

Perfil dos consumidores de hortaliças na feira livre de sábado em Ladário/MS, Brasil

*Profile of vegetable consumers at the Saturday
free market in Ladário/MS, Brazil*

*Perfil de los consumidores de hortalizas en la feria
libre de sábado en Ladário/MS, Brasil*

Elvis Augusto Souza da Rocha

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

elvispedagogo@hotmail.com

Edgar Aparecido da Costa

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

edgarac10@gmail.com

Resumo: A presença boliviana nas feiras livres de Corumbá e Ladário, no estado de Mato Grosso do Sul, na fronteira Brasil-Bolívia, é marcante e historicamente significativa desde a década de 1950. Esses feirantes introduziram uma rica diversidade de produtos e tradições culturais, influenciando a dinâmica local e a economia das feiras. O objetivo deste trabalho é descrever o perfil de compra dos consumidores de hortaliças da Feira de Sábado, de Ladário/MS. Para tanto, foram realizadas 170 entrevistas com consumidores durante a feira livre. A pesquisa revelou que maioria dos entrevistados valoriza aparência do produto, higiene, preço e atendimento na decisão de compra, que existe pouca visibilidade e reconhecimento dos produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar. São necessárias políticas públicas e estratégias de divulgação para fortalecer a comercialização dos produtos agroecológicos na região.

Palavras-chave: Feira livre. Agricultura Familiar. Fronteira. Agroecologia.

Abstract: The Bolivian presence in the open-air markets of Corumbá and Ladário, in the state of Mato Grosso do Sul, on the Brazil-Bolivia border, has been marked and historically significant since the 1950s. These traders have introduced a rich diversity of products and cultural traditions, influencing the local dynamics and economy of the fairs. The aim of this study was to describe the purchasing profile of vegetable consumers at the Saturday Market in Ladário/MS. To this end, 170 interviews were conducted with consumers during the free market. The research revealed that the majority of those interviewed value product appearance, hygiene, price and service in their purchasing decisions, and that there is little visibility and recognition of the Bem-Estar Group's agroecological products. Public policies and advertising strategies are needed to strengthen the marketing of agroecological products in the region.

Keywords: Free market. Family farming. Border. Agroecology.

Resumén: La presencia boliviana en los mercados de feria libre de Corumbá y Ladário, en el estado de Mato Grosso do Sul, en la frontera entre Brasil y Bolivia, ha sido marcada e históricamente significativa desde la década de 1950. Estos comerciantes han introducido una rica diversidad de productos y tradiciones culturales, influyendo en la dinámica local y en la economía de los mercados. El objetivo de este estudio fue describir el perfil de compra de los consumidores de hortalizas en la feria libre del sábado de Ladário/MS. Para ello, se realizaron 170 entrevistas a consumidores durante en la feria. La investigación reveló que la mayoría de los entrevistados valora la apariencia del producto, la higiene, el precio y el servicio en sus decisiones de compra, y que hay poca visibilidad y reconocimiento de los productos agroecológicos del Grupo Bem-Estar. Son necesarias políticas públicas y estrategias publicitarias para fortalecer la comercialización de productos agroecológicos en la región.

Palabras clave: Feria libre. Agricultura familiar. Frontera. Agroecología.

Introdução

As feiras livres de Corumbá e Ladário, situadas na região fronteira entre Brasil e Bolívia, são dominadas pelos bolivianos e a inserção deles remonta à década de 1950, quando a "Feira do Boliviano" foi estabelecida na Rua Joaquim Murinho, em Corumbá. Desde então, os bolivianos se integraram à dinâmica local e trouxeram consigo uma rica tradição comercial e cultural. Essa presença histórica e contínua reforça o caráter intercultural das feiras, que se tornaram um símbolo de integração fronteira (Espírito Santo, 2015).

Os feirantes bolivianos contribuem de maneira significativa para a diversidade de produtos nesses mercados. Eles introduzem uma ampla gama de vegetais, frutas e outros itens, muitos deles não encontrados em outros lugares da região. Além disso, os trajes típicos dos vendedores bolivianos incluindo saias rodadas, chapéus e aventais tradicionais adicionam um aspecto visual característico ao ambiente da feira e a identidade cultural.

No contexto da feira de sábado em Ladário, os bolivianos desempenham uma função crucial na dinâmica de preços dos produtos agrícolas. Eles, frequentemente, oferecem mercadorias a preços mais baixos em comparação com os vendedores locais. Apesar de alguns conflitos ocasionais por espaço, os bolivianos são, em geral, bem recebidos e entendidos como amigáveis e acolhedores, contribuindo para a atmosfera harmoniosa da feira.

A participação boliviana nas feiras livres inclui elementos comerciais, culturais sociais significativos. Um exemplo disso é a contratação de assistentes brasileiros nas bancas bolivianas e a predominância de mulheres liderando as atividades de venda, o que destaca as interações sociais e relações de sociabilidade que permeiam o ambiente das feiras.

Entretanto, o crescimento e a expansão das feiras livres em Corumbá e Ladário enfrentam vários desafios, incluindo a necessidade de infraestrutura adequada. As deficiências em saneamento básico, energia elétrica, pavimentação e habitação limitam o potencial de desenvolvimento desses espaços.

Pesquisas realizadas por Diniz (2015) e Espírito Santo (2015) oferecem uma visão abrangente sobre a complexidade das feiras livres na região. Enquanto Diniz (2015) identifica os desafios multifacetados que limitam a expansão desses mercados, Espírito Santo (2015) destaca as significativas contribuições dos bolivianos, especialmente na diversificação dos produtos oferecidos, incluindo comidas típicas que atraem consumidores e turistas. A presença boliviana não apenas enriquece a oferta de produtos, mas também serve como um fator de interesse turístico, promovendo a integração sociocultural entre as comunidades locais e os visitantes.

A análise conjunta dessas perspectivas revela uma complementaridade essencial para a compreensão das feiras livres de Corumbá e Ladário. Embora existam desafios a serem superados, a valorização da diversidade cultural e comercial trazida pelos bolivianos é fundamental para o desenvolvimento pleno e sustentável dessas feiras. Portanto, é imprescindível que ações sejam tomadas para equilibrar os aspectos positivos e os desafios, assegurando o sucesso contínuo desses importantes espaços de interação fronteiriça.

No município de Ladário, as feiras livres influenciam na dinâmica econômica e social da cidade. A feira livre de sábado, realizada no centro de Ladário, é especialmente significativa, pois é a mais tradicional e frequentada da cidade. Esse evento semanal funciona como um local de comercialização de produtos e como um espaço de encontro e interação social entre os habitantes de Ladário e das regiões vizinhas, incluindo Corumbá e as comunidades bolivianas da fronteira.

A feira livre de sábado é o principal ponto de venda dos produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar, do Assentamento 72 localizado na zona rural do município. É formado por sete famílias que praticam a produção em bases agroecológicas desde 2011. Atualmente, entre cinco e seis membros do grupo participam regularmente dessa feira. Suas barracas estão localizadas próximas à Igreja Nossa Senhora dos Remédios, na esquina das ruas Conde de Azambuja e Comandante Souza Lobo.

Partiu-se dos seguintes questionamentos: como será o perfil de compra dos consumidores de hortaliças da Feira de Sábado, de Ladário/MS?

Será que existe preferência por feirantes bolivianos ou da agricultura familiar local? Será que os consumidores conhecem o Grupo Bem-Estar e a qualidade de seus produtos?

Diante desse contexto, o objetivo deste trabalho é descrever o perfil de compra dos consumidores de hortaliças da Feira de Sábado de Ladário/MS, com ênfase na identificação dos fatores que orientam as decisões de compra, nas preferências por nacionalidade dos feirantes e no nível de reconhecimento dos produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar.

Materiais e métodos

O recorte territorial deste trabalho é a feira livre de sábado, realizada no centro da cidade de Ladário (Figura 1), situada no ocidente do estado de Mato Grosso do Sul, na zona de fronteira entre Brasil e Bolívia. Ladário tem sua área urbana conurbada a Corumbá, distante a 430 km da capital Campo Grande e a 20 km de Puerto Quijarro, província de Germán Bush, departamento de Santa Cruz, no oriente boliviano.



Figura 1: Feira Livre de Sábado em Ladário

Fonte: Google Earth, 2023 – Produção Própria

Em Ladário ocorrem semanalmente cinco feiras livres, destacando-se a de sábado no centro da cidade, como a mais antiga, com maior número de feirantes e consumidores e como o único dia em que o Grupo Bem-Estar comercializa seus produtos agroecológicos. Esses fatores determinaram a escolha desta feira como lócus da pesquisa.

A pesquisa adotou abordagem mista, integrando procedimentos qualitativos e quantitativos. Conforme Creswell (2003), essa combinação permite compreensão mais aprofundada de fenômenos sociais complexos, especialmente quando envolvem observação, entrevistas e coleta sistemática de dados. O caráter exploratório da investigação orientou-se pela definição de Mattar (2008), segundo a qual esse tipo de pesquisa visa ampliar o conhecimento do pesquisador sobre o tema investigado, abrindo caminho para análises mais consistentes.

O universo da pesquisa foi estimado a partir de um censo de fluxo realizado em junho de 2023, que identificou uma média de 304 consumidores regulares de hortaliças na feira de sábado. A partir deste parâmetro, definiu-se uma amostra representativa de $n=170$, garantindo um erro amostral de 5% e confiança de 95%.

A coleta de dados primários ocorreu nas três primeiras semanas de novembro de 2023, por meio de amostragem probabilística aleatória simples junto aos consumidores. A aplicação do questionário estruturado foi conduzida por pesquisadores previamente treinados, abordando variáveis como o perfil de consumo, determinantes da decisão de compra, percepções sobre a nacionalidade dos feirantes e o nível de percepção agroecológica dos frequentadores. Os dados obtidos foram submetidos à análise estatística descritiva e sistematizados em recursos visuais (quadros e gráficos) para interpretação.

Resultados e discussões

A presença das feiras livres em Corumbá e Ladário exemplifica a mobilidade e interação fronteiriça entre culturas e países. A maior parte dos feirantes dessas localidades é de origem boliviana. Essa mobilidade é decisiva para a dinâmica fronteiriça, influenciando tanto as práticas

comerciais quanto a construção do território (Costa, 2013). Sem a participação desses feirantes, as feiras não alcançariam o mesmo nível de importância comercial nem de interação entre os povos. As feiras, portanto, refletem o ambiente fronteiriço abordado neste artigo.

Ao serem abordados sobre a frequência de compras na feira, 48,2% dos participantes (82 pessoas) relataram realizar compras semanalmente, 21,8% (37 pessoas) quinzenalmente, 15,9% (27 pessoas) mensalmente e 14,1% (31 pessoas) raramente (Figura 2).

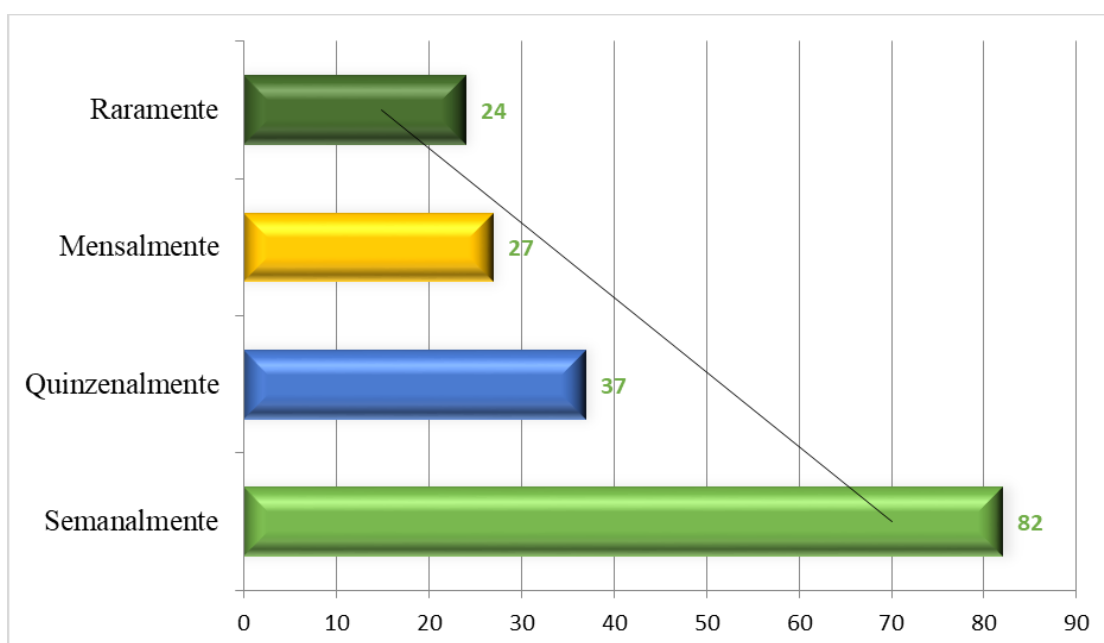


Figura 2: Frequência de compras de consumidores na feira livre de Sábado

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

Carvalho, Rezende e Rezende (2010) estudaram os hábitos de compra dos consumidores na feira livre de Alfenas/MG. Realizaram 150 entrevistas e subdividiram em três grupos: a) estudantes e profissionais de nível superior; b) mão de obra não qualificada, aposentados e donas de casa; c) aposentados e donas de casa, residentes próximo à feira. Nos três conglomerados prevaleceram a frequência quinzenal na feira de domingo, respectivamente com 51,78%, 70,21% e, 88,46%. Portanto, uma média de 70,15%, que aproxima dos resultados encontrados na feira em Ladário.

Ao estudar quatro municípios da microrregião de Januária, no norte de Minas Gerais, Brandão et al. (2015), também, encontraram resultados que demonstram uma frequência semanal predominante nas feiras livres. Mesmo com percentuais diferentes a busca pela feira semanalmente foi percebida em Chapada Gaúcha (57%), Itacarambi (90%), Januária (86%) e Manga (76%).

Os dados referentes ao tempo de frequência revelam um expressivo enraizamento sociocultural dos consumidores na feira. A análise demonstra que a grande maioria dos participantes possui um vínculo de longa duração com o espaço: 39,41% (67 pessoas) frequentam o local há mais de dois anos, enquanto 21,76% (37 pessoas) o fazem há mais de uma década. Notadamente, um estrato resiliente de 18,23% (31 pessoas) mantém o hábito de visitação há mais de duas décadas (Figura 3).

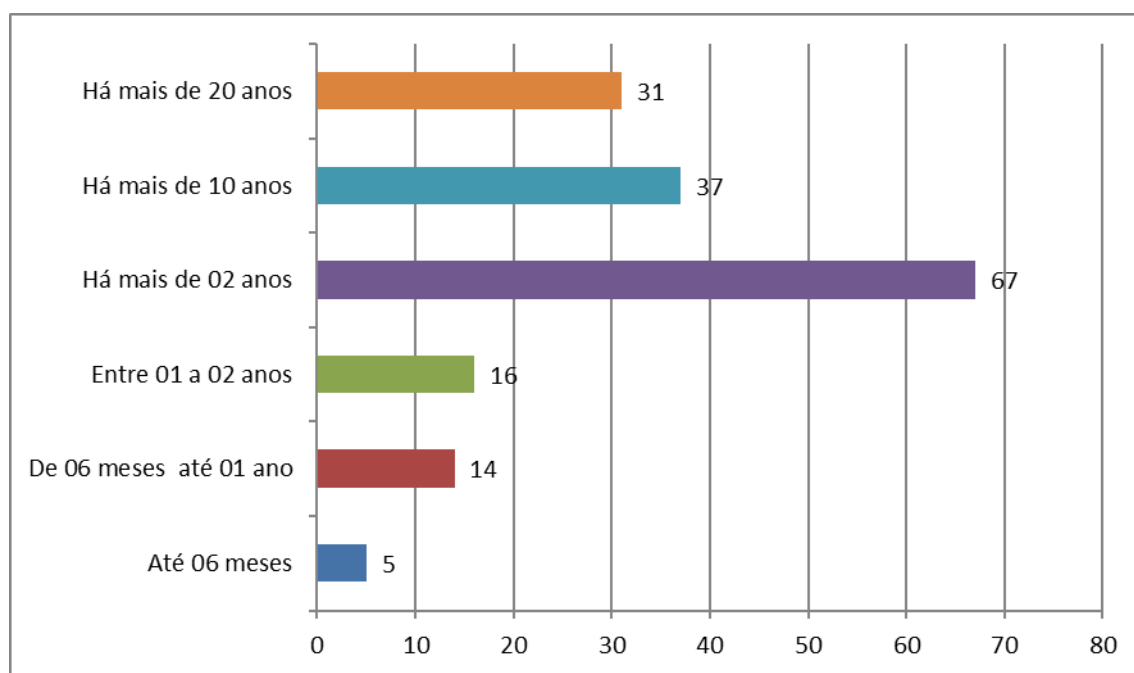


Figura 3: Consumidores segundo o tempo que frequenta a feira livre de Sábado, Ladário - MS

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

Esse panorama de perenidade ratifica a feira como um entreposto comercial e, também, como um ponto de referência identitária e de memória coletiva para os moradores. Em contrapartida, o fluxo de novos frequentadores é reduzido, com apenas 2,94% (5 pessoas) visitando o local

há menos de seis meses, o que reforça o caráter de consolidação histórica desse território frente à comunidade local.

Os consumidores foram convidados a avaliar, em uma escala de 1 (pouco) a 5 (muito), diversos fatores que influenciam suas decisões de compra na feira de Ladário. Os fatores avaliados foram: aparência do produto, higiene, preço, atendimento, confiança no feirante e tradição da feira.

Os resultados indicam que a qualidade e a higiene dos produtos são os fatores mais valorizados pelos consumidores. A aparência do produto obteve a nota máxima (5) em 97,06% das respostas (n=194), seguida da higiene, com 92,35% das respostas (n=185). O preço também é um fator relevante, com 75,29% dos entrevistados atribuindo nota 5. O atendimento é valorizado por 74,12% dos entrevistados. Por outro lado, a confiança no feirante e a tradição da feira, embora importantes, apresentaram pontuações menores, com 22,94% e 5,29% das respostas na nota máxima, respectivamente (Figura 4).

Quesitos	Grau de influência na decisão de comprar uma hortaliça					Total de entrevistados
	1	2	3	4	5	
Aparência do produto	0	0	1	4	165	170
Higiene	0	1	3	9	157	170
Preço	3	3	13	23	128	170
Atendimento	1	5	25	13	126	170
Confiança no feirante	57	41	16	17	39	170
Tradição	71	43	33	14	9	170

Figura 4: Critérios de decisão para compra de hortaliças na feira livre de Sábado, Ladário-MS

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

A decisão de compra de hortaliças é influenciada por uma série de fatores. Ao serem questionados sobre os principais elementos que moldam essa escolha, os consumidores destacaram a importância da qualidade e da frescura dos produtos, evidenciada pela preferência por hortaliças com boa aparência e isentas de imperfeições.

O preço é um fator determinante, especialmente para consumidores com recursos financeiros limitados. No entanto, a pesquisa indica que os consumidores estão dispostos a pagar um preço mais elevado por produtos de alta qualidade e com garantia de procedência. A confiança na origem das hortaliças é fundamental para garantir a segurança alimentar e a satisfação do consumidor.

A variedade de produtos disponíveis, também, influencia a decisão de compra. A possibilidade de encontrar diferentes tipos de hortaliças permite que os consumidores diversifiquem sua alimentação e atendam a preferências individuais. Além desses fatores, a qualidade do atendimento e a conveniência da compra também foram mencionados pelos consumidores como elementos importantes.

A relevância atribuída à qualidade e à frescura dos produtos pode indicar que os consumidores estão cada vez mais conscientes sobre a importância de uma alimentação saudável e estão dispostos a pagar mais por produtos de qualidade. Essa tendência representa uma oportunidade para os membros do Grupo Bem-Estar que investem em práticas de produção sustentáveis.

As razões da frequência semanal são diversas. Podem estar associadas à procura por alimentos frescos (Lobo e Cavalcante, 2020), qualidade e tradição (Brandão et al., 2015), os preços e a qualidade (Carvalho, Rezende e Rezende, 2010), produtos exclusivos das feiras (Brandão et al., 2015). Carvalho, Rezende e Rezende (2010, p. 136) perceberam que o grupo formado por aposentados e donas de casa, residentes próximo à feira buscam por ela por ser, para eles, “um local de lazer e interação ou por hábito”.

A feira de sábado de Ladário, a mais antiga do município, possui uma forte tradição entre os moradores. A espontaneidade da fala dos entrevistados, mesmo sem serem perguntados, indicam que a maioria frequenta a feira para compras diversas (e não somente de hortaliças). Mas, o que chama a atenção pela emoção presente em suas narrativas é estar na feira para encontrar os amigos e “jogar conversa fora”. Isso aproxima os resultados da pesquisa com as do terceiro grupo estudado por Carvalho, Rezende e Rezende (2010).

Os consumidores foram questionados sobre sua preferência por hortaliças de feirantes brasileiros ou bolivianos. Apesar da competição entre feirantes brasileiros e bolivianos ser um aspecto comum em todas as feiras regionais, os resultados da pesquisa indicam que a maioria dos consumidores (70%) não apresenta preferência por nenhuma das nacionalidades (Figura 5).

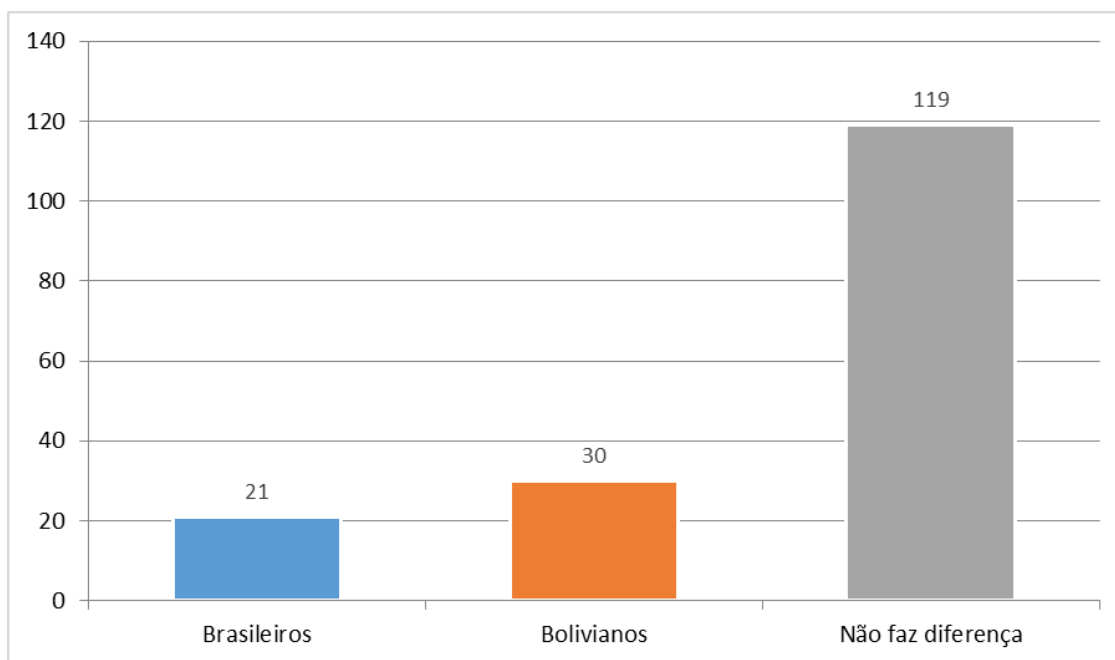


Figura 5: Preferência por nacionalidade dos feirantes pelos consumidores da feira livre de Sábado, Ladário - MS.

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

A decisão de compra independe da nacionalidade. É orientada, principalmente, por critérios como preço, qualidade e aparência das hortaliças (Brandão et al., 2015) ou qualidade e tradição (Carvalho, Rezende e Rezende, 2010), que aproximam os estudos comparados.

No que tange à tipologia dos itens adquiridos, os resultados — obtidos por meio de respostas de múltipla escolha — evidenciam a centralidade da feira de sábado no abastecimento de produtos *in natura*. A predominância absoluta recai sobre o segmento de hortaliças (147 menções) e frutas (144 menções), consolidando o espaço como o principal nó de segurança alimentar para alimentos frescos na cidade de Ladário.

Complementarmente, observa-se uma demanda significativa por produtos de origem animal (44 menções), como ovos, leite e queijos artesanais, o que denota a relevância da produção camponesa e familiar no atendimento às necessidades proteicas dos consumidores. Em menor escala, mas de igual importância para a dinâmica do lugar, figuram itens como grãos, temperos e artigos de consumo diversos (vestuário e acessórios eletrônicos), totalizando 23 menções (Figura 6). Essa configuração reflete a multifuncionalidade do espaço da feira, que transcende a comercialização agrícola para se constituir como um centro de conveniência e serviços essenciais para a comunidade fronteiriça.

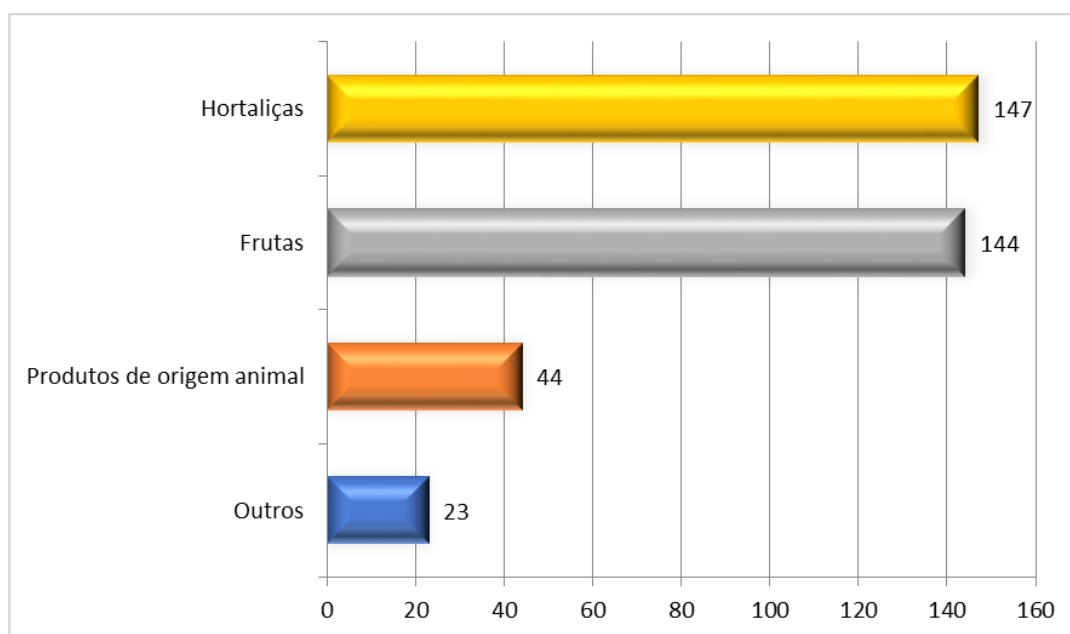


Figura 6: Principais produtos adquiridos pelos consumidores da feira livre de Sábado, Ladário-MS

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

A alta demanda por hortaliças e frutas é muito frequente em vários estudos (Lobo e Cavalcante, 2020; Brandão et al., 2015; Carvalho, Rezende e Rezende, 2010, dentre outros) e indica a importância da feira como um local para o acesso a alimentos frescos. Essa informação pode ser útil para os feirantes ao planejarem a oferta de produtos e para a Prefeitura Municipal ao definir políticas de incentivo à produção local de alimentos.

A pesquisa revelou um baixo nível de conhecimento dos consumidores sobre a agroecologia e sobre o Grupo Bem-Estar. Apenas 71,18% dos entrevistados afirmaram ter familiaridade com produtos agroecológicos, e 90% desconheciam a presença do grupo na feira. A maioria (91,76%) também não sabia localizar a barraca do grupo. No entanto, grande parte dos entrevistados (77,06%) concordam que uma melhor identificação das barracas do grupo seria benéfica (Figura 7).

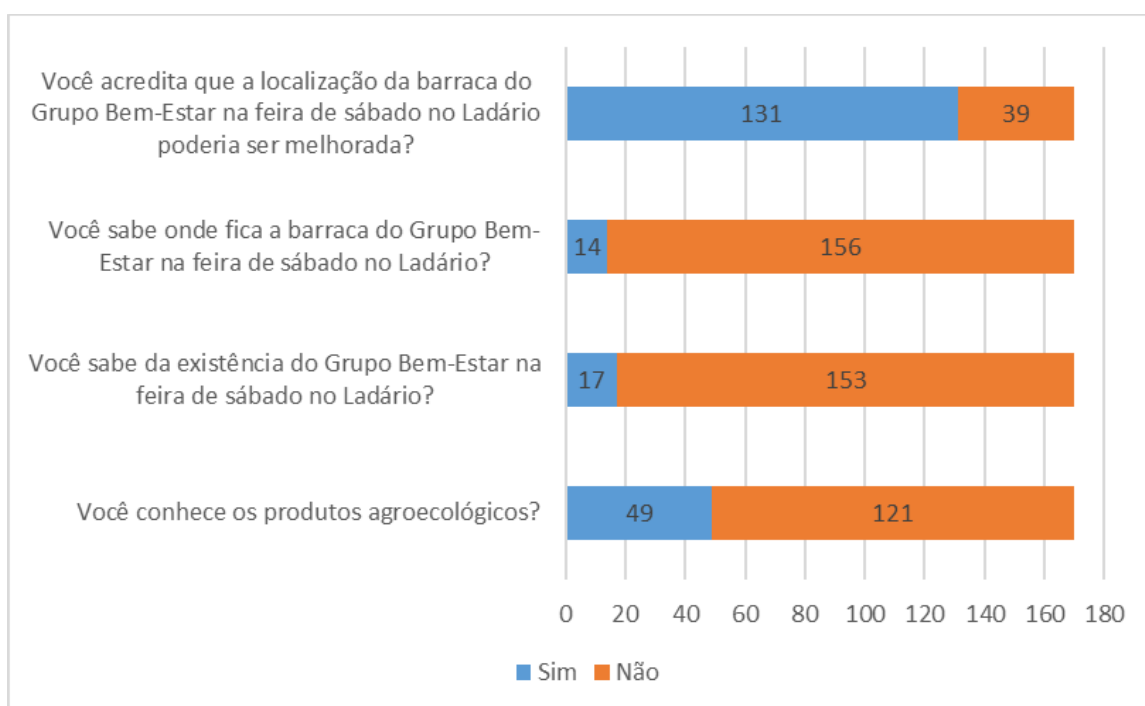


Figura 7: Conhecimentos sobre o Grupo Bem-Estar e produção agroecológica pelos consumidores da feira livre de Sábado, Ladário - MS.

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

Embora muitos entrevistados conhecessem os produtores do assentamento 72, a maioria não associava seus produtos à agroecologia. Essa lacuna de conhecimento demonstra a necessidade de estratégias de divulgação mais eficazes para fortalecer os produtores do Grupo Bem-Estar e ampliar a venda de produtos agroecológicos na feira.

A identificação de alimentos agroecológicos transcende a percepção sensorial imediata, visto que os atributos visuais raramente denunciam o modelo de cultivo. Por essa razão, o estabelecimento de vínculos de confiança com os produtores é fundamental para assegurar a autenticidade do produto. Essa proximidade é determinante para a segurança nutricional, pois as escolhas feitas no manejo agrícola — como a exclusão de insumos sintéticos — definem se o consumo resultará em benefícios à saúde ou em riscos decorrentes da ingestão de contaminantes, influenciando o equilíbrio biológico do consumidor.

Ao serem questionados sobre como identificar as barracas do grupo, os consumidores sugeriram diversas medidas, como a colocação de faixas de identificação, a concentração das barracas em um único espaço, a divulgação por rádio e a distribuição de panfletos. A implementação dessas sugestões pode contribuir significativamente para o reconhecimento do grupo e o aumento das vendas de seus produtos.

Para identificar as melhores formas de divulgar os produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar, os consumidores foram convidados a sugerir medidas para facilitar o reconhecimento das barracas. A maioria dos entrevistados (118) defendeu a utilização de faixas de identificação nas barracas. A utilização de camisetas identificadoras pelos feirantes também recebeu grande apoio (94), juntamente com a produção de uma banca diferenciada sob o ponto de vista visual (73). Em seguida, as sugestões mais populares foram a concentração das barracas em um único espaço (49), a divulgação por rádio (35) e a distribuição de panfletos (25). Essas sugestões demonstram o interesse dos consumidores em conhecer e apoiar a produção agroecológica (Figura 8).

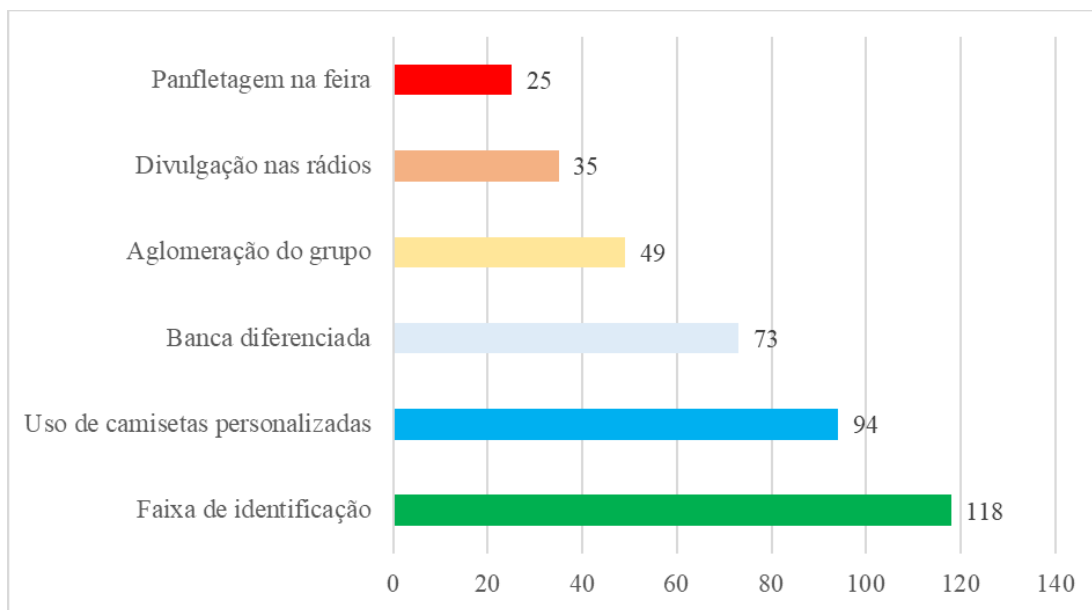


Figura 8: Sugestões para melhorar a identificação do Grupo Bem-Estar pelos consumidores da feira livre de Sábado, Ladário-MS

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

A falta de conhecimento sobre a agroecologia e sobre o Grupo Bem-Estar pode ser explicada, em parte, pela ausência de informações e divulgação sobre esses temas. A implementação de estratégias de comunicação mais eficazes, como a criação de materiais educativos e a realização de eventos de divulgação, pode contribuir para mudar esse cenário.

Claudino et al. (2022) ressaltam o papel do poder público municipal como indutor do desenvolvimento agroecológico, por meio de políticas públicas que fomentem tanto a produção quanto a promoção de alimentos de base sustentável. A efetiva operacionalização dessa transição demanda uma sinergia entre a demanda social por produtos saudáveis e o aporte estatal em frentes estruturantes, como a educação ambiental, a oferta de linhas de crédito agrícola específicas e uma assistência técnica especializada. Para os autores, a dimensão cultural é um gargalo central, visto que “a carência de senso crítico por parte dos consumidores constitui-se em um dos maiores entraves para a transição em direção aos sistemas produtivos mais sustentáveis” (Claudino et al., 2022, p. 4).

Ao investigar a percepção dos consumidores sobre o posicionamento das bancas do Grupo Bem-Estar, os resultados evidenciam uma inclinação pela centralidade, com 38,82% dos entrevistados sugerindo o centro da feira como local ideal. Contudo, a localização atual — adjacente à igreja — apresenta vantagens operacionais e logísticas determinantes, como a facilidade no fluxo de carga e descarga de mercadorias. Embora o espaço já esteja consolidado como um ponto de referência para o escoamento da produção do Assentamento 72, nota-se um desafio de comunicação institucional, já que parte significativa do público ainda não associa o local à identidade do Grupo Bem-Estar, tampouco aos diferenciais de sua matriz produtiva agroecológica (Figura 9).

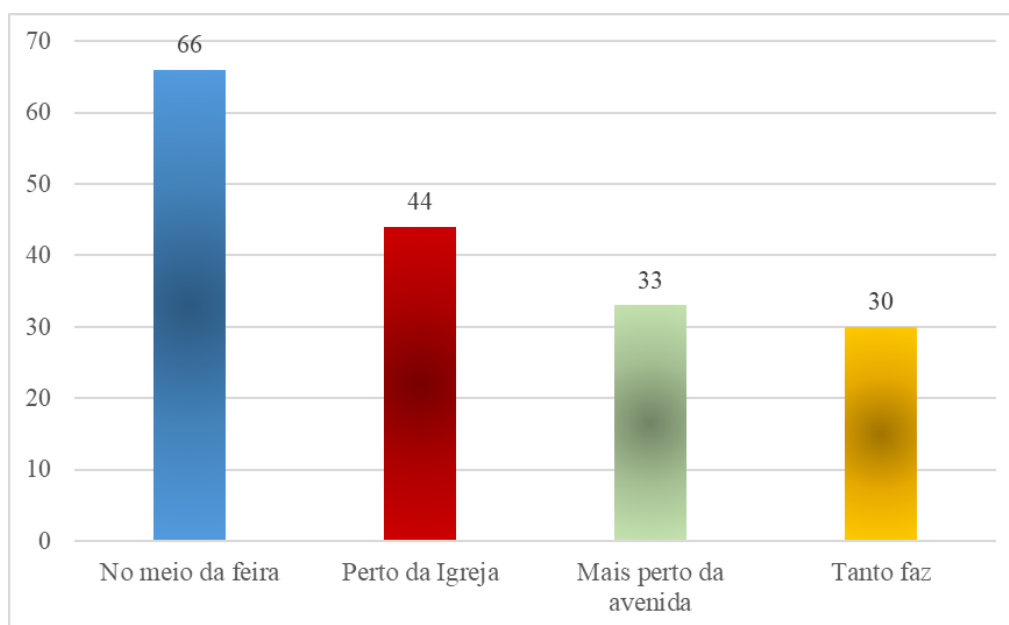


Figura 9: Sugestões de localização do Grupo Bem-Estar pelos consumidores da feira livre de Sábado, Ladário-MS

Fonte: Pesquisa de campo, 2023. Elaboração Própria

A hipótese de realocação das bancas para o início da Avenida 14 de Março foi descartada após uma análise criteriosa, que indicou uma potencial vulnerabilidade competitiva. A proximidade com o comércio de vestuário e laticínios convencionais poderia resultar em uma diluição da identidade institucional do grupo, levando o consumidor a uma percepção homogênea frente aos feirantes tradicionais e à forte presença do comércio boliviano.

Diante desse diagnóstico, urge a implementação de estratégias de comunicação visual e marketing territorial que assegurem a distinção dos produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar. As recomendações dos entrevistados — como a padronização de faixas de identificação, o uso estratégico da radiodifusão local e a unificação espacial das bancas — configuram-se como táticas essenciais para otimizar a visibilidade. A concentração em um único setor permitiria a criação de uma espécie de ilha agroecológica, facilitando o reconhecimento de marca e estabelecendo um ambiente de consumo qualificado que destaque os valores de sustentabilidade e origem do Assentamento 72.

Considerações finais

A feira de Ladário apresenta uma dinâmica complexa, marcada pela interação entre feirantes brasileiros, inclusive do Grupo Bem-Estar e bolivianos. Essa diversidade cultural e comercial influencia diretamente o comportamento do consumidor.

A presença de feirantes bolivianos na feira de Ladário, com sua grande variedade de hortaliças a preços competitivos, cria uma forte concorrência para os produtos do Grupo Bem-Estar. Essa concorrência exige que os produtores agroecológicos desenvolvam estratégias diferenciadas para atrair e fidelizar os consumidores, como a criação de uma marca forte e a oferta de produtos com valor agregado.

Um dos principais desafios identificados é a falta de visibilidade dos produtos agroecológicos do Grupo Bem-Estar. A ausência de sinalização clara e de ações de divulgação prejudica o reconhecimento desses produtos, que acabam sendo confundidos com os de produção convencional.

A pesquisa mostrou que, embora os consumidores reconheçam os produtos do Grupo Bem-Estar, a aparência e o preço ainda são os principais fatores que influenciam a decisão de compra. A tradição e a confiança no feirante também desempenham um papel, mas de forma menos relevante.

A falta de políticas públicas específicas para a promoção de produtos agroecológicos na feira é um obstáculo a ser superado. Ações como a

criação de uma identidade visual para os produtos do Grupo Bem-Estar, a realização de eventos de divulgação e a oferta de cursos de capacitação para os produtores podem contribuir para aumentar a visibilidade e a comercialização desses produtos.

Referências

- BRANDÃO, Antônio A.; COSTA, Cândido A.; GALIZONI, Flávia M.; CAVALCANTE, Thâmara F. M.; NEVES, Ágatha C. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. *Horticultura Brasileira*, v. 33, p. 119-124, 2015. DOI <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-053620150000100019>
- CARVALHO, Flávia Giolo de; REZENDE, Eliane Garcia; REZENDE, Marcelo Lacerda de. Hábitos de compra dos consumidores na feira livre de Alfenas – MG. *Organizações Rurais e Agroindustriais*, v. 12, n. 1, p. 131-141, 2010. DOI 10.22004/ag.econ.93586.
- CLAUDINO, Lívio Sergio Dias; DREBES, Laila Mayara; MELLO, Andrea Hentz de; SILVA, Danielle Wagner Silva. As feiras da agricultura familiar convencionais e o necessário debate sobre a transição agroecológica. *Cadernos de Agroecologia*, v. 17, n. 3, p. 1-5, 2022. (Anais da Reunião Técnica sobre Agroecologia - Agroecologia, Resiliência e Bem Viver - Pelotas, RS).
- COSTA, Edgar Aparecido da. Mobilidade e fronteira: as territorialidades dos jovens de Corumbá, Brasil. *Revista Transporte y Territorio*, n. 9, p. 65-86, 2013.
- CRESWELL, John Ward. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2003. 210 p.
- DI FÁBIO, Edilson; COSTA, Edgar Aparecido da; FEIDEN, Alberto. Estudo de caso sobre as dificuldades de anotações para efeitos de certificação

orgânica de famílias camponesas. *Revista Fitos*, Rio de Janeiro, v. 14 (supl.), p. 54-64, 2020.

DINIZ, Waldson Luciano Corrêa. *Los Hermanos bolivianos*. Representações nos jornais de Corumbá, MS (1938-1999). Tese de Doutorado – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas- USP. São Paulo – 2015

ESPIRITO SANTO, Anderson Luís do. *A comercialização de produtos agrícolas em Corumbá – MS: Propostas de fortalecimento da agricultura familiar e da feira livre*. Dissertação (Mestrado em Estudos Fronteiriços) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, 2015.

FEIDEN, Alberto; COSTA, Edgar Aparecido da. *Diagnóstico da produção e comercialização transfronteiriça de hortaliças na fronteira entre os municípios de Corumbá e Ladário no Brasil e Puerto Quijarro e Puerto Suárez na Bolívia*. In: Seminário Internacional de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial Sustentável, 1; Jornada Questão Agrária e Desenvolvimento, 4. Anais... Marechal Cândido Rondon, PR: Unioeste, 2017.

FEIDEN, Alberto; JUNG, Leandro Henrique; SILVA, Márcio da; COSTA, Edgar Aparecido da. Levantamento participativo da produção de hortaliças no assentamento 72, município de Ladário-MS, colhidas e vendidas pelo Grupo Bem-Estar no ano de 2015. *Cadernos de Agroecologia*, v. 11, n. 2, p. 1-8, 2016.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LÔBO, Renato Lucas de Lima; CAVALCANTE, Marcelo. Perfil dos comerciantes e consumidores da feira livre da Jatiúca – Maceió/AL. *Cadernos de Agroecologia*, v. 15, n. 2, p. 1-6, 2020. (Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe).

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003

MATTAR, Fauze Najib. *Pesquisa de marketing*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch. *Pesquisa Qualitativa em Administração: Fundamentos, Métodos e Usos no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2013.

THIOLLENT, Michel. *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez, 2009.

TRIVIÑOS, Antônio Nogueira de Souza. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

Elvis Augusto Souza da Rocha

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos fronteiriços da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus do Pantanal, Corumbá, MS. Graduado em Pedagogia pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Pantanal. Atua como Gestor de Ações de Assistência na Prefeitura Municipal de Ladário, MS.

E-mail: elvispedagogo@hotmail.com

Currículo lattes: <https://lattes.cnpq.br/3822862807141820>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7142-0907>

Edgar Aparecido da Costa

Graduado em geografia pela Universidade Católica Dom Bosco. Mestre e doutor em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – Unesp, Presidente Prudente-SP. Professor titular da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus do Pantanal, Corumbá-MS.

E-mail: edgarac10@gmail.com

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/3166411825044548>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0043-2642>

Recebido para publicação em janeiro de 2025.

Aprovado para publicação em janeiro de 2026.