



CARACTERÍSTICAS DOS COMERCIANTES E DA COMERCIALIZAÇÃO DE CARNES NA MICRORREGIÃO DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA: UM ENFOQUE NA FEIRA LIVRE

Erik da Silva Pinto¹ e Milton Rezende Teixeira Neto²

¹ Discente do Curso de Medicina Veterinária/UniFTC/Vitória da Conquista – BA.

² Colegiado de Medicina Veterinária/UniFTC/Rua Ubaldino Figueira, 200, Recreio, Vitória da Conquista, BA. erik.pinto@ftc.edu.br

RESUMO

O feirante de produtos cárneos participa das dinâmicas urbanas, seja na elaboração do mercado ou nas táticas de reelaborar seu trabalho, sendo que, em muitos casos não há uma relação estabilizada do comerciante com o consumidor. Com o presente estudo objetivou conhecer socioeconomicamente e a dinâmica de venda de comerciantes de carnes em feiras livres da Microrregião de Vitória da Conquista-BA. Tratou-se de um estudo quantitativo, realizado nas férias livres e entorno da Microrregião de Vitória da Conquista-BA, sendo selecionados os municípios de Belo Campo, Ibicoara, Piripá, Tremedal e Vitória da Conquista, com 144 comerciantes de carnes. Foi utilizado um questionário semiestruturado composto por alternativas sobre condições socioeconômicas e práticas de comercialização. Assim, pode-se verificar que mesmo com elevado tempo de atuação no ramo de carnes, os comerciantes não aplicam técnicas básicas mercadológicas. Torna-se necessário que qualificações e reestruturações sejam implantadas nos açougues das feiras livres.

Palavras-chave: agronegócio, carne, comerciante.

CHARACTERISTICS OF TRADERS AND COMMERCIALIZATION OF MEAT IN VITÓRIA DA CONQUISTA-BA MICROREGION: A FOCUS ON THE FREE FAIR

ABSTRACT

The meat products marketer participates in urban dynamics, either in the elaboration of the market or in the tactics of reworking his work, and in many cases there is no stabilized relationship between the trader and the consumer. This study aimed to know socioeconomically and the dynamics of sales of meat traders in free markets of the Microregion of Vitória da Conquista-BA. This was a quantitative study, carried out during free holidays and around the Microregion of Vitória da Conquista-BA, and selected the municipalities of Belo Campo, Ibicoara, Piripá, Tremedal and Vitória da Conquista, with 144 meat traders. A semi-structured questionnaire consisting of alternatives on socioeconomic conditions and marketing practices was used. Thus, it can be seen that even with a long time in the meat business, traders do not apply basic marketing techniques. It is necessary that qualifications and restructurings be implemented in the butcher's of the free markets.

Key words: agribusiness, meat, merchant.

INTRODUÇÃO

Os feirantes são considerados grandes artistas. Para a autora Sato (2007), as atribuições artísticas são características primárias da feira, envolvendo o trabalho, comércio, beleza, brincadeira e o chamamento eloquente da freguesia. São pessoas situadas em lugares, defrontando-se com regras, valores, projetos e metas definidos de modo autônomo ou heterônomo; são pessoas posicionadas em degraus hierárquicos diferentes ou não; com maior ou menor amplitude de poder para definir os rumos do que se pretende organizar, os objetivos da empreitada bem como os caminhos adotados. A autora ainda afirma que, embora para muitos feirantes e fregueses a feira seja apenas local de trabalho e de comercialização e, por isso, não participem das performances, são os artistas que chamam a atenção.

O feirante participa das dinâmicas urbanas, seja na elaboração do mercado ou nas táticas de reelaborar seu trabalho (VEDANA, 2013). Nesse sentido, ao relacionarem o comerciante de carnes, com a relação de venda com o consumidor, os autores Brisola e Castro (2005) relataram nas suas pesquisas que, na maioria das vezes, não há uma relação estabilizada entre o consumidor e o comerciante, havendo um descrédito na postura comercial do açougueiro.

Considerando que se é necessário se conhecer e estimular o comportamento do consumidor atrelado ao comerciante, para que haja uma solução significativa no atual cenário de comércio de carnes, o presente estudo objetivou conhecer socioeconomicamente e a dinâmica de venda de comerciantes de carnes em feiras livres da Microrregião de Vitória da Conquista-BA.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa consistiu de um estudo quantitativo, realizado nas férias livres e entorno da Microrregião de Vitória da Conquista-BA, com 144 comerciantes de carnes, selecionados de forma probabilística simples. A Microrregião é composta por 17 municípios, sendo selecionados 05 para participar da coleta de dados (Belo Campo, Ibicoara, Piripá, Tremedal e Vitória da Conquista).

Foi utilizado um questionário semiestruturado composto por alternativas sobre condições socioeconômicas e práticas de comercialização, com o intuito de responder os objetivos propostos acerca do perfil do comércio, com o propósito de caracterizar a amostra em estudo e com o a finalidade de conhecer e contextualizar os principais fatores que influenciam a comercialização de carnes.

Vale ainda salientar, que o presente estudo foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto Mantenedor de Ensino Superior da Bahia - CEP/IMES, tendo parecer favorável nº. 2.772.840 (CAAE: 88617618.5.0000.5032), sendo adotado todos os procedimentos para que a pesquisa esteja

de acordo com a Resolução 466/2012, do Conselho Nacional de Saúde, que trata da ética nas pesquisas envolvendo seres humanos.

Os dados foram organizados em planilha Excel e analisados através de software estatístico Epi-Info 7.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados mostraram que o perfil do comerciante da microrregião de Vitória da Conquista-BA se caracteriza pelo predomínio de empreendedores da faixa etária de 40 a 50 anos, sexo masculino, com renda mensal individual de 1 a 3 salários mínimos. Especificamente, o comerciante da microrregião de Vitória da Conquista-BA, em sua maioria, possui o empreendimento no ramo de carnes entre 5 a 10 anos, utilizando a renda obtida na sua subsistência e de sua família (Tabela 1).

Tabela 1. Características socioeconômicas dos comerciantes de carnes em feiras livres da Microrregião de Vitória da Conquista-BA

| Variáveis | N=144 | |
|---|-------|-------|
| | N | % |
| Idade | | |
| De 20 a 30 anos | 17 | 11,81 |
| De 30 a 40 anos | 28 | 19,44 |
| De 40 a 50 anos | 41 | 28,47 |
| De 50 a 60 anos | 37 | 25,69 |
| De 60 a 70 anos | 14 | 9,72 |
| De 70 a 80 anos | 7 | 4,86 |
| Sexo | | |
| Masculino | 119 | 82,64 |
| Feminino | 25 | 17,36 |
| Renda Mensal Individual | | |
| Até 1 salário mínimo | 0 | 0 |
| De 1 a 3 salários mínimos | 76 | 52,78 |
| De 3 a 6 salários mínimos | 53 | 36,81 |
| De 6 a 9 salários mínimos | 13 | 9,03 |
| De 9 a 12 salários mínimos | 2 | 1,39 |
| De 12 a 15 salários mínimos | 0 | 0 |
| Tempo de Comercialização de Carnes | | |
| Menos que 5 anos | 36 | 25 |
| Entre 5 e 10 anos | 48 | 33,33 |
| Entre 11 a 17 anos | 40 | 27,78 |
| Mais de 17 anos | 20 | 13,89 |
| Utilização da Renda Obtida no Comércio de Carnes | | |
| Subsistência | 121 | 84,03 |
| Extra | 23 | 15,97 |

Em relação aos hábitos de comércio, quando questionados quanto à aplicação de descontos aos consumidores, 52,08 (n=75/144) indicaram não aplicarem descontos. Além disso, quando

indagados sobre o modo de cálculo do valor final do produto carne, 77,08% (n=111/144) afirmam que não fazem uso de porcentagens e lucros para cálculo final do produto (Tabela 2).

Tabela 2. Práticas de comercialização de produtos carnes em feiras livres da Microrregião de Vitória da Conquista-BA

| Variáveis | N=144 | |
|--|-------|-------|
| | N | % |
| Aplicação de Descontos ao Cliente | | |
| Sim | 69 | 47,92 |
| Não | 75 | 52,08 |
| Modo de Cálculo do Valor Final do Produto | | |
| Porcentagem | 33 | 22,92 |
| Sem cálculo | 111 | 77,08 |

Assim, pode-se verificar que mesmo com elevado tempo de atuação no ramo de carnes, os comerciantes não aplicam técnicas básicas mercadológicas. No estudo de Reis (2005), constatou que as estratégias adotadas para atrair clientela diferem muito no grau, na qualidade e na intensidade, entre os diversos tipos de comércio varejista de carne, sendo muito comum a prática da não negociação com o consumidor.

Em pesquisa recente de Sousa e colaboradores (2017) também observou a predominância de feirantes do sexo masculino, com o trabalho na feira como a única forma de subsistência e uma participação tênue no processo de comercialização das feiras livres. Os autores ainda relatam a existência de uma desconexão entre a classe empreendedora que influencia significativamente no processo de comercialização e na relação com o cliente (SOUSA et al., 2017).

CONCLUSÕES

O comerciante de carnes da Microrregião de Vitória da Conquista-BA, que mesmo apresentando experiência no comércio de carnes, não praticam conceitos básicos de comercialização, tal como o desconto ao cliente. Assim, torna-se necessário que qualificações e reestruturações sejam implantadas nos açougues das feiras livres.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) pelo apoio financeiro concedido.

REFERÊNCIAS

BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M. G. Consumidor de carne bovina: preferências e confiança no açougueiro. *FACES R. Adm.*, v. 4, n. 1. p. 42 - 58, jan./jun. 2005.

REIS, F.S. O Perfil Comércio Varejista de Carne Bovina de Campo Grande-MS. Dissertação de Mestrado, Universidade Para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal – UNIDERP, 67p, 2005.

SATO, L.; Processos Cotidianos de Organização do Trabalho na Feira Livre. *Psicologia & Sociedade*; 19, Edição Especial 1: 95-102, 2007.

SOUSA, E.; ALVES, R. J. M.; SILVA, J. M.; DIAS, N. M.; SILVA, L. C. Socioeconomic prospection in open-air markets: the case of Vero-Peso Complex, Belém, Pará, Brazil. *Revista ESPACIOS*; Vol. 38 (Nº 36). 2017.

VEDANA, V. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 19, n. 39, p. 41-68, jan./jun. 2013.