba (PI). 2019	24

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	13
3	REFERENCIAL TEÓRICO	15
3.1	Contextos históricos das Feiras Livres	15
3.2	A originalidade da palavra e o conceito do que seja Feira Livre	16
3.3	O negócio Feira Livre	18
3.4	Desenvolvimento econômico local	18
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
4.1	Perfil dos feirantes	20
4.2	Objetivos alcançados pelos feirantes	24
4.3	Perspectivas econômicas	24
4.4	Fortalecimento da economia local e suas vantagens	30
4.5	Perfil dos fregueses	34
4.6	Visão e motivação dos fregueses quanto a Feira de Doces e Salgados	35
4.7	Fatores que influenciam a demanda do produto	37
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICE	51

1 INTRODUÇÃO

O setor gastronômico ganhou espaço no Brasil ainda na década de 1950, com a chegada de restaurantes, bares e pizzarias, com isso o setor foi crescendo e se aprimorando, hoje em dia encontramos facilmente esses mesmos espaços dentre outros, por exemplo: sorveteria, lanchonete e *food truck* que é o mais recente. *Food truck* é um trailer com aperitivos, “demonstrativo” de um determinado restaurante, lanchonete ou pizzaria.

Em vista disso, podemos notar que a gastronomia vem ganhando espaço e forma, vimos que iniciou em ambientes fechados como restaurantes e foram se inovando dentro de mesmo segmento. Nos dias de hoje encontramos com facilidade uma banca, kombi ou trailer com venda e uma variedade de comida, os quais são vistos também em praças e eventos culturais. E um desses eventos culturais são as feiras gastronômicas que servem como vitrine para esse público que já estão no ramo alimentício.

A feira é um ambiente aberto e descoberto que consiste em levar uma pequena ou grande amostra de um determinado mercado seja ele tecnológico, automotivo, culinário ou de negócios. Oferecendo ao seu público o que há de melhor nesse mercado e assim alcançando os seus objetivos. Existem também as que são voltadas para a sociedade local e visitante, que consiste em um espaço acolhedor. As tradicionais são montadas em eventos de grande porte, a nível municipal, onde nas mesmas são apresentadas comidas típicas, trabalhos artesanais da região, entre outras coisas.

É considerável que a feira também tenha seu espaço no setor gastronômico. Aos poucos a feira vem conquistando esse ramo, com a venda de lanches rápidos ou até mesmo refeições mais elaboradas, atendendo assim um público maior, desde os que trabalham aos que estão ali somente visitando.

A feira alimentícia é voltada para este público, mas também visa apresentar pessoas que se dedicam a fazer receitas novas, comidas diferenciadas, mas ainda não estão inseridos no mercado. Dessa forma a feira consegue apresentar novos vendedores individuais ao mercado de trabalho, que se encontra no experimento de gerar renda com essa inovação.

Com base no exposto, a justificativa para a pesquisa decorre do interesse pessoal. Há o desejo de, através dos resultados obtidos na pesquisa, trazer uma nova luz ao debate acerca da temática proposta. Ainda, há o interesse de colaborar com o desenvolvimento desse nicho, tanto no plano acadêmico como no conhecimento da comunidade em geral acerca das potencialidades desse mercado em franca ascensão.

Diante disso, o presente trabalho de pesquisa tem como problema a seguinte indagação: qual o papel da Feira de Doces e Salgados para o fortalecimento da economia local da cidade de Parnaíba? A partir dessa indagação o objetivo desse estudo é analisar o papel da Feira de Doces e Salgados como importante atividade econômica para o fortalecimento da economia local de Parnaíba (PI). Quanto aos objetivos específicos, são os seguintes: traçar o perfil dos feirantes e objetivos por ele alcançados; investigar informações dentro de uma perspectiva econômica, sociais e culturais da feira para o desenvolvimento local; perceber o intercâmbio de ideias, interesse dos produtos e a qualificação profissional dos feirantes pela a visão dos fregueses; verificar como a economia local reagiu em resposta ao surgimento da Feira de Doces e Salgados; comparar pontos relevantes que influenciam e levam ao consumo final do produto, na visão do feirante e do freguês.

Este trabalho monográfico está dividido em quatro capítulos, sendo o primeiro esta introdução na qual é demonstrada o problema da pesquisa e objetivos esperados; os demais estão estruturados da seguinte forma: procedimentos metodológicos, referencial teórico, resultados e discussão e por último considerações finais.

No capítulo dois, temos os procedimentos metodológicos, no qual contém a área do estudo, tipo de pesquisa, elaboração do questionário, aplicação e tabulação para análise de dados. Em seguida temos o capítulo três, com o referencial teórico, abordando o contexto histórico das feiras livres e desenvolvimento econômico local.

No capítulo quatro, temos os resultados e discussão, composto pelo perfil do feirante, objetivos alcançados, perspectivas econômicas, fortalecimento da economia local e suas vantagens econômicas, perfil dos fregueses, visão e motivação dos mesmos, fatores que influenciaram a demanda do produto e por fim o são as considerações finais.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O campo de estudo escolhido foi a Feira de Doces e Salgados, que acontece na praça Mandu Ladino (Quadrilhedromo) em Parnaíba (PI), já ocorreu algumas edições, que tiveram início desde o ano de 2015, e a sua última edição foi em novembro de 2019, a qual foi estudada neste trabalho. O principal objetivo da feira é proporcionar um espaço para pequenos negócios e apresentá-los para a população parnaibana.

A pesquisa consiste em analisar o papel da Feira de Doces e Salgados como importante atividade econômica e comercial, também nos aspectos sociais e culturais. Quanto aos objetivos, a pesquisa se divide exploratória, qualitativa e quantitativa, pois buscou estudar um público pouco conhecido, através do estudo bibliográfico e aplicação de questionário. Segundo Gil (2008) a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, podendo envolver levantamento bibliográfico, entrevistas e questionário.

As fontes de dados da pesquisa, classificam-se como primárias e secundárias, nas quais as primárias foram colhidas e analisadas através da aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas, para dois públicos alvos formados por feirantes e fregueses, com perguntas semelhantes e correlacionadas. E as secundárias através de referências bibliográficas, como artigos e sites com temas próximos e semelhantes a temática.

Em relação a elaboração das perguntas foram utilizados autores abordados no decorrer do trabalho, que relatavam sobre a temática feira livre, quanto ao comércio, atendimento, preço e estratégia econômica a serem desenvolvidas após a sua participação na feira.

A aplicação de dois tipos de questionários direcionados aos feirantes e aos fregueses realizou-se durante esta última edição, ocorrida em novembro de 2019. Foram aplicados um total de 39 questionários, sendo 16 direcionados a população de feirantes e 23 aos clientes, por um processo de amostragem não probabilística: por conveniência. Que segundo Gil (2008), amostragem por conveniência é quando o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo.

Apesar de não ter sido aplicado ao grupo de feirantes esperado, no qual foi anunciado inicialmente pela a organização, pois haviam sido cadastrados 20 expositores, mas, no entanto, somente 18 apresentaram o seu produto no dia da feira e 16 responderam ao questionário.

Um grupo de voluntários participou do levantamento da pesquisa, possibilitando um número maior de participantes que compõem a amostra de fregueses, pois como citado anteriormente, foi utilizado a amostra por conveniência. O grupo foi instruído para aplicação

após a aquisição e degustação do produto pelo público alvo e explicar como era conduzido o questionário. Os dados construídos com base nos dois questionários aplicados, foram tabulados com auxílio do programa Excel, onde no mesmo foi feito os gráficos, tabelas, quadros e analisados.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Contextos históricos das Feiras Livres

Segundo Rocha (2014), O homem vem se organizando em sociedade tentando sobreviver, pois passaram a produzir seu próprio alimento e trocando entre si o que produziam em excesso, o surgimento das feiras que foram crescendo de acordo com o crescimento da população. No início do surgimento da agricultura, os que plantavam acabavam tendo excedente demais, foi desde então que começou a troca e a venda desse plantio. Esses agricultores tinham um local para expor a sua mercadoria que com o passar do tempo ficou reconhecido como feira.

O mesmo autor aponta também a origem das feiras-livres como estratégia de comercialização surgiu na idade média, quando as cidades começavam a florescer. Algumas das maiores cidades europeias modernas são frutos das feiras que se organizavam com o propósito de permitir que produtores de distintas localidades comercializassem seus produtos.

De acordo com o autor, observa-se que as feiras livres foram ganhando espaço juntamente com o desenvolvimento de algumas cidades, a partir das colheitas dos agricultores. Segundo Dantas (2008), “A troca de produtos surgiu e se desenvolveu na sociedade no momento em que passou a existir um excedente regular de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas.”

Enquanto a feira alimentícia iniciou no século XIX em Salvador, conforme apresenta Pertile (2013) no trecho a seguir, quando cita que as escravas ganhadeiras passaram a ter um espaço para a venda de suas comidas em Salvador:

Devido ao amplo número de escravas ganhadeiras espalhadas pelas ruas da cidade de Salvador, em 1831 foram determinados espaços onde esse tipo de comércio conseguiria organiza-se com seus tabuleiros fixos, divergindo das leis impostas anteriormente pelo período colonial, que concediam apenas às mulheres brancas o direito ao comércio nesses espaços. Em inúmeros eventos, as negras eram encarregadas da venda de doces e salgados elaborados pelas famílias brancas, mas cujas mulheres não poderiam se expor, nas ruas, para sua venda. Portanto, a comida de casa que está continuamente associada à figura feminina, também é levada ao meio urbano através da figura da baiana, por exemplo (PERTILE, 2013).

É notório que naquela época já havia mulheres determinadas a deixar suas cozinhas para vender comidas nas ruas, tendo em vista a comodidade dos trabalhadores da mesma época. Pois tinham dificuldade de voltar para suas casas e também havia pessoas que estavam a passeio ou visitando a cidade e que gostariam de experimentar os aperitivos e pratos típicos daquele lugar. Outro ponto importante é que logo depois que elas começaram a andar pelas ruas oferecendo

de porta em porta, o trabalho dessas escravas foi reconhecido e adaptaram um local público, onde as mesmas pudessem ficar sem precisar carregar seus tabuleiros cheios de comida e materiais de trabalho.

Dessa forma, podemos observar também que as mulheres estavam conquistando seu lugar no comércio e na feira. Lugar no qual esse espaço era frequentado somente por homens agricultores e as mulheres só ganharam espaço a partir de sua venda de comida oferecida de porta em porta.

Ainda no século XIX, a indústria também ganhou espaço no mercado e com isso se obteve a oportunidade de montar uma feira com as suas novidades, descrito por Santos a seguir.

A partir de meados do século dezenove, as feiras assumem um papel novo refletindo igualmente o desenvolvimento tecnológico da indústria. Depois da Segunda Grande Guerra Mundial, as grandes feiras que surgiram constituíram-se como locais privilegiados para a apresentação das últimas novidades na indústria. (...) As Feiras devem acima de tudo responder às necessidades da economia e não à vontade do organizador. (...) Ao longo dos séculos, o conceito de feira tem-se alterado e hoje em dia, o espaço de feira é muito importante mais do que apenas um espaço para vender produtos. Sarmiento (1997, *apud* Santos, 2012)

Diante disso, podemos notar que a feira ganhou força total após a segunda guerra mundial, com o reconhecimento do desenvolvimento tecnológico da indústria, provocando a venda do que era produzido e com isso alcançando espaço e consumidores, melhorando a economia. Pode-se dizer que o reconhecimento da indústria, foi de grande importância para o início das feiras e o comércio local, como consequência, hoje em dia, temos uma atividade econômica extremamente importante para o desenvolvimento da sociedade como um todo.

“Existe periodicamente e em diversos parques de exposições e feiras de: alimentação, construção, mobiliário e decoração, automóveis, informática, artesanato, entre outros” Santos (2012).

3.2 A originalidade da palavra e o conceito do que seja Feira Livre

A palavra feira é originária do latim, *feria* que significa ‘dia de festa’ (Ferreira, 1999). Em português, quer dizer lugar público, muitas vezes descoberto onde se expõem ou se vendem mercadorias. É também lugar de encontro e conversa. (FREITAS; FONTES; GAV; OLIVEIRA 2008. p. 130).

Observada como instituição destinada à troca comercial, a feria tem sua origem relacionada ao renascimento da atividade comercial na passagem da Idade Média para a Idade

Moderna. Observa-se também que essa troca comercial ocorreu no Brasil somente em 1548, quando no regimento enviado ao Governador Geral o Rei Dom João III ordenava ‘que nas ditas vilas e povoados se faça em um dia de cada semana, ou mais, se vos parecerem necessários, feira [...]’ (Mott, 1975, p.309). Pois havia necessidade de vender o que tinha de sobra, em grande escala e comprar outras coisas que fossem necessárias. (DANTAS, 2008)

“A feira é um espaço onde um grupo de pessoas ‘feirantes’ realiza estratégias econômica de sobrevivência, excedendo trabalhos de revenda, varejista de produtos principalmente alimentício, onde pessoas das mais distintas classes sociais se abastecem” (Rocha, 2014). A feira é o local onde mais aproxima as pessoas e agrega valores, pois o feirante conquista freguês e seu próprio sustento ou o da família.

Uma abordagem mais simplificada refere que os dois tipos de feiras são: I) as gerais (artigos de consumo e industriais, em geral, tendo uma característica genérica e de público amplo) e II) as especializadas, em termos de: segmentos (industriais, comerciais ou de serviços); de setores (informática, artesanato, pecuária etc); de mercados (fornecimento para grupo alvo: saúde etc) e tipo de relacionamento com o cliente (subcontratação, franquias etc). (GOMES, 2012)

A seguir o mesmo autor complementa: “Outras fontes referem por sua vez uma classificação mais desagregada que engloba os seguintes tipos: feiras multissetoriais, feiras comerciais especializadas, feiras regionais, feiras de consumo e feiras internacionais.” Observa-se que o autor aborda os tipos de feiras e o que se pode encontrar em cada uma, desde as gerais até as de segmento, entretanto conforme visto, são as mais conhecidas no mercado.

“A feira é um desses espaços que unificam os mundos: da casa e da rua.” DaMatta (1997, *apud* Freitas; Fontes; Gav.; Oliveira, 2008) ou seja, a famosa frase “fazer a feira”, a feira não é composta somente pelo feirante, é composta também pelos vizinhos e pelo público em geral.

As Feiras representam um evento sociocultural e econômico proveniente da aglomeração de cidadãos e barracas, onde são comercializados vários tipos de produtos nas ruas (alimentos, roupas, sapatos, acessórios de casa, artesanato, etc.), com a finalidade de ofertar mercadorias a preços mais acessíveis. Não se sabe ao certo quando a feira se iniciou, mas antes de Cristo já havia o livre comércio, a troca de mercadorias em portos, que foi melhorando com o passar dos anos e a chegada da moeda.

3.3 O negócio Feira Livre

Um dos principais objetivos da feira é unir produtor e vendedor com a sociedade, que está ali para consumir e usufruir da mercadoria que está sendo exposta e vendida. Com isso, a feira consegue mostrar o trabalho do produtor e fazer esse contato direto com um público específico.

Portanto, Santos (2012), enfatiza que na atualidade as feiras organizam um mecanismo de promoção, divulgação e/ou comercialização de produtos ou serviços, de efeito temporário, que concentra compradores e vendedores de diferentes lugares de origem, empenhado em fazer negócios. A este respeito, pode-se acrescentar a seguinte afirmativa extraída de um documento emitido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE:

Qualquer feira tem seus objetivos, seja esta promovida por empresa profissional ou por iniciativa de uma comunidade, de uma prefeitura ou de uma instituição. Seus promotores normalmente têm, claramente, os objetivos que pretendem atingir, mesmo porque isto é básico para poderem avaliar se a feira atingiu as expectativas e as metas propostas (SEBRAE, p. 7).

Em vista disso, entende-se que a feira é constituída principalmente por objetivos do idealizador e feirante, como também por objetivo do consumidor, assim fazendo com que tenha melhor desempenho e melhor estrutura para atender a todos sem prejudicar o outro em especial o consumidor final, que é o freguês. Portanto, todas as feiras têm seus objetivos diretos e indiretos, para melhor alcançar seus desejos e suas propostas.

De acordo com Lima (2011, *apud* Oliveira e Lima, 2017) na prática, a feira livre é um lugar democrático, de acesso a todos e com produtos de qualidade semelhante aos dos supermercados e de demais estabelecimento comerciais. Assim possibilita vantagens tanto para os feirantes, quanto para os fregueses.

3.4 Desenvolvimento econômico local

O desenvolvimento econômico local pode ser definido como o grupo de estratégias e intervenções para a (re)construção da base produtiva local ‘para a ativação da economia local’ (cf. C. C. SILVA, 1998b) e pode provocar impactos no território (VITTE, 2006). A feira vem como um motor para atividade econômica local, a partir do momento que incentiva empreendedores locais e apresentam seus produtos e conhecimentos para o mercado.

Visando os produtores de doces e salgados que já havia no mercado de Parnaíba (PI), porém sem muita visibilidade, a Feira de Doces e Salgados acolheu-os e fez sua primeira edição em 2015. Assim fazendo com que esses empreendedores fossem vistos pela a comunidade parnaibana e por grandes empresários de eventos, melhorando o contato direto do empreendedor com clientes, e fortalecendo o desenvolvimento econômico local.

A feira é uma opção, na qual é bem vista por muitas empresas como ampliação do seu próprio negócio, podendo convidar parceiros semelhantes e assim fazer com que haja movimentação da economia local. Segundo Muls (2008), “um importante ator do desenvolvimento econômico local são as micro e pequenas empresas.” Estas podem desempenhar um papel importante e acionar um processo de desenvolvimento endógeno a partir do momento em que elas se organizem em redes.

Segundo Silva (2006), o desenvolvimento econômico em qualquer instância ‘nacional, regional ou local’ deve almejar não só a provisão de condições materiais mínimas, mas também bem-estar. Levando em consideração que os feirantes expõem o seu produto na feira para melhor visibilidade, alcançar novos clientes e com isso uma renda maior para garantir uma meta esperada ou até mesmo o garantir o seu próprio bem-estar. O bem-estar dos indivíduos não depende exclusivamente da posse de bens materiais, mas da acessibilidade aos meios que permitem o pleno desenvolvimento das potencialidades pessoais e também da coletividade (SILVA; OLIVEIRA; ARAUJO, 2012).

Conforme Buarque (1999, *apud* Rigo; Oliveira, 2008) Desenvolvimento local é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos, capaz de promover o dinamismo econômico e melhoria da qualidade de vida da população. Numa feira livre podemos observar facilmente como ocorre os mesmos, pois a economia gira com mais facilidade garantido por esse dinamismo e melhora a qualidade de vida, porque os feirantes têm contato direto com os fregueses.

As feiras têm um importante papel, que é abrir espaço para novos empreendedores que estão iniciando no mercado, independente de qual seja, pois nas feiras estes empreendedores tem a oportunidade de divulgar e ampliar seu negócio. De acordo com Costa e Farah (2012), cidades que fomentam o empreendedorismo têm mais chances de se desenvolverem socioeconomicamente, estimulando a economia local.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Feira de Doces e Salgados acontece desde 2015 e realizou sua 13^o Edição no dia 09 de novembro de 2019, na Praça Mandu Ladino, em Parnaíba (PI), comemorando seu 4^o aniversário. Entre 2015 e 2018 ocorreram duas edições em cada ano, que aconteciam geralmente nos meses de julho e dezembro, no entanto em 2019 foi realizada apenas uma edição.

Os dados coletados e aqui analisados foram estruturados conforme as variáveis implícitas nos objetivos específicos do trabalho. Primeiramente, foram analisados os dados dos feirantes quanto ao seu perfil, objetivos alcançados pelo os feirantes, perspectivas econômicas, fortalecimento da economia local e suas vantagens. Enquanto, os questionários aplicados aos fregueses, foram analisados os dados quanto ao perfil, visão e motivação quanto a Feira de Doces e Salgados, e fatores que influenciam a demanda do produto.

4.1 Perfil dos feirantes

Observou-se por meio da pesquisa feita com os expositores da Feira de Doces e Salgados os seguintes resultados: os empreendedores participantes foram formados por um número maior de mulheres, mas os homens também tiveram uma participação expressiva, representado por 56% de mulheres e 44% de homens.

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016), no Brasil, as mulheres representam 51,5% de quem inicia novos negócios. Observou no Jequitinhonha mineiro, presença marcante de mulheres feirantes na venda de alimentos prontos, mas na produção e nos pontos de venda da feira o trabalho era sempre familiar (Ribeiro, 2007, *apud* Araújo; Ribeiro, 2018).

Podemos notar o quanto a mulher tem buscado se inserir no mercado, desde o preparo da comida até a venda direta ao cliente. Observa-se essa conquista quando os autores citam que a mulher foi ganhando espaço na feira a partir do preparo dos alimentos, nos dias de hoje podemos encontrar mulheres donas do seu próprio negócio.

A maioria dos feirantes entrevistados tinham faixa etária entre 25 e 29 anos e acima de 50 anos, representando 25% para cada faixa etária, somando 50% do total entrevistado. Com faixa etária entre 30 a 34 anos representou, 18,75% do total, enquanto as outras duas faixas etárias com percentual próximo foram entre 20 a 24 anos e entre 35 a 39 anos com 12,5% cada, ou seja, 25% do total dos entrevistados. Por último, com percentual de 6,25% foram os feirantes

com faixa etária de 40 a 44 anos. Com isso é notório que essa feira gastronômica foi formada por empreendedores acima de 50 anos e por jovens empreendedores que estão buscando seu espaço no mercado.

Quanto a escolaridade dos feirantes entrevistados, os que têm ensino superior completo representou um percentual de 37,5%; seguido daqueles com ensino médio completo e superior incompleto 18,75% cada, isso é, 37,5% dos entrevistados. Feirantes com ensino médio incompleto, 12,5%; com ensino fundamental completo; e não respondeu resultou em 6,25% cada, ou seja, 12,5%.

Observou-se que os feirantes da Feira de Doces e Salgados tem uma escolaridade bem elevada, nos quais na sua grande maioria tem ensino superior completo e a minoria tem somente ensino fundamental completo.

Segundo Araújo e Ribeiro (2018), existe o feirante fixo, todo o tempo no mesmo mercado e ponto de venda. Trazendo essa visão para a análise da Feira de Doces e Salgados, mas levando em consideração que se trata de uma feira periódica, na qual não se tem uma rotina diária e que ocorre anualmente, podemos notar que tiveram expositores que estiveram presentes desde a primeira edição, ou seja, que participaram de todas, com o percentual de 25% desses participantes.

Dentre os entrevistados, a grande maioria estava apresentando seu trabalho e seus produtos pela primeira vez, totalizando 62,5%; os veteranos, que acompanharam as feiras desde a primeira edição, ou seja, expuseram seu produto, na feira, desde 2015, totalizaram 25%. Aqueles que participaram pela terceira vez e não lembraram, ficou com 6,25% cada.

Fazendo uma relação dos dados anteriores, foi observado dentre os feirantes entrevistados que a metade dos empreendedores com faixa etária de 25 a 29 anos tiveram sua primeira participação no ano de 2019 e que metade tem ensino superior completo. Quanto aos feirantes acima de 50 anos; somente 25% participaram de todas as edições; e 75% participaram na primeira demonstração Da feira, os mesmos tem escolaridade variada entre ensino médio incompleto/completo e ensino superior incompleto.

Observamos também que o público de entrevistados entre os feirantes com o maior nível de escolaridade foram os da faixa etária entre 30 a 34 anos, que têm ensino superior completo e apresentaram o seu trabalho pela primeira vez na Feira de Doces e Salgados.

Assim, é notório o ingresso de novos empreendedores no âmbito gastronômico, não somente do público jovem, mas também do público acima de 50 anos, pois como relatado acima tiveram um percentual maior na participação da feira apresentando o seu trabalho no ano estudado, conforme a tabela 01 e 02.

Tabela 01 – Distribuição da faixa etária dos feirantes quanto ao nível de escolaridade, em percentual %. Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019

Faixa Etária (anos)	Escolaridade						Total
	Fundamental Completo	Médio Completo	Médio Incompleto	Superior Completo	Superior Incompleto	Não respondeu	
20 a 24	-	6,25	-	-	6,25	-	12,50
25 a 29	6,25	-	-	12,50	6,25	-	25,00
30 a 34	-	-	-	18,75	-	-	18,75
35 a 39	-	6,25	-	6,25	-	-	12,50
40 a 44	-	-	6,25	-	-	-	6,25
45 a 49	-	-	-	-	-	-	-
Acima de 50	-	6,25	6,25	-	6,25	6,25	25,00
Total	6,25	18,75	12,50	37,50	18,75	6,25	100,00

Fonte: A autora (2020)

Tabela 02 – Distribuição da faixa etária dos feirantes quanto ao total de participação, em percentual %. Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019

Faixa Etária (anos)	Participação					Total
	Primeira vez	Segunda vez	Terceira vez	Todas as vezes	Não Lembra	
20 a 24	6,25	-	6,25	-	-	12,50
25 a 29	12,50	-	-	6,25	6,25	25,00
30 a 34	12,50	-	-	6,25	-	18,75
35 a 39	12,50	-	-	-	-	12,50
40 a 44	-	-	-	6,25	-	6,25
45 a 49	-	-	-	-	-	-
Acima de 50	18,75	-	-	6,25	-	25,00
Total	62,50	-	6,25	25,00	6,25	100,00

Fonte: A autora (2020)

Foi questionado também sobre a renda familiar (em salário mínimo) dos feirantes que responderam ter uma renda familiar de 3 a 4 salários mínimos, sendo 43,75% dos feirantes entrevistados e os feirantes que afirmaram ter de 1 a 2 salários mínimos, representaram 31,25% do total. Quanto aos demais, que tem a renda familiar entre 5 e 6 salários, 12,5%, e os com a renda entre 7 e 8 salários teve um percentual menor, acompanhado dos que tem a uma renda acima de 8 salários de 6,25% cada.

Nota-se que os feirantes, mesmo com menor renda, investiram na exposição de seus produtos na feira, proporcionando assim maior visibilidade para seus negócios com o objetivo de captar novos fregueses/consumidores. E os feirantes com salários mínimo entre 5 a 8 ou acima também fizeram exposição de seus produtos, mas com o percentual bem abaixo.

Dentre os feirantes entrevistados, quando questionados sobre a fonte de renda, boa parte responderam que foram financiados pelo o cônjuge (marido ou esposa) com o percentual de 43,75%; seguido dos que financiaram seu próprio negócio somado 31,25%; os que tiveram auxílio de terceiros foi um percentual de 6,25%; e os que investiram a renda da família, de ambos esposa e marido e financiaram o negócio familiar, representaram 18,75% do total. não tivemos entrevistados em que os filhos financiassem o negócio dos seus pais.

Através das respostas colhidas, observamos que o público de feirantes entrevistados está buscando investir no seu próprio negócio, nesse caso o ramo gastronômico, seja com a sua própria renda ou a do seu cônjuge (esposa/marido) com a renda familiar, ou seja, em conjunto a renda de ambos e uma alternativa que não pode ser excluída é a de buscar ajuda de terceiros.

Segundo Cassol (2013, *apud* Araújo e Magalhães 2018) indicou-se que feira era a principal fonte de receitas para 48% das famílias feirantes pesquisado pelo autor. Nesse caso, os feirantes pesquisados foram de feira agrônoma, que tem dias fixos, permanentes no calendário, ou seja, é uma feira constante nas quais os empreendedores que participam são sempre os mesmos. Já na feira estudada, o evento ocorre uma ou duas vezes ao ano, então, é um espaço para vincular os expositores ao um público que esteja apenas prestigiando, por não ser uma feira livre tradicional.

Então, fazendo uma breve comparação quanto a renda familiar e a fonte de renda esses expositores estão acreditando mais em si e tendo apoio do seu cônjuge (marido/esposa). Tendo em vista que esses expositores, boa parte são os de renda familiar com salário que varia de 1 até 4 salários mínimos.

Na pesquisa feita observamos o seguinte resultado: dos que tem renda familiar entre 1 e 2 salários, 60% investiram no seu próprio negócio e 40% foram apoiados financeiramente por seu cônjuge; os com renda de 3 a 4 salários, 71,4% foram apoiados por seu cônjuge e 28,6% tiveram o investimento de outros (terceiros); os com renda de 5 a 6 salário usam a renda de ambos (marido e esposa), ou seja, renda da família para o seu produto de trabalho; os que tem renda entre 7 e 8 e acima de 8 financiam a si mesmo, como mostra a tabela 03.

Tabela 03 – Distribuição da renda familiar quanto a fonte de renda investida, em percentual %. Parnaíba (PI). 2019

Renda Familiar (salários)	Fonte de renda				Total
	Renda própria	Conjuge	Ambos	Terceiro	
1 a 2	18,75	12,50	-	-	31,25
3 a 4	6,25	31,25	-	6,25	43,75
5 a 6	-	-	12,50	-	12,50
7 a 8	6,25	-	-	-	6,25
Acima de 8	6,25	-	-	-	6,25
Total	31,25	43,75	18,75	6,25	100,00

Fonte: A autora (2020)

4.2 Objetivos alcançados pelos feirantes

As feiras gastronômicas podem ser uma excelente escolha para o seu estabelecimento ser mais visto e lembrado pelo público. No decorrer do estudo será visto a veracidade dessa observação feita pelo site Loja Brazil, pois os participantes tiveram pontos positivos após a sua participação na feira estudada (LOJA BRAZIL, 2020).

“Homens e mulheres realizam trocas comerciais de mercadorias com a finalidade de garantir suas condições materiais de vida”, de acordo com Aparecida; Frigo (2018). Assim podendo obter seu próprio sustento monetário (financeiro) e/ou obter renda familiar, mas isso não é uma regra, ao longo da análise vamos poder observar que esse objetivo tem mudado.

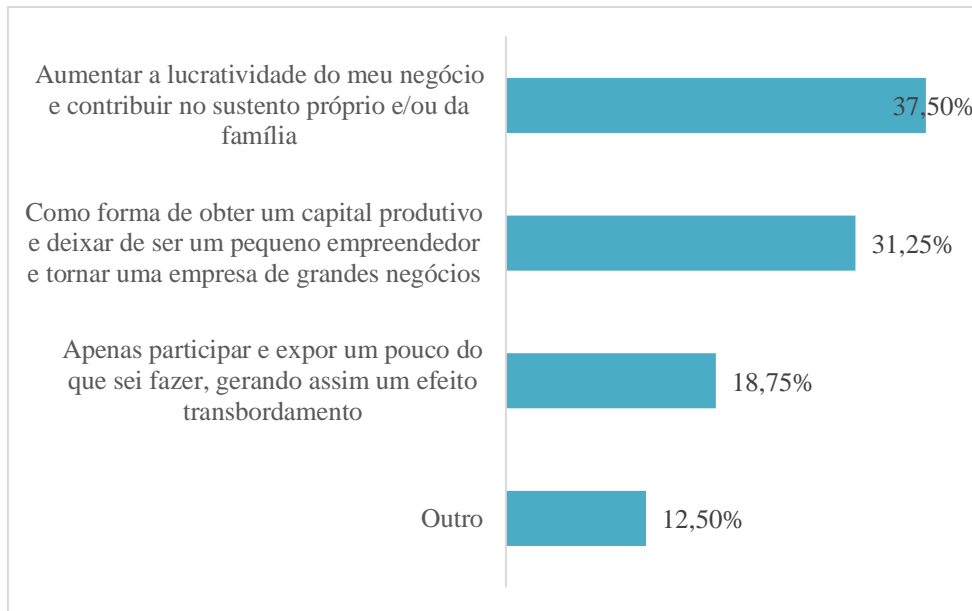
De acordo com os dados apurados anteriormente e com a entrevista do organizador da Feira de Doces e Salgados concedida a TV local (TV Costa Norte) na primeira exposição, no ano de 2015, podemos notar que a Feira de Doces e Salgados cumpriu o seu objetivo, que é apresentar realmente novos empreendedores que estão iniciando no mercado gastronômico.

4.3 Perspectivas econômicas

Os feirantes foram questionados sobre a finalidade e o que os influenciaram a participarem da feira. Responderam que foi aumentar a lucratividade do negócio e contribuir para o próprio sustento ou da família, representando 37,5%; a obtenção de capital produtivo e deixar de ser pequeno empreendedor e tornar uma empresa de grandes negócios, 31,25%; apenas participar e expor um pouco do trabalho, gerando o efeito transbordamento, 18,75% e outros, foi 12,5%. Um ponto que foi suposto como alternativa e não houve respostas da parte dos feirantes foi o seguinte: obter uma renda extra para realização de uma necessidade que

esteja fora do orçamento familiar (caso de doença, viagem e lazer, etc) e futuramente venha participar de outra edição.

Gráfico 01 - Motivação da participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Os autores Araújo e Ribeiro (2018), fazem uma observação diante dos preços médios numa determinada feira (*apud* Ribeiro, 2007), que é o seguinte:

Os preços nas feiras do Jequitinhonha resultam da média dos preços do comércio local e daqueles praticados por outros feirantes; é definido em cada feira como 'o preço que corre'; ou seja, o preço praticado por todos os vendedores da feira, derivado do levantamento que fazem de preços médios praticados no dia.

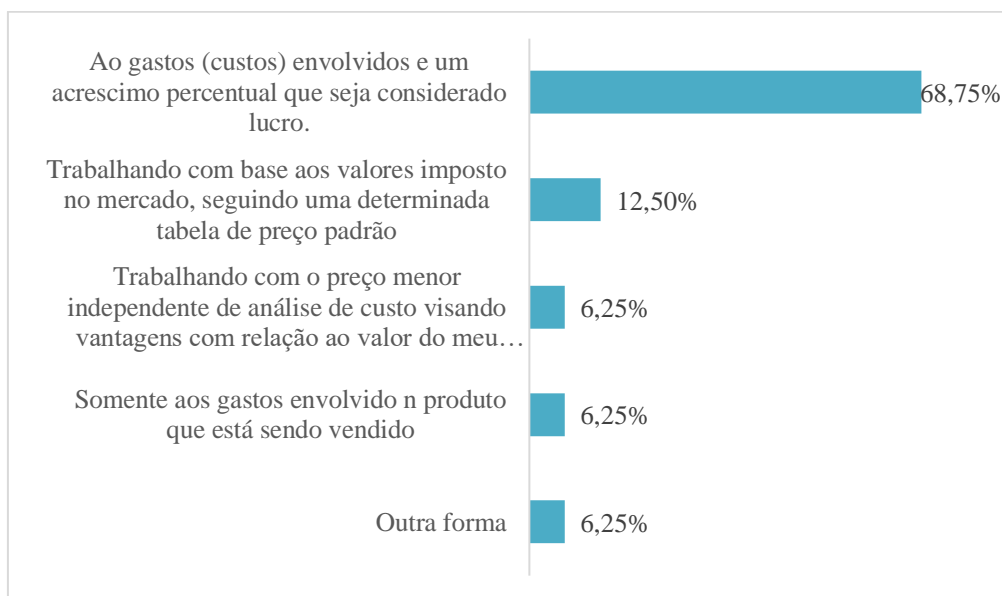
Observamos que na feira livre da agricultura familiar o preço é de acordo com mercadoria recebida e do preço médio estabelecido pelo feirante ao decorrer do dia, já na feira estudada tem os segmentos que vão ser demonstrados a seguir.

Os feirantes assim, procuram ofertar aos consumidores produtos mais especializados, de forma a garantir-lhes o reconhecimento do seu produto atrelando ao nome de quem o transforma, além de agregar valor (RIBEIRO, 2007, *apud* MODEL; DENARDIN, 2018).

Em seguida os mesmos observaram que o valor agregado pode se originar no custo das matéria-prima e qualificação dos participantes. Levando em consideração a afirmação da pesquisa de ribeiro, 2007, que também na nossa pesquisa, A grande maioria dos feirantes agregam valores nos custos da produção e na lucratividade esperada.

Segundo as respostas dos feirantes sobre à formação de preços podemos constatar que 68,75% afirmaram agregar ao valor final, o custo envolvido juntamente com um percentual de lucratividade; 12,5% disseram que apenas seguiram um padrão comercial, assim vendendo ao valor de mercado; e 6,25% falaram que determinaram o valor somando somente o total gasto na produção; trabalharam com valor abaixo do mercado, visando melhores vendas com relação ao concorrente; utilizaram outra forma para a determinação desse preço.

Gráfico 02 – Formação de preço do produto exposto na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Diante das respostas apresentadas, um feirante fez a seguinte observação “*Mesmo sendo uma feira, não podemos esquecer que pessoas conhecerão o nosso trabalho e com isso o preço é importante*”, ou seja, para esse feirante o valor do produto repassado para o consumidor final, no caso o cliente, não está ligado somente aos gastos e a lucratividade. O mesmo coloca outro relato expondo a sua opinião “*Não podemos, acho, fingir de cobrar barato, e depois no estabelecimento ser cobrado outra coisa.*”

As feiras constituem ainda importantes motores da atividade econômica e comercial, não só para os setores que intervêm diretamente na dinâmica do certame propriamente dito, como também para setores que beneficiam indiretamente com a sua realização. (GOMES, 2012) continua:

O crescimento do mercado de feiras tem vindo a ser uma constante, o que se repercute na ampliação e sofisticação da respectiva infraestrutura, pois cada vez mais empresas

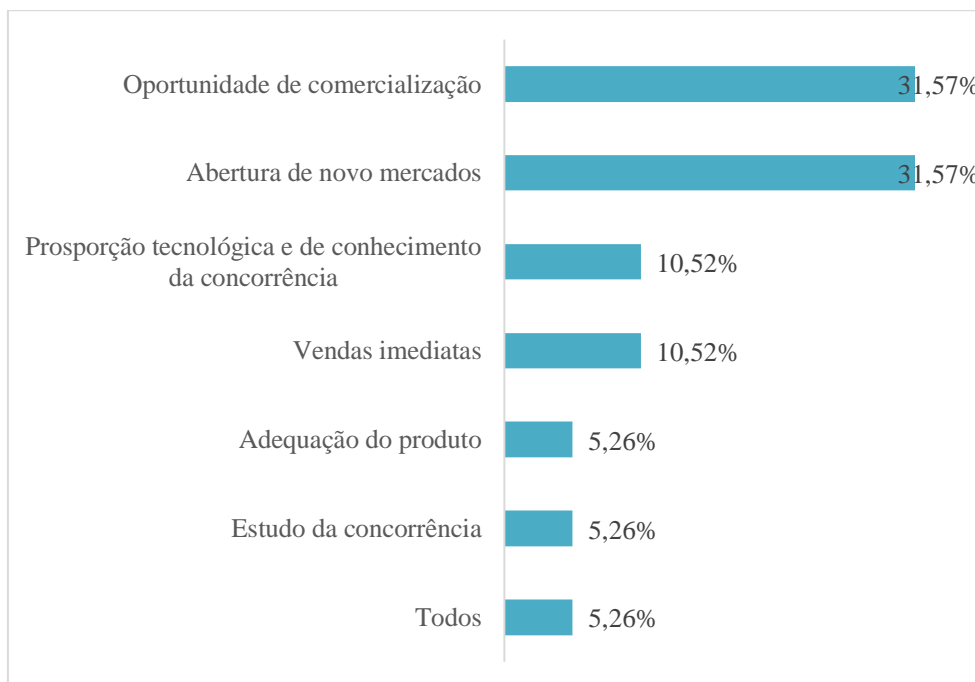
têm vindo a participar neste tipo de eventos, “apostando no segmento como gerador de grandes negócios, além de ser uma grande ferramenta de promoção de reunião de profissionais de um mesmo setor, criando um ambiente propício para a troca de ideias e transferência de tecnologia”.

Na Feira de Doces e Salgados não é diferente, a feira tem apresentação de expositores que variaram entre os que são novos no mercado e outros que já estão há mais tempo trabalhando no mercado gastronômico. E com isso convida empresários interessados há estar presente prestigiando e capturando novos empreendedores no ramo alimentício.

A visão desses participantes entrevistados na feira, com relação ao mercado de trabalho, aos indicadores que possa vir a melhorar e estabelecer o seu produto, que vai da oportunidade de comercialização e abertura de novos mercados com 31,57% cada; em seguida com o mesmo percentual tivemos: com as vendas imediatas e proporção tecnológica e de conhecimento da concorrência, que foi outro índice abordado com 10,52%, cada; a adequação do produto, estudo da concorrência e todos os índices indicado na pesquisa com 5,26%.

As alternativas estudadas e apresentadas no questionário foram baseadas em alguns pontos colocados por Santos (2012) como a importância das feiras se fazer presente nos diversos benefícios e vantagens que proporcionam, apresentadas no gráfico 03.

Gráfico 03 – Fatores contribuintes para os feirantes na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Segundo Model e Denardin (2018), a comercialização em circuitos curtos traz vantagens econômicas, sociais e culturais; desenvolve condições para práticas de reciprocidade através de trocas e favores realizados entre vizinhos; e promove o desenvolvimento local, alterando a dinâmica social e econômica com uma maior circulação de renda, serviços e produtos.

A feira em si é uma abertura de novos mercados, um ponto de partida para quem é pequeno e quer se tornar grande, além de obter reconhecimento pelo o seu trabalho apresentado. Dando oportunidade de novos negócios futuramente com a visibilidade que lhe é oferecida.

De acordo com as respostas colhidas sobre às vantagens econômicas, 50% responderam que a sua participação na Feira de Doces e Salgados foi motivada por um meio para promoção comercial, relacionamento com agentes comerciais e a abertura de novos canais de comercialização (e não com fins lucrativos); 25% responderam com relação a complexidade das atividades econômicas com alteração no hábitos de consumo, os aperfeiçoamentos nas tecnologias da informação, a disponibilização de novos produtos repercutira na percepção dos meus negócios no futuro, com possibilidade de novos planos; 18,75% não soube responder e 6,25% pelo contato com fornecedores que abriram um leque de melhor negociação, apresentadas no quadro 01.

Quadro 01 – Vantagens econômicas para o expositor da Feira de Doces e Salgados, Parnaíba (PI). 2019.

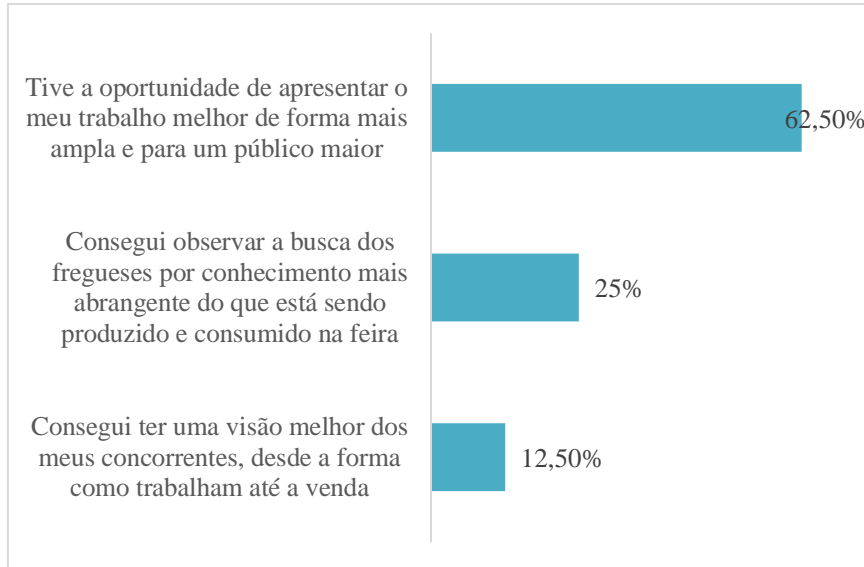
VANTAGENS	%
A participação na feira como negócio foi motivada como um meio para promoção comercial, relacionamento com agentes comerciais e abertura de novos canais de comercialização (e não com fins lucrativos)	50,00
A complexidade das atividades econômicas com alteração nos hábitos de consumo, os aperfeiçoamentos nas tecnologias da informação, a disponibilização de novos produtos repercutira na percepção dos meus negócios no futuro, com possibilidade de novos planos.	25,00
Não sei responder	18,75
Vantagem econômica contato com fornecedores abrindo leque de melhor negociações.	6,25
Não houve retorno e não houve nenhuma vantagem	-

Fonte: A autora (2020)

Na feira podemos adquirir bastante aprendizado, segundo os feirantes na pesquisa 62,5% teve a oportunidade de apresentar o seu trabalho de forma mais ampla e para um público maior; 25% conseguiu observar a busca dos fregueses por um conhecimento mais abrangente do que está sendo produzido e consumido na feira; e 12,5% conseguiu ter uma visão melhor dos concorrentes, desde a forma do trabalho até a venda. Uma outra questão que foi colocada

como alternativa e não se obteve retorno do feirante, foi a seguinte: ter contato direto com patrocinadores interessados em buscar novos empreendimentos no ramo alimentício.

Gráfico 04 – Experiências profissionais dos feirantes na Feira de doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

De acordo com um dos feirantes que fez a seguinte colocação “*A ideia da organização, colocar produtos diferenciados, permite a troca de experiências e ideias muito essencial para atender, isso também permite educar a clientela, o público em geral com um produto de mais qualidade.*” Logo em seguida ele acrescenta “*Feira, significa novidade, qualidade, compartilhar, observar, tudo isso é oferecido em 3hrs de feira.*”. O relato do Feirante remete a oportunidade de conhecer novos clientes e novas formas de atender um público maior, porém específico. Na sua segunda colocação ele faz uma ressalva do período decorrente do evento aos pontos positivos possíveis de adquirir novos clientes, mesmo em um curto espaço de tempo.

Na pergunta seguinte foi levado em consideração a forma como a Feira de Doces e Salgados ajudou aquele expositor, 37,5% dos entrevistados responderam que a feira ajudou com o vínculo mais próximo com os clientes favorecendo um aumento de encomendas futuras ligadas a eventos e festividades; 31,25% disseram que foi contribuindo para aumento da venda imediata pela praticidade de finalização de vendas no local; 25% afirmaram que foi contribuindo para informar com mais detalhes sobre o meu produto através de plataforma digital favorecendo as vendas de forma indireta e 6,25% não responderam, nos quais estão representados no quadro 02.

Quadro 02 – Contribuições da Feira de Doces e Salgados para os expositores. Parnaíba (PI). 2019.

CONTRIBUIÇÕES	%
Com vínculo mais próximo com os clientes favorecendo um aumento de encomendas futuras ligadas a eventos e festividades.	37,50
Contribuindo para informar com mais detalhe sobre meu produto através de plataforma digital favorecendo as vendas de forma indireta.	25,00
Contribuindo para o aumento da venda de imediato pela praticidade de finalização de vendas no local, proporcionando a imediata apresentação do produto ou serviço, ao vivo e diretamente.	31,25
Não respondeu	6,25
Não contribuiu no impacto das vendas	-
Outras formas	-

Fonte: A autora (2020)

Na perspectiva econômica como um todo, observa-se que as principais motivações foram aumentar a lucratividade e/ou obter um capital produtivo; nos quais os mesmos afirmaram que o valor final do produto tem um acréscimo percentual, visando o lucro; buscavam também a oportunidade de comercialização e/ou abertura de novos mercados, como fatores contribuintes; visando a ampliação da venda e por fim aumentar a credibilidade com os clientes.

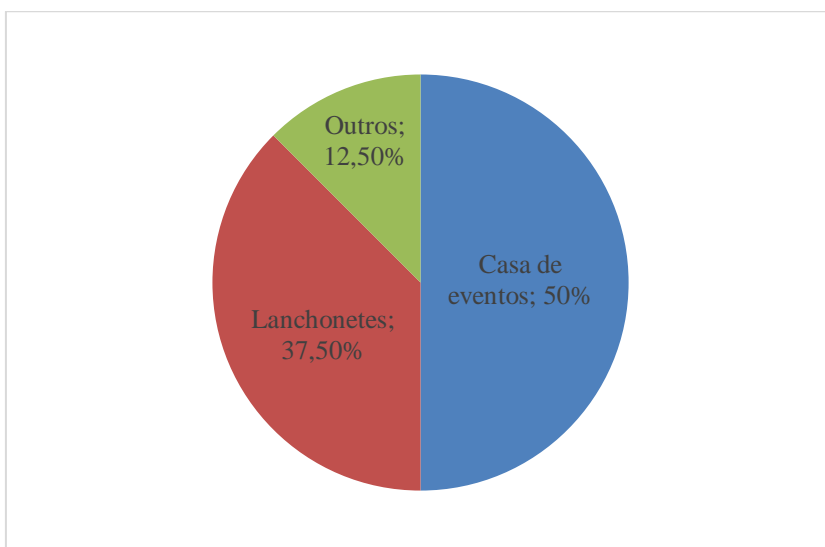
4.4 Fortalecimento da economia local e suas vantagens

Segundo Santos (2012), “a participação da empresa como expositora na feira de consumo trará resultados positivos, caso o canal de distribuição no mercado local e os produtos estejam voltados para o comércio retalhista.” Podemos notar que em feiras livres são notadas facilmente por empreendedores de grandes negócios, tomando como exemplo empresas, que buscam novos empreendedores de pequeno e médio porte para agregar em sua empresa. Diante disso, observa-se que os expositores também estão em busca de reconhecimento e novos contratos.

Foi perguntado também aos feirantes se depois da sua participação na feira o mesmo passou a ser contratado como fornecedores para empresas que prestam serviços, como casa de eventos, lanchonetes, entre outros; 57% responderam que sim e 43% responderam que não. Esse resultado foi devido a participação pela primeira vez.

Em seguida, os que responderam *sim* ao fornecimento de seus produtos para casas de eventos somou 50%, seguido de lanchonetes com 37,5% e outros com 12,5%. E nenhum responderam padaria e sorveteria, como suposto no questionário, como mostrado no gráfico 05.

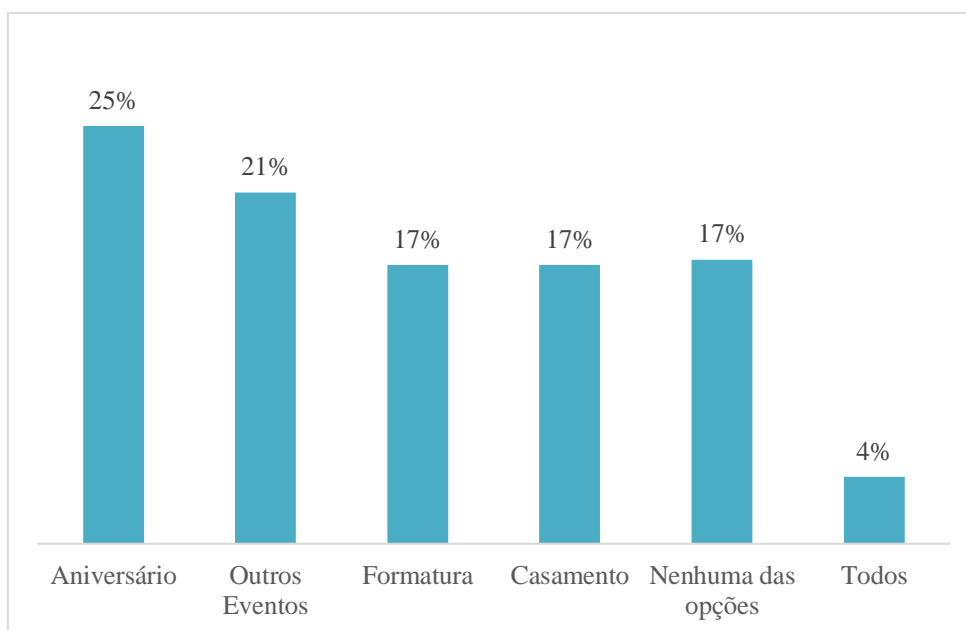
Gráfico 05 – Oportunidades profissionais após a participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Com relação à venda dos produtos foi questionado se há uma demanda para eventos; 25% responderam que há uma demanda para aniversário; 21% outros eventos; 17% responderam que há para formatura, para casamento e nenhuma das opções; e 4% responderam que demandam para todos os eventos.

Gráfico 06 – Demanda para eventos após a participação na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI) 2019.

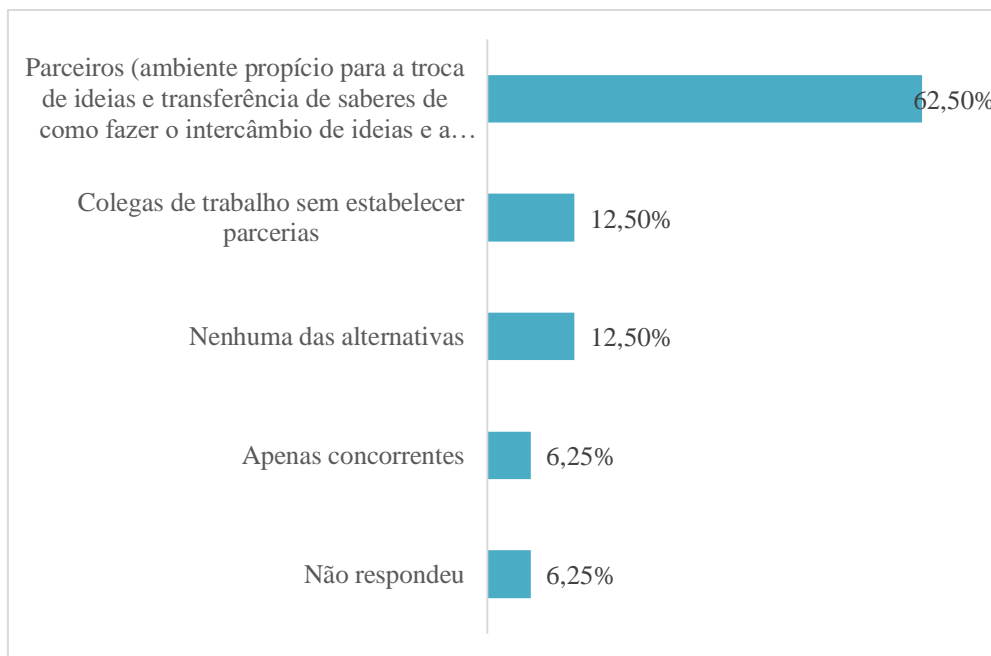


Fonte: A autora (2020)

O feirante (2019) ao responder nenhuma das opções, relatou, “*Pois, isso não é o nosso foco! Prefiro entender, aprender a conquistar um público estável, aumentar sempre a qualidade da empresa e de consequência esse público.*”

A respeito dos concorrentes os feirantes os consideram como parceiros resultando em 62,50% dos entrevistados; como colegas de trabalho sem estabelecer parcerias e nenhuma das alternativas somou 12,50% cada; e os que veem apenas como concorrente ou não responderam, 6,25% cada, apresentados no gráfico 07.

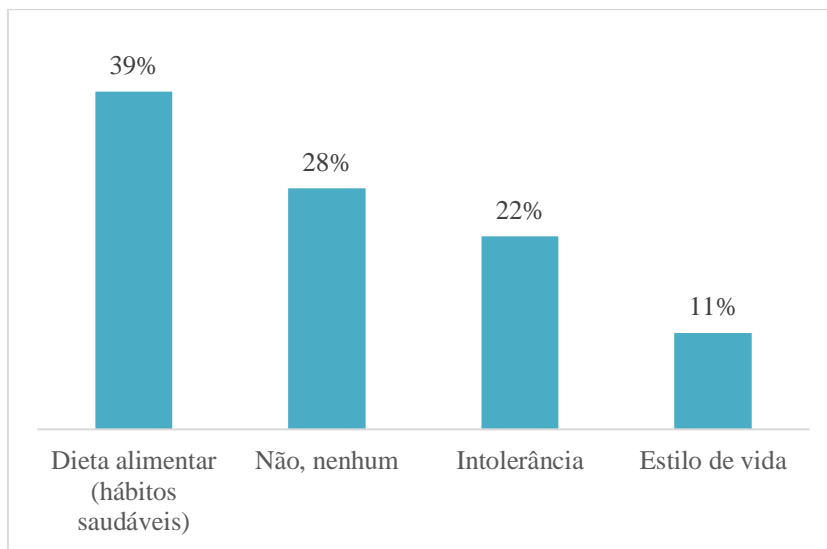
Gráfico 07 – A visão dos feirantes em relação aos seus concorrentes da Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

De acordo com a variedade de alimento que temos hoje, dentre esses existe uma série de restrições de pessoas com alergia, intolerância, doença crônica como diabetes e hipertensão, então foi questionado com relação ao atendimento, se os feirantes procuram atender os fregueses com restrições alimentares, eles responderam atenderem quem tem dieta alimentar somado 39%; não atenderam 28%; atenderam pessoas com intolerância somando 22% e por fim estilo de vida com 11%, conforme apresentado no gráfico 08.

Gráfico 08 – Restrições alimentares destacadas pelo os feirantes da Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Quanto ao retorno da comunidade parnaibana após a participação na feira, a maioria disseram que obtiveram um retorno totalizando 79%; enquanto os que não obtiveram retorno totalizou 21%.

O feirante ao responder “*sim*” em uma das questões do questionário, fez o seguinte relato: “*Estamos na era da comunicação! Precisa-se comunicar, pois obteremos grande retorno, no domingo abrimos a pizzaria, 40% dos clientes nos conheceram na feira diretamente ou através de amigos e parentes que perguntaram.*” Então, o feirante já teve retorno imediato, sendo visível em sua loja física no dia seguinte depois do evento, realizado dia 09 de novembro de 2019 (sábado).

Quanto a distribuição e conhecimento do seu produto foi indagado se é reconhecido somente na cidade de Parnaíba ou em outras localidades também, boa parte responderam que não são reconhecidos somente em Parnaíba, mas em outros lugares que totalizaram 80%, são reconhecidos e atendem em outras localidades como Luiz Correia, Cajueiro da Praia, Ubajara, Tianguá, Buriti dos Lopes, Anapurus (MA), entre outras. E a sua minoria respondeu que atende somente Parnaíba, somando 20%.

No fortalecimento econômico, observou-se que a metade já tiveram oportunidades com casas de eventos; já demandaram para aniversários; atendem o público com restrições alimentares; e tem os seus concorrentes como parceiros de negócios.

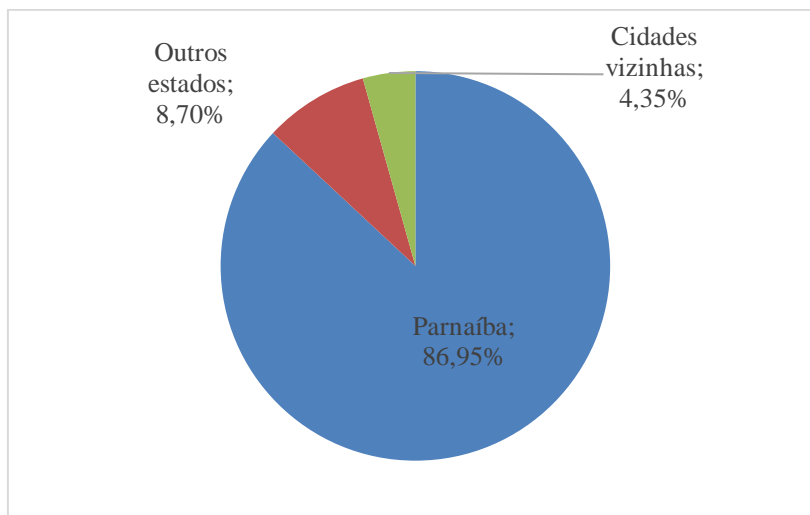
4.5 Perfil dos fregueses

O questionário foi aplicado ao público que estiveram presentes prestigiando a Feira de Doces e Salgados, em novembro de 2019. No total de 23 entrevistados, numa amostra por conveniência e com a permissão dos mesmos, que foi composto por mulheres, sendo 57% desse público entrevistado e homens 43%.

De acordo com Medeiros e Santos (2009), “Os eventos gastronômicos vêm cada vez mais sendo utilizados como forma de atrair turistas em épocas de menor ocupação. São festivais, feiras, amostras, etc... que assumem características de festas tradicionais com grande variedade de preparação.” A Feira de Doces e Salgados, geralmente ocorrem nos meses de julho e dezembro, por serem os meses que tem mais turistas visitando a cidade e pelo o fato da mesma ser uma cidade litorânea.

Do total de entrevistados a maioria representando 86,95% era da cidade de Parnaíba, cidade entrevistada. Enquanto cidades vizinhas somavam 4,35% e outros estados 8,70%, como apresentados no gráfico 09.

Gráfico 09 – Cidade de origem dos entrevistados na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

Nota-se que os fregueses na sua grande maioria foram mulheres e residentes de Parnaíba (PI), cidade origem da Feira de Doces e Salgados.

4.6 Visão e motivação dos fregueses quanto a Feira de Doces e Salgados

Foi perguntado a visão desses fregueses distribuindo em pontos positivos e negativo, que são os colocados no quadro 03, a seguir.

Os pontos positivos estão bem diversificados, nos quais foram apontados melhora para o feirante e para economia local, estrutura e organização, e quanto a variedade de comidas e preços acessíveis. Os pontos negativos tiveram alguns que são o inverso dos pontos positivos e outro que foram muito citados como a quantidade de mesas, variedade. Também como podemos observar no quadro 03, foram poucos os pontos negativos, pois alguns foram repetitivos e uma pequena parte do público entrevistado preferiram apontar apenas ponto positivo.

Quadro 03 – Pontos positivos e pontos negativos, na ótica do freguês entrevistados na Feira de Doces e Salgado. Parnaíba (PI). 2019.

PONTOS POSITIVOS	%	PONTOS NEGATIVOS	%
Produtos variados	21,70	Nenhum	21,74
Novidade e variedade de empresas	4,35	Espaço	17,39
Atendimento e sabores variados	4,35	Falta de divulgação	8,69
Geração de renda, segurança	4,35	Desorganização	8,69
Oportunidade de conhecer novos empreendedores	4,35	Alguns não tem máquina de cartão	4,34
Incentivo ao empreendedorismo	4,35	Barracas próximas	4,34
Diversidade em alimentos	4,35	Infraestrutura de apoio	4,34
Movimenta a economia local	4,35	Quantidade de mesas	4,34
Incrementa a renda dos feirantes	4,35	Preços altos desconforme a realidade	4,34
Conhecer os que não tem loja física e ter o contato para eventos futuros	4,35	Falta de cuidado no atendimento	4,34
Atrações/Evento diferentes	4,35	Pouca variedade	4,34
Tranquilidade	4,35	Acomodação	4,34
Interação	4,35	Pequena quantidade de expositor	4,34
Bem organizado	4,35		
Localização boa e comida de qualidade	4,35		
Um bom empreendimento	4,35		
Bons preços, melhor que ano passado, lugar limpo.	4,35		
Comida boa, espaço agradável	4,35		

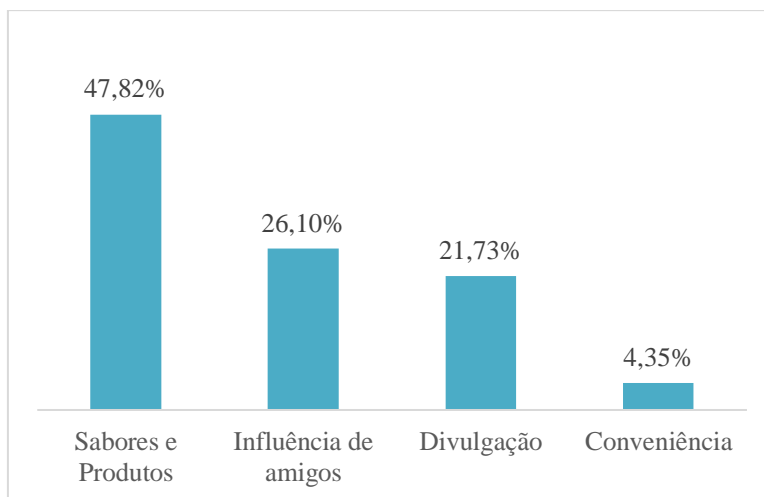
Fonte: A autora (2020)

Dentre os mais citados nos pontos positivos obteve-se apenas um percentual maior, que foi a variedade de produtos, 21,70%; e os demais pontos, totalizaram 4,35% cada. Nos pontos negativos, tiveram os que responderam nenhum ou não quiseram opinar, totalizando 21,74; e os demais citados com uma frequência maior foram quanto ao espaço, 17,39%; falta de divulgação e desorganização, 8,69% cada; e os outros descritos no quadro 03 totalizaram 4,34% cada.

Silva (2008, *apud* Araújo e Ribeiro 2018) “considera que a estratégia do feirante começa na montagem da banca e alcança a comercialização, a divulgação audiovisual do produto e as formas de pagamento”. Em seguida o autor destaca (*apud* Parente, 2015) “na feira cearense de Apazível, feirantes divulgam seus produtos numa revista local, a preços razoáveis; na mesma cidade também usavam uma motocicleta com alto falante para divulgar produtos.”

Foi levando em consideração alguns pontos e questionado aos fregueses da seguinte forma: o que lhe motivou a prestigiar a Feira de Doces e Salgados? Quase a metade responderam que foi sabores e produtos ofertados, que totalizaram 48%, seguido de influência de amigos ou familiares, 26%, divulgações em sites, jornais e/ou redes sociais, 22% e conveniência, 4%. Os fregueses não levaram em consideração a alternativa ambiente e preço ao escolher o que motivou a sua participação.

Gráfico 10 – Motivação de participação do freguês na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.

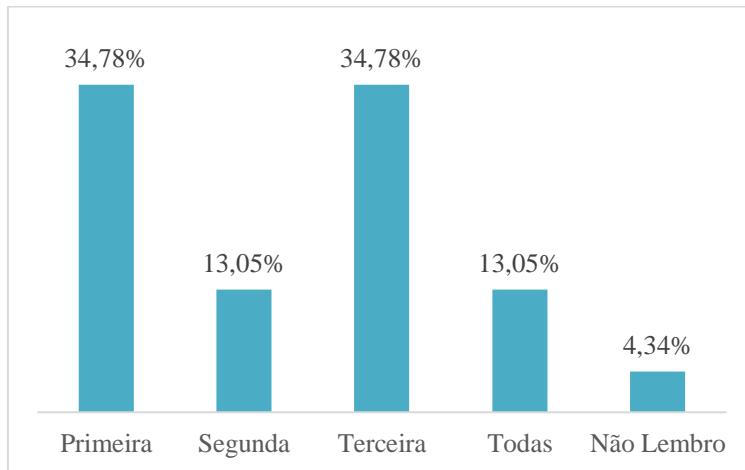


Fonte: A autora (2020)

Foi questionado quantas edições o freguês já visitou, a maioria responderam que estavam indo pela primeira vez ou terceira vez, representaram 34,78% cada; segunda edição ou

que participaram de todas, sendo 13,05% cada; e os que não lembram quantas edições e/ou já participou 4,34%.

Gráfico 11 – Frequência de participação no evento. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

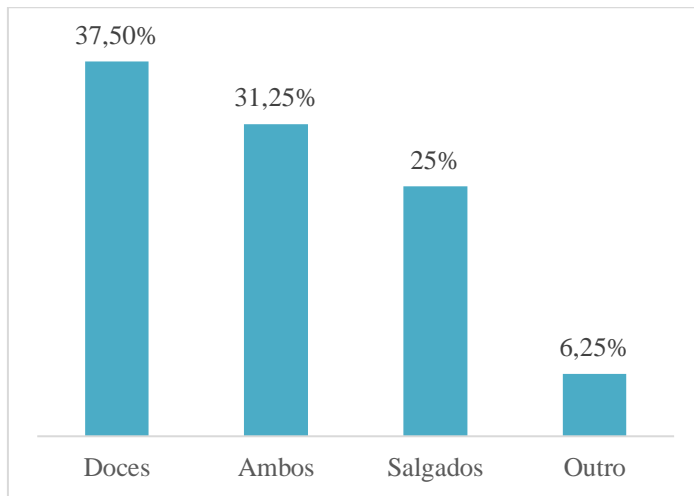
Na visão e motivação dos fregueses foram abordados pontos positivos e negativos; motivo de sua visita a Feira de Doces e Salgados, nos quais afirmaram ter ido pelo os sabores; e a frequência de sua participação na mesma.

4.7 Fatores que influenciam a demanda do produto

Embora feiras gastronômicas costumem ter espaço para diversos tipos de estabelecimento, não se pode negar que há concorrência entre eles. Sendo assim, é fundamental investir com sabedoria para se destacar, segundo Loja Brazil (2020). Grandes feiras gastronômicas que ocorrem pelo o país todo são formadas por diversos tipos de comidas e aperitivos, no caso da feira de doces e salgados como o próprio nome já diz é um evento mais restrito, embora possa haver outros tipos de degustações, como vamos apresentar agora no próximo gráfico e em outros mais à frente.

Com relação aos produtos vendidos e apresentados por eles podemos observar que a venda de doces foi a que mais esteve presente na feira com o percentual de 37,5%; acompanhada da venda de ambos (doces/salgados) que somou 31,25% na exposição; em seguida vem a venda de salgados totalizando 25%; e a venda de um produto extra que não se encaixa nos parâmetros descritos, que foi a cerveja artesanal com 6,25%, como mostra o gráfico 12.

Gráfico 12 – Tipo de produto exposto pelo os feirantes na Feira de Doce e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

A composição dos produtos apresentado na Feira Doces e Salgados estava bem diversificado. Durante a exposição da feira foi notório que havia grande variedade de doces e também havia uma boa variedade de ambos, por exemplo pizza, tapioca recheada, dentre outros.

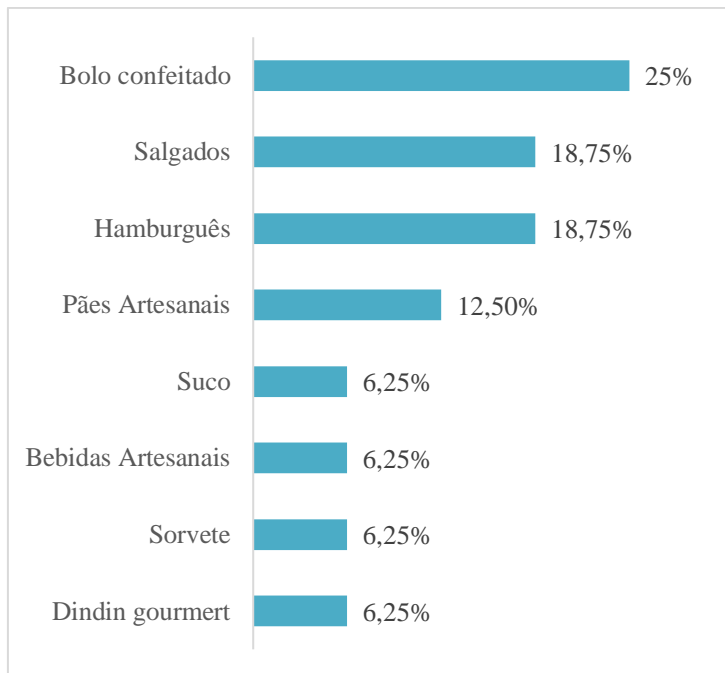
Na opinião dos feirantes, os fregueses apreciavam mais ambos os sabores apresentados que foram 50%, seguido dos que acreditavam que os fregueses apreciam mais sabores doces com 31,25%, que acreditaram que seja por salgados com 12,5% e não respondeu 6,25%.

Com relação a preferência de sabores escolhido e de preferência dos fregueses entrevistados; 60,85% responderam que prefere salgado; 34,80% disseram que ambos; e 4,35% responderam doce.

Observa-se que houve divergências quanto a preferência dos fregueses, nas quais os feirantes optaram por ambos e os fregueses na sua grande afirmaram que prefere salgados. Mas vale ressaltar que o feirante preferiu optar por ambos, pois na feira havia exposição tanto de doces como de salgados, como o próprio nome deduz “Feira de Doces e Salgados”.

Segundo os feirantes entrevistados, o público que visitaram a feira, tem preferência por bolo confeitado que totalizaram 25%; seguido de salgados e hamburguês, que somaram 18,75% cada; teve também pães artesanais com 12,5%; e outros como: suco, bebidas artesanais, sorvete e dindin gourmet obtiveram 6,25% cada dos mais procurados, detalhado no gráfico 13.

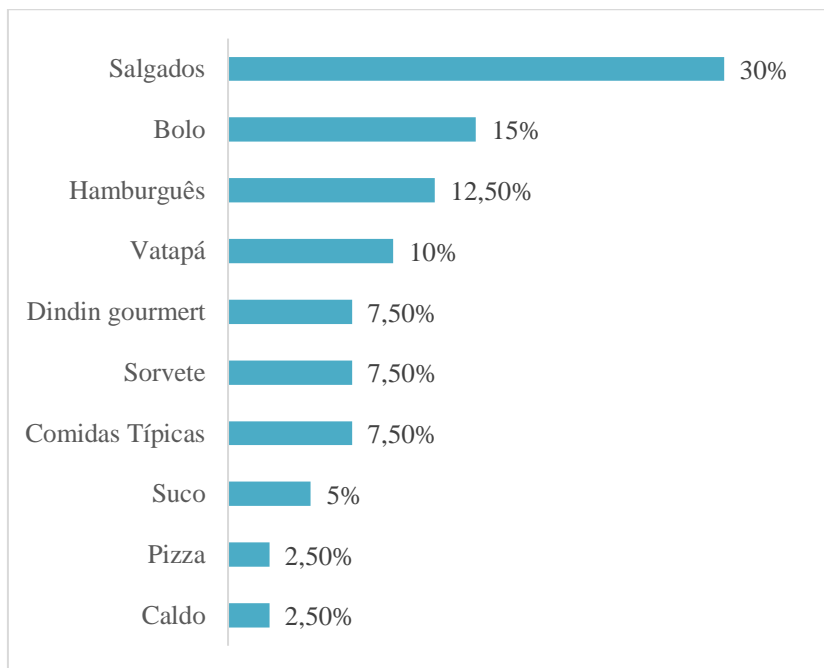
Gráfico 13 – Produtos mais procurados segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

Quais dos produtos exposto e ofertado na Feira o freguês mais gostaram, 30% responderam que gostaram mais dos salgados, 15% bolo, 12,5% respondeu hamburguês, 10% vatapá, 7,5% sorvete, dindin gourmet e comidas típicas cada, 5% sucos, 2,5% pizza, 2,5% caldo. Houve dois produtos apresentados e exposto na feira que os fregueses não escolheram que foram pães artesanais e bebida artesanais, apresentados no gráfico 14.

Gráfico 14 – Preferência do freguês quanto aos produtos apresentados na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019.



Fonte: A autora (2020)

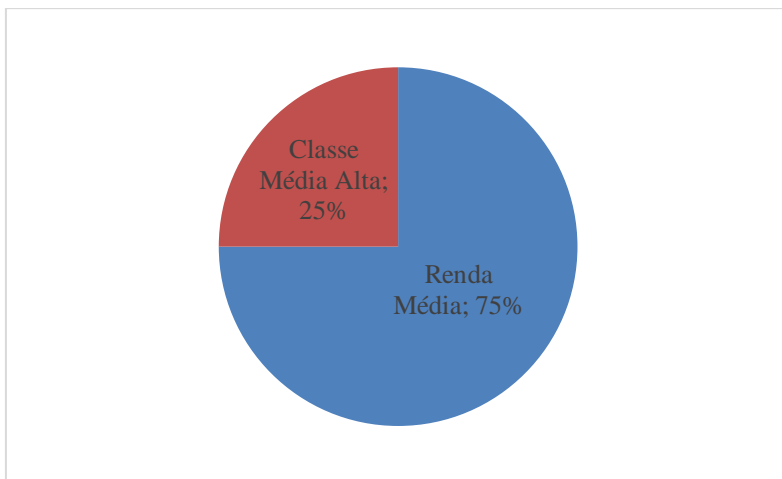
Foi perguntado também o porquê da escolha do produto, mais da metade responderam os seguintes pontos: preferência e gosto pessoal resultaram em 21,70% cada; comida favorita 13,05%; e bem feito 8,70%, ou seja 65,15% tiveram respostas semelhantes as citadas anteriormente. As demais respostas foram as seguintes: Variedade de produtos oferecidos, variedade de salgados e sucos por ser menos ofensivo para o corpo comparado ao refrigerante, doce favorito, mais atrativo, variedade de sabores e já conhecia o produto, isto é 34,85% tiveram opiniões diferentes.

Observou-se também que houve divergência na escolha dos produtos, porém pequena, pois na opinião do feirante os fregueses estavam preferindo bolo confeitado, seguido de salgados e hamburguês, ambos com o mesmo percentual. Na pesquisa feita com os fregueses ocorreu o inverso, salgados obteve um percentual maior, seguido de bolo confeitado e hamburguês com uma diferença pequena. Salientando que os demais produtos expostos na feira também foram escolhidos por cada um, porém os 3 que tiveram destaque foram os citados anteriormente.

Os feirantes responderam quanto a classe social dos fregueses, os mesmos responderam que esse público que frequentaram ou visitou a exposição, são 75% de classe média e 25% de

classe média alta. Ou seja, os de baixa renda e classe alta foi um público que não foi constatado na pesquisa, de acordo com o gráfico 15.

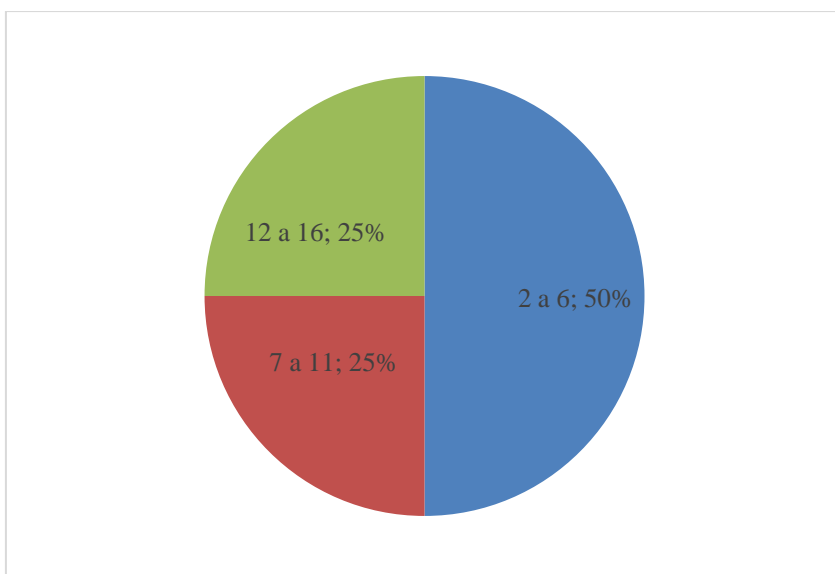
Gráfico 15 – Classe social dos fregueses segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

Segundo os feirantes entrevistados metade supôs que os visitantes pagariam pelo o produto de sua preferência em média de 2,00 a 6,00 reais. E a outra metade desses feirantes estava dividida entre os que pagariam em média do valor entre 7,00 e 11,00 reais e a outra pagaria entre 12,00 e 16,00 reais, como está disposto no gráfico 16.

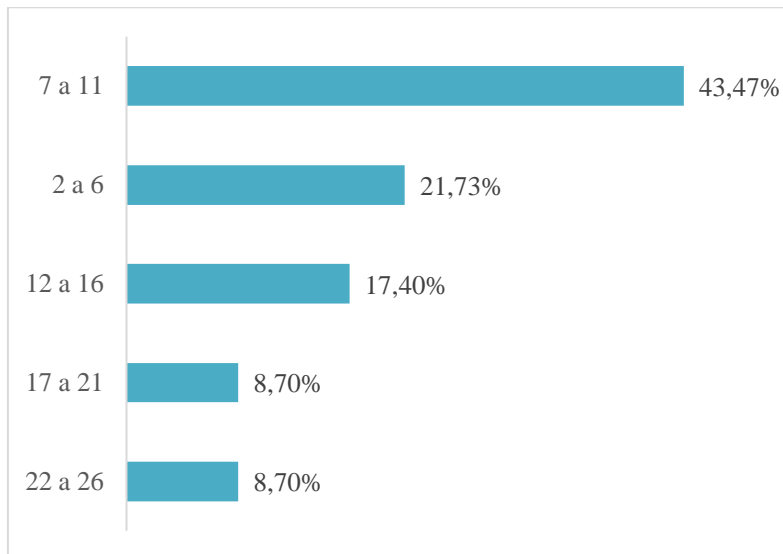
Gráfico 16 – Valor médio pago pelos os fregueses segundo os feirantes. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

Com relação aos valores/preços equivalentes aos produtos de sua preferência, dentre uma média, eles disseram que estava de 7 a 11 reais somaram 43,47% dos pesquisados, de 2 a 6 reais somou 21,73%, de 12 a 16 reais teve o total de 17,40% e de 17 a 21 reais e de 22 a 26 reais totalizaram 8,70% cada, como mostra no gráfico 17.

Gráfico 17 – Média de valor pago pelos os fregueses no produto exposto na Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019

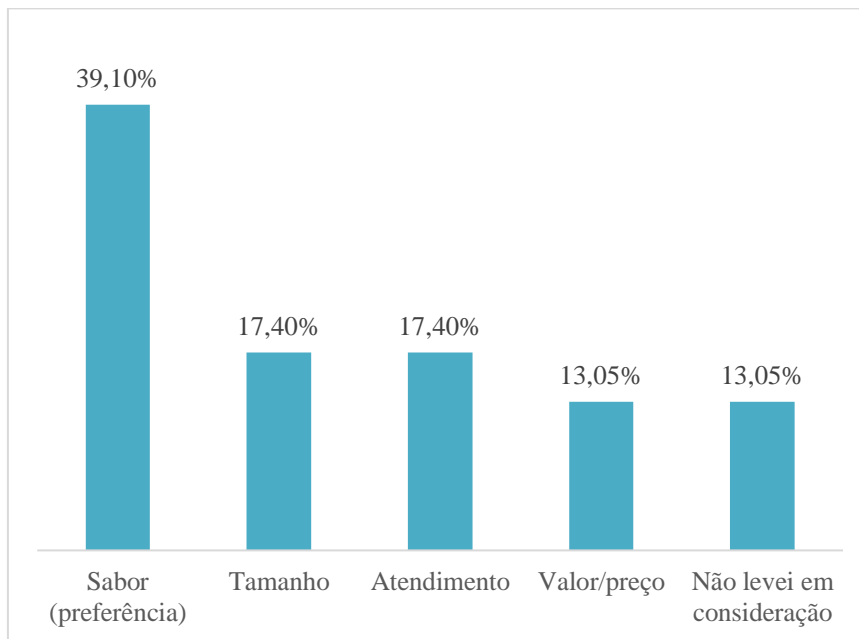


Fonte: A autora (2020)

Nos gráficos acima 23 e 24, vimos que ocorreu um pequeno desencontro semelhante ao ocorrido no da escolha do produto, neste podemos observar a média de valor feita pelo os feirantes e pelo os fregueses. No gráfico 23, mostra que metade dos feirantes afirmaram que os clientes pagariam em média de 2 a 6 reais no produto, já no gráfico 24, mostra que quase a metade dos fregueses pagaram em média de 7 a 11 reais.

O que os fregueses levaram em consideração na hora de finalizar a compra, 39,10% responderam que foi a preferência de sabor(gosto); 17,40% disseram que foi o tamanho e/ou atendimento; 13,05% foram o valor/preço e/ou não levaram nada em consideração, apresentado no gráfico 18.

Gráfico 18 – Influência na decisão da compra. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

Conforme Bourdieu (2008, *apud* Model e Denardin, 2018) as feiras consistem em um local de relações sociais, um espaço de trocas de saberes e de hábitos culturais, local em que os envolvidos enriquecem o seu capital cultural, através de trocas, aprendizagem e obtenção de novos saberes e experiências vividas pelo outro.

Na feira o expositor tem a oportunidade de ter um contato direto com o freguês e vice-versa, o freguês com o feirante, com isso ambos se beneficiam ao realizar a troca de saberes através de informações questionadas pelo o cliente e fornecidas feirante.

A importância das feiras encontra-se associada ao fato de gerarem negócios significativos decorrentes do encontro de "quem quer vender" com "quem quer comprar", constituindo uma oportunidade única para o intercâmbio de ideias e a atualização profissional.

No questionário foi abordado também sobre as tocas de informações, dialogo entre os expositores e os fregueses, 43,75% responderam que houve troca de informações sobre de forma rápida, prática e direta, 37,5% disseram que através da troca de saberes, transmitindo conhecimento e interagindo sobre como é produzido e como é o seu trabalho e 6,25% cada através de patrocinadores que acabam colaborando indiretamente com a divulgação meu produto; outros meios; e não respondeu, como apresentados no quadro 04.

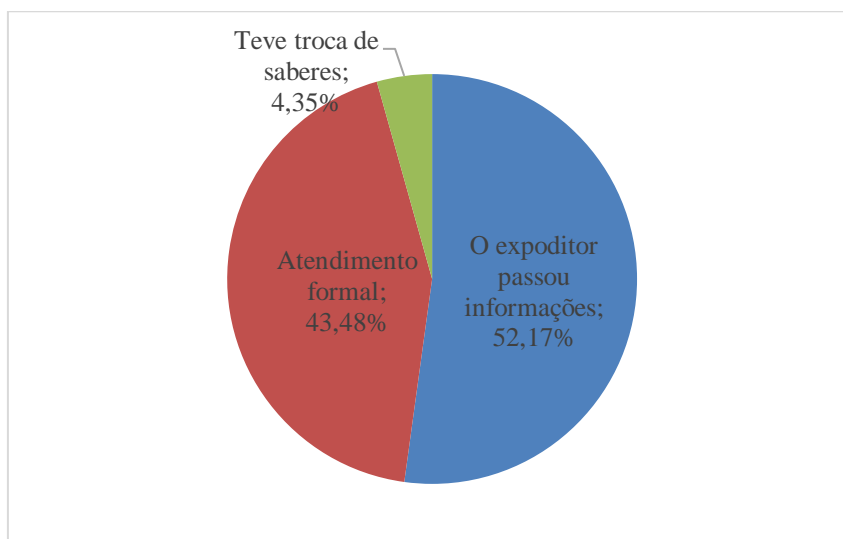
Quadro 04 – Diálogo entre os feirantes e os fregueses durante a Feira de Doces e Salgados. Parnaíba (PI). 2019

DIÁLOGO	%
Produzindo trocas de informações sobre o produto durante a feira de forma rápida, prática e fácil. Direta;	43,75
Através do vínculo com os fregueses a partir da troca de saberes, transmitida pelo o mesmo e assim interagindo com a contextualização de informações sobre como é produzido e com o que se é trabalhado.	37,5
Através de patrocinadores que acabam colaborando indiretamente com a divulgação do meu produto.	6,25
Outros meios	6,25
Não respondeu	6,25
Apenas com atendimento formal, sem detalhes do produto que está sendo vendido. Indireta;	-

Fonte: A autora (2020)

Conforme Oliveira e Lima (2017), por meio do diálogo, do contato direto entre produtores e consumidores, ambos tendem a ganhar quando se encontram no espaço da feira livre. Em vista disso, foi perguntado como ocorreu o diálogo entre os fregueses e os expositores, segundo os fregueses entrevistados, responderam que o expositor passou informações sobre o produto de forma rápida e prática totalizaram 52,17%, responderam que houve apenas um atendimento formal, sem muitos detalhes, 43,48% e disseram que houve uma troca de saberes, somaram 4,35%, apresentado no gráfico 19.

Gráfico 19 – Atendimento ao cliente na visão dos feirantes da Feira de Doces e Salgado. Parnaíba (PI). 2019.



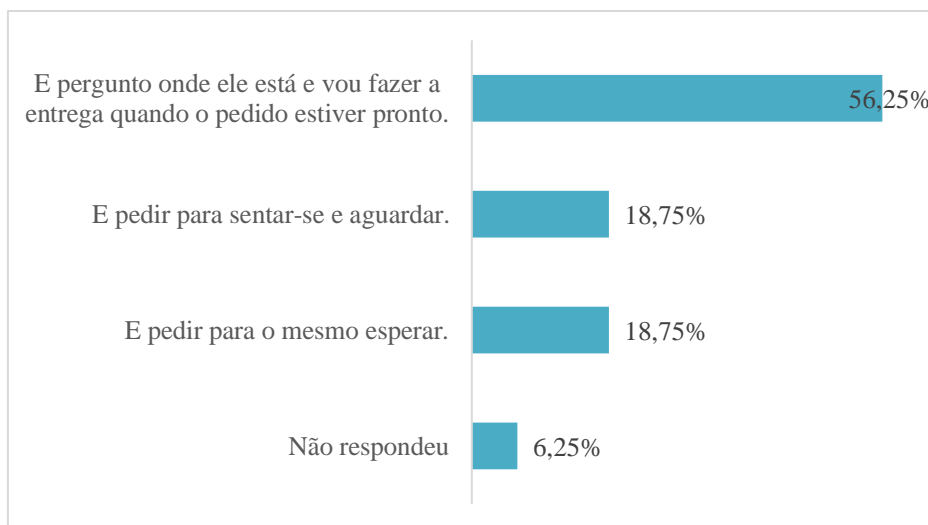
Fonte: A autora (2020)

No quadro 4 e no gráfico 19, temos a forma como se procedeu o atendimento, que segundo o feirante ocorreu de forma rápida, prática e fácil, ou seja, de forma direta e o freguês confirmou que o expositor passou informações sobre o produto na hora do atendimento.

Quando há uma troca de saberes, o feirante tem a oportunidade de falar como o produto foi feito, como ele cresceu no ramo, contar um pouco das suas experiências, compartilhar um pouco do que sabe. E o freguês ganha o conhecimento adquirido por aquele feirante.

Quanto ao atendimento, a atenção para com o cliente depois de feito o pedido, os expositores se informaram perguntando onde o cliente estava para facilitar a comodidade do mesmo somaram na pesquisa 56,25% dos feirantes entrevistados, já os pediram para o freguês esperar ou sentar e aguardar somaram 18,75% cada e não responderam 6,25%. Uma alternativa que foi levada em consideração, mas não obteve resposta, foi a seguinte: Apenas recebendo o pedido e não dou nenhuma informação, conforme o gráfico 20.

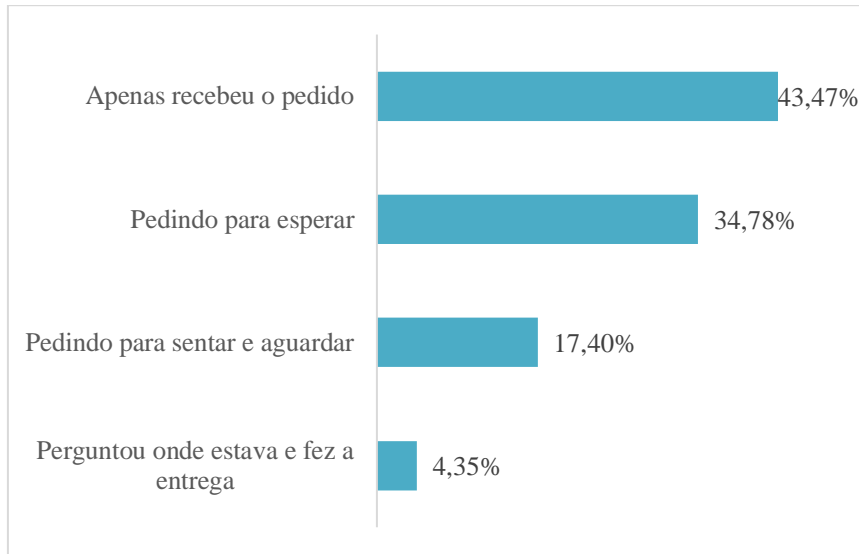
Gráfico 20 – Atendimento na visão dos feirantes na Feira de Doce e Salgados. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

E por último foi questionado qual foi o comportamento dos feirantes ao finalizar o seu pedido, como eles procederam; 43,47% afirmaram que o feirante apenas recebeu o pedido, 34,78% disseram que pediu para esperar, aguardar, 17,40% pediu para sentar e aguardar, e 4,35% responderam que o atendente perguntou onde ele estava e fez a entrega quando o pedido ficou pronto, apresentado no gráfico 21.

Gráfico 21 – Finalização do pedido de acordo ao ponto de vista dos fregueses. Parnaíba (PI). 2019



Fonte: A autora (2020)

Nos gráficos 20 e 21, mostra a divergência que houve depois que o cliente finalizou o seu pedido. Segundo os feirantes, afirmaram que perguntaram onde o cliente estava para fazer a entrega, já segundo os fregueses isso não ocorreu, ao finalizar o pedido o feirante apenas recebeu o pedido. Segundo o relato de um Feirante *“Isso ficou um pouco descoberto, pois muitas pessoas passavam curiosas, talvez comiam e saíam da feira! Minha opinião é que as pessoas não tem costume e educação ainda para este tipo de evento!”*

A feira funcionou em local livre, porém com pouco espaço, como observado nos pontos negativos pelos fregueses e observando o relato do feirante, não teria como atender a todos da forma que o feirante desejava durante todo evento. Nota-se que pode ter ocorrido do feirante ter usado essa estratégia de perguntar onde o freguês estava para fazer a entrega do seu pedido no início da feira, quando ainda havia pouca movimentação de visitantes, no entanto no decorrer da feira essa estratégia foi se modificando.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Feira de Doce e Salgados, é um evento que começou a partir da iniciativa de dois jovens, que foram em busca de parceiros incentivadores e de pessoas que estivessem dispostas a apresentar o seu trabalho e com isso melhorar as vendas. Dentre os parceiros tiveram público e privados, nos quais alguns apoiaram desde 2015 e outros por um período menor de tempo. Sendo estes: Lopadeiro, Mega evento, Parnaíba cidade criativa, Casa Santo Antonio, Relevo, Circulando, TV Costa Norte, TV Delta, Prefeitura de Parnaíba, Multitudo, Barbara Flores, entre outros...

A feira quer dizer lugar público, muitas vezes descobertos onde se expõem ou se vendem mercadorias. Representam um evento sociocultural econômico proveniente da aglomeração de cidadãos e barracas. Por ser o primeiro evento a dar oportunidade a pequenos empreendedores gastronômicos, que na grande maioria não possuem loja física, isso despertou grande interesse em entender na prática, quais os impactos econômicos gerados pela a realização do mesmo.

Observa-se também, que a metade da população apanhada é composta por jovens na faixa etária entre 24 e 29 anos e por participantes acima de 50 anos. Nota-se também que todos possuem renda própria e que sua amostra na feira é com o intuito de captar novos clientes.

De acordo com os dados analisados, a perspectiva econômica foi atendida, de modo que foi levado em consideração a motivação da participação, formação dos preços, fatores econômicos e comerciais e suas vantagens econômicas. E ainda de acordo com o estudo realizado o desenvolvimento econômico local foi visto com os seguintes pontos de retorno: contratos futuros, demanda para eventos e resposta da comunidade após a realização da feira. Outros pontos como a visão do feirante com relação ao seu concorrente e restrições alimentares, que foram positivas, possibilitando atender um número maior e específico de fregueses.

Entrevistando uma amostra de fregueses por conveniência, foi observado que sua grande maioria são moradores de Parnaíba (PI), que já conhecia e frequentava a feira em anos anteriores. Quanto ao motivo do seu retorno e/ou sua primeira visita a feira nota-se, que os fregueses estavam prestigiando pelos sabores e produtos apresentados. Nos quais os mais degustados pelo os mesmos foram salgados, bolo confeitado e hamburguês. Então conclui-se que a feira alcançou seus objetivos esperados e agradou a comunidade Parnaibana, visto que a mesma continuou prestigiando o evento.

Embora não tenha sido possível a aplicação para toda a população apresentada inicialmente pela a organização, os resultados obtidos foram suficientes para observar que

tiveram retorno relevante após a sua participação na feira. Com a possibilidade de novos contratos em eventos, lanchonetes, entre outros.

A Feira de Doces e Salgados, pode ser considerada um grande motor para a economia local de Parnaíba, pois a mesma busca divulgar novos empreendedores no ramo alimentício, nos quais muitas vezes não tem loja física e estão de fato iniciando o seu negócio. Possibilitando assim o contato direto com novos clientes e até mesmo com grandes empresários de eventos, estabelecimentos do ramo. Com isso fazendo a economia girar, mesmo que seja no longo prazo, pois a feira é apenas uma porta para o futuro desses empreendedores.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Alexandre Moura. RIBEIRO, Eduardo Magalhães. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **CNPq e Fapemig**, 2018, p. 562-583.
- BRAZIL, Loja. Feiras gastronômicas: uma excelente oportunidade para se destacar. 2019, p, 1-5, <https://www.lojabrazil.com.br/blog/feiras-gastronomicas/>, visitado em 24/12/2020.
- FÉLIX, Rosana Dalla Costa, e JÚNIOR, Moisés Francisco Farah. Empreendedorismo e desenvolvimento. **RBD – Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, v 2, n 2, p. 104-117, jul/dez. 2013.
- FILHO, Jair do Amaral. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **IPEA. Planejamento e políticas públicas – PPP**, n. 23, jun 200,1p. 262-286.
- FREITAS, Maria do Carmo Soares de, FONTES, Gardênia Abreu Vieira, and OLIVEIRA, Nilce de, (Orgs). **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura** [online]. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p.
- GALDINO DANTAS, Geovany Pachelly. Feiras no Nordeste. **Mercator – Revista de Geografia da UFC**, Universidade Federal do Ceará, vol. 7, núm 13, 2008, pp. 87-101
- GASPAR, Ricardo Carlos. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. **Caderno Metrôpole**, São Paulo, São Paulo, v. 17, n. 33, p. 265-296, 2015.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil. 2016/** Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira; diversos autores – Curitiba: IBQP, 2017. 208p.: il.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. – 6. ed. – **São Paulo: Atlas**, 2008, p. 1-220.
- JÚNIOR, Antonio Rocha. Enfoques geográficos sobre a feira livre de Guarabira/PB. **Universidade Estadual da Paraíba**, 2014, p. 1-48.
- MODEL, Patrícia Aparecida, and DENARDIN, Valdir Frigo Agricultura familiar e a formação de circuitos curtos de comercialização através das feiras livres: o caso da matinfreira -PR.

Engema – Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, Universidade Federal do Paraná, [2018] ano, p. 1-15.

MULS, Leonardo Marco. Desenvolvimento local, espaço e território: o conceito de capital social e a importância da formação de redes entre organismos e instituições locais. **Economia**, Brasília (DF), v.9, n1, p 1-21 jan/abr 2008.

NASCIMENTO, Angelina Bulcão. Mudanças decorrentes dos novos prazeres e hábitos alimentares In: **Comida: prazeres, gozos e transgressões**. 2 ed. Salvador: EDUFBA 2007, pp. 115 – 132.

OLIVEIRA, Maurício Souza de, and LIMA, José Raimundo Oliveira. Feiras livres: uma manifestação natural e espontânea de economia popular e solidária. **GT1 – Economia, Estado e Políticas Públicas**, Vitória da Conquista, Bahia, 2017, XV Semana de Economia e I Encontro de Egressos de Economia da UESB.

RIGO, Ariadne Scalfoni, and OLIVEIRA, Rezilda Rodrigues. Capital social, desenvolvimento local e stakeholders: o caso do projeto Urbe do Sebrae. **CADERNOS EBAPE.BR**, v. 6, n° 2, Jun. 2008.

SANTOS, Julyana Gomes dos. Perspectivas do trabalho na atualidade e relevância da feira livre na cidade – o caso da feira de gêneros alimentícios de casa amarela – RECIFE/PE. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais**. Recife, v. 03, n. 2, p. 164-183, 2005.

SANTOS, Marcos Olímpio Gomes dos. **Contributo para o conhecimento do papel das feiras**. 2012, p 1-49.

SEBRAE; **Manual de Feiras Exposições**: Série Mercado. 1. ed. São Paulo: [s.n.], ano. p. 1-68.

SILVA, Edson Pereira, OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araujo Querido, and ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. O conceito de desenvolvimento econômico regional: uma revisão teórica. **The 4th International Congress on University-Industry Cooperation – Taubate, SP – Brazil – December 5th through 7th, 2012**.

VITTE, Claudete de Castro Silva. Gestão do desenvolvimento econômico local: algumas considerações. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 8, n 13, p. 77-87, set. 2006.

APÊNDICE

Questionário A – Aplicado com os feirantes

1) Nome:

2) Sexo: () Feminino () Masculino

3) Faixa etária:

- a. () De 15 a 19 anos
- b. () De 20 a 24 anos
- c. () De 25 a 29 anos
- d. () De 30 a 34 anos
- e. () De 35 a 39 anos
- f. () De 40 a 44 anos
- g. () De 45 a 49 anos
- h. () Acima de 50

4) Escolaridade:

- a. () Ensino fundamental incompleto
- b. () Ensino fundamental completo
- c. () Ensino médio incompleto
- d. () Ensino médio completo
- e. () Ensino superior incompleto
- f. () Ensino superior completo

5) Renda familiar (em salários mínimo)

- a. () De 1 a 2
- b. () De 3 a 4
- c. () De 5 a 6
- d. () De 7 a 8
- e. () Acima de 8

6) Qual(is) o(s) principal(is) provedor(es) da renda?

- a. () Eu mesmo(a)
- b. () Meu cônjuge (marido ou esposa)
- c. () Meus filhos

d. Outro _____

7) A Feira de Doces e Salgados está comemorando os seus quatro anos e dentre esses quatro anos já foram feitas algumas edições, para trazer a Parnaíba o que é feito de melhor na cidade por vocês participantes. Quantas dessas edições você já participou?

- a. Primeira edição
- b. Segunda edição
- c. Terceira edição
- d. Todas
- e. Não lembro

8) Qual tipo de produto expõe na Feira de Doces e Salgados?

- Doces Salgados Ambos

9) Dentre esses qual(is) o(s) preferido(s) pelos clientes

- a. Bolo confeitado
- b. Comidas típicas
- c. Salgados
- d. Pães artesanais
- e. Hamburguês
- f. Caldo
- g. Sucos
- h. Bebidas artesanais
- i. Pizza
- j. Sorvete
- k. Vatapá
- l. Dindin gourmet

10) Um ponto que diferencia as feiras livres de outras formas de comércio é a participação de diferentes segmentos de renda. Quanto aos consumidores que adquirem os produtos expostos nas feiras são mais os consumidores de

- a. baixa renda.
- b. renda média.
- c. classe média alta.

d. classe alta.

11) Aqui na Feira podemos encontrar diversos valores/preços de produtos equivalentes, quanto aos produtos preferidos por seus fregueses estão em que média de preço?

- a. De 2 a 6 reais
- b. De 7 a 11 reais
- c. De 12 a 16 reais
- d. De 17 a 21 reais
- e. De 22 a 26 reais

12) De acordo com a média de preços dos produtos mais consumidos pelos os fregueses, o que foi mais levado em consideração na formação do preço final dos produtos?

- a. Somente aos gastos (custos) envolvido no produto que está sendo vendido.
- b. Aos gastos (custos) envolvido e um acréscimo percentual que seja considerado lucro.
- c. Trabalhando com o preço menor independente de análise de custo visando vantagens com relação ao valor do meu concorrente.
- d. Trabalhando com base aos valores impostos no mercado, seguindo uma determinada tabela de preços padrão.
- e. Outra forma _____

13) Qual(is) o(s) indicador(es) você apontaria como importante na participação de seus produtos na Feira de Doces e Salgados?

- a. Oportunidades de comercialização,
- b. Prospecção tecnológica e de conhecimento da concorrência;
- c. Abertura de novos mercados;
- d. Adequação do produto;
- e. Estudo da concorrência,
- f. Vendas imediatas.

14) Qual(is) a(s) finalidade(s) ou motivação(es) que lhe levou a participar da Feira de Doces e Salgados? Teve algo que lhe influenciou a participar?

- a. Aumentar a lucratividade do meu negócio e contribuir no sustento próprio e/ou da família.

- b. Obter uma renda extra para realização de uma necessidade que estava fora do orçamento familiar (caso de doença, viagem e lazer, etc) e futuramente eu venha participar de outra edição.
- c. Como forma de obter um capital produtivo e deixar de ser um pequeno empreendedor e tornar uma empresa de grandes negócios
- d. Apenas participar e expor um pouco do que sei fazer, gerando assim um efeito transbordamento (passar o meu conhecimento para outras pessoas)
- e. Outro: _____

15) De acordo com a sua participação nas feiras durante esses quatro anos de exposição, quais foram as vantagens econômica que a Feira de Doces e Salgados lhe proporcionou de retorno para o seu empreendimento?

- a. Vantagem econômica pelo contato com fornecedores abrindo leque de melhor negociações
- b. A participação na feira como negócio foi motivada como um meio para promoção comercial, relacionamento com agentes comerciais e abertura de novos canais de comercialização (e não como um fim em si mesma)
- c. A complexidade das atividades econômicas com alteração nos hábitos de consumo, os aperfeiçoamentos nas tecnologias da informação e comunicação, a disponibilização de novos produtos repercutiram na percepção do meus negócios no futuro, com possibilidades de novos planos
- d. Não houve retorno e não houve nenhuma vantagem
- e. Não sei responder

16) A importância das feiras encontra-se associada ao fato de gerarem negócios significativos decorrentes do encontro de "quem quer vender" com "quem quer comprar", constituindo uma oportunidade única para o intercâmbio de ideias e a atualização profissional, com a participação na Feira de Doces e Salgados...

- a. Consegui observar a busca dos fregueses por conhecimento mais abrangente do que está sendo produzido e consumido na feira.
- b. Tive contato direto com patrocinadores interessado em buscar novos empreendimentos no ramo alimentício.
- c. Tive a oportunidade de apresentar o meu trabalho melhor de forma mais ampla e para um público maior.

- d. Consegui ter uma visão melhor dos meus concorrentes, desde a forma como trabalham até a venda.
- 17) A Feira de Doces e Salgados lhe ajudou de alguma forma nas suas vendas, com o uso de instrumentos tipo: publicidade, informação, promoções ou comercialização de seus produtos, de que forma?
- a. Contribuindo para informar com mais detalhe sobre meu produto através de plataforma digital favorecendo as vendas de forma indireta
- b. Com o vínculo mais próximo com os clientes favoreceram um aumento de encomendas futuras ligadas a eventos e festividades.
- c. Contribuindo para o aumento da venda de imediato pela praticidade de finalização de vendas no local, proporcionando a imediata apresentação do produto ou serviço, ao vivo e diretamente.
- d. Não contribuiu no impacto das vendas
- e. Outras formas _____
- 18) Sabemos que a comunicação é algo muito importante e atualmente temos diversas formas, mas não podemos esquecer a principal que é o diálogo com isso gostaria de saber de que forma ocorre o diálogo entre você expositor e o freguês?
- a. Produzindo trocas de informações sobre o produto durante a feira de forma rápida, prática e fácil. Direta;
- b. Apenas com atendimento formal, sem detalhes do produto que está sendo vendido. Indireta;
- c. Através do vínculo com os fregueses a partir da troca de saberes, transmitida pelo o mesmo e assim interagindo com a contextualização de informações sobre como é produzido e com o que se é trabalhado.
- d. Através de patrocinadores que acabam colaborando indiretamente com a divulgação do meu produto.
- e. Outros meios
- 19) Em determinados ambientes de lazer podemos notar facilmente atenção na comodidade do cliente, garantindo o conforto e a facilidade do mesmo, tornando um ambiente mais agradável e social. Na minha exposição na Feira de Doces e Salgados procuro atender os fregueses...

- a. E pedir para o mesmo esperar.
 - b. E pedir para sentar-se e aguardar.
 - c. E pergunto onde ele está e vou fazer a entrega quando o pedido estiver pronto.
 - d. Apenas recebendo o pedido e não dou nenhuma informação.
- 20) Depois que você participou da feira, você passou a ser contratado como fornecedor para empresas que prestam serviços, como casa de eventos, lanchonetes, padaria, sorveteria, outro? Se sim qual e de que forma?
- a. Sim Casa de eventos Lanchonetes
 Padaria Sorveteria
 Outro _____
 - b. Não
- 21) Com relação à venda do seu produto, há demanda para eventualidades, como:
- a. Aniversário
 - b. Casamento
 - c. Formatura
 - d. Outros Eventos _____
 - e. Nenhuma das opções
- 22) Como você vê os seus concorrentes?
- a. Colegas de trabalho sem estabelecer parcerias
 - b. Parceiros (ambiente propício para a troca de ideias e transferência de saberes de como fazer o intercâmbio de ideias e a atualização profissional).
 - c. Apenas concorrentes
 - d. Nenhuma das alternativas
 - e. Não obtive melhora alguma.
- 23) A gastronomia é capaz de identificar indivíduos, regiões, sistemas alimentares, ingredientes, ou seja, é uma manifestação cultural capaz de revelar fatos marcantes da história de um povo. Na Feira você tem notado a movimentação de fregueses que apreciam quais sabores?
- a. Sabores mais salgados
 - b. Sabores mais doces
 - c. Ambos os sabores

- 24) De acordo com a variedade de alimento que temos hoje, dentre esses existe uma série de restrições de pessoas com alergia, intolerância, doença crônica como diabete e hipertensão, então gostaria de saber com relação ao atendimento, você procura atender os fregueses com restrições alimentares?
- a. Intolerância _____
 - b. Estilo de vida _____
 - c. Dieta alimentar (hábitos saudáveis)
 - d. Não, nenhum
- 25) Você tem notado um retorno da comunidade parnaibana, após a sua amostra na Feira de Doces e Salgados? Se sim de que forma?
- a. Sim _____
 - b. Não
- 26) Atualmente, o seu produto atende somente Parnaíba ou outras localidades? Se sim, quais?
- a. Não
 - b. Sim. Quais localidades _____

Questionário B – Aplicado aos fregueses.

1) Sexo:

- Feminino Masculino

2) Morador (a):

- Parnaíba
 Cidades vizinhas _____
 Outro estado _____

3) Qual a sua visão com relação a Feira de Doces e Salgados você poderia citar alguns pontos, seja positivo e/ou negativo?

Pontos Positivos

Pontos Negativos

4) O que lhe motivou a prestigiar a Feira de doces e salgados?

- a. A conveniência
b. Ambiente e preço
c. Sabores dos produtos (alimentos) ofertados
d. Influencia de amigos ou familiares
e. A divulgação em sites, jornais e/ou redes sociais

5) A Feira de Doces e Salgados está comemorando os seus quatro anos e dentre esses quatro anos já foram feitas algumas edições, para trazer a Parnaíba o que é feito de melhor na cidade para vocês visitantes. Quantas dessas edições você já participou?

- a. Primeira edição
- b. Segunda edição
- c. Terceira edição
- d. Todas
- e. Não lembro

6) Qual a sua preferência de sabores:

Doce

Salgado

Ambos

E qual dos produtos que está sendo exposto e ofertado aqui na Feira de Doces e Salgados você mais gostou?

- | | |
|---|--|
| a. <input type="checkbox"/> Bolo confeitado | g. <input type="checkbox"/> Sucos |
| b. <input type="checkbox"/> Comidas típicas | h. <input type="checkbox"/> Bebidas artesanais |
| c. <input type="checkbox"/> Salgados | i. <input type="checkbox"/> Pizza |
| d. <input type="checkbox"/> Pães artesanais | j. <input type="checkbox"/> Sorvete |
| e. <input type="checkbox"/> Hamburguês | k. <input type="checkbox"/> Vatapá |
| f. <input type="checkbox"/> Caldo | l. <input type="checkbox"/> Dindin gourmet |

Por quê?

7) Aqui na Feira podemos encontrar diversos valores/preços de produtos equivalentes, quanto aos produtos de sua preferência estão em que média de preço?

- | | |
|--|--|
| a. <input type="checkbox"/> De 2 a 6 reais | d. <input type="checkbox"/> De 17 a 21 reais |
| b. <input type="checkbox"/> De 7 a 11 reais | e. <input type="checkbox"/> De 22 a 26 reais |
| c. <input type="checkbox"/> De 12 a 16 reais | |

- 8) De acordo com a média de preços dos produtos de sua preferência, o que foi mais levado em consideração na hora de finalizar a compra?
- a. O valor/ preço que estava mais acessível.
 - b. O tamanho, a proporção do produto que está sendo ofertado.
 - c. O atendimento mais preciso e dinâmico.
 - d. O sabor, preferência (escolha)
 - e. Não levei em consideração nada (preço, tamanho, sabores e/ou atendimento)
- 9) Sabemos que a comunicação é algo muito importante e atualmente temos diversas formas, mas não podemos esquecer a principal que é o diálogo com isso gostaria de saber de que forma ocorreu o diálogo entre você freguês e o expositor?
- a. O expositor produziu trocas de informações sobre o produto durante o atendimento de forma rápida, prática e fácil.
 - b. Apenas com atendimento formal, sem detalhes do produto que estava sendo vendido.
 - c. Através do vínculo com os expositores a partir da troca de saberes, transmitida pelo o mesmo sobre como é produzido e com o que se é trabalhado.
- 10) Em determinados ambientes de lazer podemos notar facilmente atenção na comodidade do cliente, garantindo o conforto e a facilidade do mesmo, tornando um ambiente mais agradável e social. Na exposição da feira o feirante me atendeu...
- a. Pedindo para esperar.
 - b. Pedindo para sentar-se e aguardar.
 - c. Perguntou onde eu estava e fez a entrega quando o pedido ficou pronto.
 - d. Apenas recebendo o pedido e não deu nenhuma informação.