

# ANÁLISE DA QUALIDADE EM SERVIÇOS NA FEIRA DE PRODUTOS DA REFORMA AGRÁRIA: DESAFIOS E PERSPECTIVAS À LUZ DA MÉTRICA SERVQUAL

*ANALYSIS OF QUALITY IN SERVICES IN FAIR OF LAND REFORM PRODUCTS: CHALLENGES AND PERSPECTIVES IN THE LIGHT OF SERVQUAL MODEL*

**Sandra Maria Souza de Carvalho<sup>1</sup>, Marcelo Calderari Miguel<sup>2</sup>, Rogério Zanon da Silveira<sup>3</sup>**

1. Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). MBA em Biblioteconomia pela Faculdade Alfa América (ALFA).

Endereço eletrônico: [sandramsc@hotmail.com](mailto:sandramsc@hotmail.com) 2. Graduação em Biblioteconomia e Administração pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

Especialista em Matemática Financeira e Estatística pela Faculdade Alfa América (ALFA). Endereço eletrônico: [calderari100@gmail.com](mailto:calderari100@gmail.com) 3. Graduação

em Ciências Contábeis pela Universidade Candido Mendes (UCAM). Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Adjunto da UFES. Endereço eletrônico:

[rsilveira@sefaz.es.gov.br](mailto:rsilveira@sefaz.es.gov.br)

## Resumo

**Objetivo de estudo:** analisar a expectativa e a percepção da clientela quanto a qualidade dos serviços prestados na segunda edição da Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária do Espírito Santo.

**Metodologia/abordagem:** o estudo adapta a abordagem teórico-metodológica ServQual como métrica capaz de dimensionar a matriz importância e satisfação e elenca para análise as cinco determinantes que influenciam a qualidade em serviços: Confiabilidade, Empatia, Garantia, Receptividade e Tangibilidade.

**Originalidade/relevância:** entre outras contribuições, na pesquisa de campo, o evento interligou a extensão universitária, a comunidade urbana e o trabalhador camponês, esclarecendo para os consumidores da Região Metropolitana da Grande Vitória o valor do processo produtivo agrário, e viabilizando renda para os agricultores e familiares da reforma agrária.

**Principais resultados:** os resultados obtidos evidenciam que os entrevistados consideram a dimensão Empatia como importante e bem desempenhada pelos feirantes.

**Contribuições teórico-metodológicas:** o estudo mostra a propriedade da adaptação do método SERVQUAL a um objeto de estudo para se mensurar a qualidade a partir das percepções e expectativas de usuários ou clientes. Mostra também a propriedade da aplicação da teoria e da metodologia adotada para a geração de informações importantes à tomada de decisão no âmbito cultural no País.

**Palavras-chave:** ServQual. Qualidade percebida. Feira livre. Produtos da reforma agrária. Trabalho.

## Abstract

**Objective of study:** to analyze the expectations and the perception of the clientele regarding the quality of the services provided in the second edition of the Fair and Exhibition of Products of the Agrarian Reform of Espírito Santo. **Methodology/approach:** the study adapts the theoretical-methodological approach ServQual as a metric capable of dimensioning the importance and satisfaction matrix and lists for analysis the five determinants that influence quality in services: Reliability, Empathy, Guarantee, Receptivity and Tangibility. **Originality/relevance:** among other contributions, in the field research, the event connected the university extension, the urban community and the peasant worker, clarifying for the consumers of the Greater Vitória Metropolitan Region the value of the agrarian productive process, and enabling income for farmers and family members of agrarian reform. **Main results:** the results obtained show that the interviewees consider the empathy dimension as important and well performed by marketers. **Theoretical and methodological contributions:** the study shows the property of adapting the SERVQUAL method to an object of study to measure quality from the perceptions and expectations of users or customers. It also shows the property of applying the theory and methodology adopted to generate important information for decision making in the cultural sphere in the country.

**Keywords:** ServQual. Perceived quality. Open street market. Products of agrarian reform. Work.

## 1 Introdução

Diferentemente dos modernos mercados que visam reproduzir o capital, a feira livre é uma atividade econômica que objetiva, sobretudo, garantir as condições de sobrevivência dos trabalhadores (SATO; HESPANHOL BERNARDO; OLIVEIRA, 2008). A feira livre é uma modalidade de comércio bastante antiga nos centros urbanos, constituindo-se em processo organizativo que se perpetua devido ao fato de ser um espaço multidimensional, onde são conglomerados trabalho, arte e sociabilidade.

Sato (2007) observa as dimensões estéticas e lúdica da feira livre são feições importantes desse tipo de atividade econômica, por constituírem papel pragmático para interferir na decisão de compra de seus clientes. O mesmo pesquisador, Alerta, no entanto, que essas dimensões não se resumem a esse fim. Desta forma, a agricultura familiar é a responsável pela maior parte do alimento consumido pelos brasileiros, conforme o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA, 2014).

Para Marques (2014), o conceito de soberania alimentar está vinculado à valorização das tradições alimentares, à produção local, à agricultura familiar camponesa, em que a justiça socioambiental prevalece sobre mecanismos da justiça mercantil-industrial. Além disso, atender a necessidade de proteção ambiental e a melhoria das condições sócio-econômicas dos agricultores, está nos princípios da agroecologia (KHATOUNIAN, 2001).

A agricultura agroecológica, explica Bernardes (2016), propõe a produção e o consumo consciente, regional e sem agrotóxicos, promovendo o uso integrado dos recursos naturais e da produção de alimentos, a biodiversidade, a participação social e a cooperação. Logo, entre diversas formas de comercialização, destaca-se a venda direta com no máximo um intermediário, também

conceituada como circuitos curtos. Sendo as feiras as modalidades mais antigas e acessíveis, em especial de alimentos sazonais.

Assim, o diagnóstico das feiras livres visa conhecer os locais de comercialização, caracterizar o perfil dos feirantes e consumidores, constatar a existência da diversidade de produtos ofertados, o potencial da comercialização dos produtos agroecológicos via circuitos curtos locais, nas feiras livres da região.

Todavia, são fundamentais medidas que possibilitem a criação de estruturas de geração de trabalho e renda no campo. Nesse sentido, o espaço da feira serve aos camponeses para capacitá-los a lidar e a liderar um novo cenário social da regularização fundiária. Para compreender a posição da feira livre no espaço da metrópole, faz-se assinalar que os feirantes, nesse evento, disseminam os benefícios da alimentação saudável e buscam obter cada vez mais êxito no processo de desenvolvimento de serviços (MIGUEL, 2017).

Segundo dados do Siex (2017), no Espírito Santo, existem 89 assentamentos rurais, sendo que 62 são organizados pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), num total de 2.786 famílias assentadas em mais de 31 mil hectares de terras que agora cumprem sua função social. Os assentamentos constituem importante instrumento para a democratização e o resgate de acesso e de cuidado com a terra (AMORIM, 2009).

Miguel (2017) expõe que a Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária do Espírito Santo, objeto deste estudo, surgiu em 2016 no Espírito Santo, a partir de um Projeto da linha de extensão "Desenvolvimento Rural e Questões Agrárias", do Centro Universitário do Norte do Espírito Santo, em articulação com outras entidades: o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Espírito Santo (MST-ES); o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA); a Secretaria do Estado de Agricultura (SEAG-ES); o Instituto Federal do Espírito Santo (IFES); o Programa de Educação do Campo da UFES; e algumas entidades sindicais que forneceram apoio. É um tipo de evento existente em inúmeras regiões do País: Alagoas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande Sul, São Paulo, Sergipe, entre outras.

É conhecido que a produção de alimentos provém em grande parte da agricultura familiar. Assim, o evento mostra e traz à mesa dos consumidores a produção do trabalho camponês nos assentamentos, demonstrando com isso que, além de demanda social, "a Reforma Agrária e a organização das famílias geram resultados econômicos, sociais e ambientais onde estão inseridas" (SIEX, 2017, p. 1).

A finalidade da Feira pesquisada é a de criar um espaço para comercialização dos produtos dos assentamentos da reforma Agrária na Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV), mostrando que nos assentamentos camponeses são produzidos alimentos, mas suscitados sonhos e muitas esperanças. O espaço da feira é uma oportunidade para que os camponeses tenham a possibilidade de

construir intercâmbio comercial, econômico, político e sociocultural entre as pessoas dos assentamentos e as que formam opinião pública nos centros urbanos.

Este estudo se insere nesse contexto e se guia por um problema de pesquisa assim concebido em linhas gerais: qual a visão dos frequentadores e consumidores de uma feira de produtores rurais a respeito da qualidade dos serviços prestados? Especificamente, o objetivo deste trabalho é compreender a expectativa e a percepção dos clientes da segunda edição da Feira e Exposição Capixaba de Produtos da Reforma Agrária, realizada em Vitória, no Espírito Santo, no ano de 2017, no que tange à qualidade dos serviços prestados.

Feira e Exposição Capixaba de Produtos da Reforma Agrária é um evento que desenvolver a consciência acerca do empreendedorismo sustentável e da questão da alimentação saudável. Em tempos recentes, a importância atribuída à qualidade do processo de desenvolvimento de serviços vem crescendo e angariando resultados exitosos, principalmente no que tange à redução de custos. Nesse sentido, as investigações feitas no âmbito desta pesquisa contribuem para a identificação de eficiências e deficiências e da qualidade no processo de desenvolvimento dos serviços numa feira de rua, a partir de múltiplos olhares dos clientes, com vistas ao aprimoramento constante de novas versões do evento.

Em busca de alcance do objetivo proposto, é utilizado nesta pesquisa o modelo teórico-metodológico Feira e Exposição Capixaba de Produtos da Reforma Agrária, de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985). O propósito é diagnosticar o serviço que está na rua e que ocupa um "espaço de circulação anônima dos habitantes da cidade [...] um espaço de intimidade e sociabilidade, de encontros e de trocas" (VEDANA, 2013, p.66).

Os resultados angariados nesta pesquisa retratam um painel da feira camponesa e mostram a ressignificação desses serviços segundo a visão de seus frequentadores. Nesta pesquisa, é feita adaptação da abordagem teórico-metodológica ServQual como métrica capaz de dimensionar a matriz importância e satisfação, a partir da análise das cinco determinantes que influenciam a qualidade em serviços: Confiabilidade, Empatia, Garantia Receptividade e Tangibilidade.

A contribuição teórico-metodológico desta pesquisa está em sua propriedade de mostrar a adaptação do método ServQual a um objeto de estudo para se mensurar a qualidade a partir das percepções e expectativas dos clientes. Mostra a propriedade da aplicação da teoria e da metodologia adotada para a geração de informações importantes à tomada de decisão no âmbito do trabalho e da cultura no País. A originalidade e a relevância desse estudo se detêm na amarração – pesquisa de campo e a extensão universitária, com a comunidade urbana e com o trabalhador camponês. A investigação distingue para os cliente da Região Metropolitana da Grande Vitória o valor do processo produtivo agrário, que viabiliza renda, autonomia e uma gama de valores humanos aos agricultores e famílias envolvidas na reforma agrária.

Este trabalho está estruturado em cinco seções. A primeira é esta introdução, em que são apresentados breve contexto espacial e cultural do estudo, o problema e o objetivo que o orientam, sua

relevância e sua contribuição teórica. Na segunda seção, é mostrado o referencial teórico que o baseia e, na terceira, os materiais e métodos empregados em busca dos resultados. A quarta seção é destinada às interpretações e resultados e na quinta seção são tecidas as considerações finais do artigo.

## 2 Referencial Teórico

Senge (2009, p. 42) declara que a qualidade é a arte de “ver a floresta e as árvores”. O paradigma da gestão da qualidade implica em saber fazer melhor sobre o que se conhece. Mas qual o real sentido da qualidade? Como se pauta o enfoque da qualidade em serviços?

Destarte, o ‘bom padrão’ de qualidade concebe algo bem concebido, bem projetado, bem elaborado, bem organizado, bem gerido, e que atende às especificações, satisfazendo, assim, os diversos interagentes no processo de estruturação de serviços. Desta forma, Cardoso, Silveira e Miguel (2019, p. 12) reportam que “nas últimas décadas, o conceito de qualidade obteve contribuições nos estudos organizacionais, sendo uma das práticas visionária do desenvolvimento sustentável e imprescindível à sobrevivência das organizações”. Assim, apesar de todas as transformações ocorridas na última década torna-se necessário analisar especialmente a gestão do processo de desenvolvimento de serviços, marcado, possivelmente, pelo atual desdobramento do contingenciamento de despesa que assola o país.

Las Casas (2017, p. 28) argui que a administração moderna é feita por “fatos e *feedback*”, e todo o “esforço organizacional de prestação de serviços de qualidade começa com o cliente e se realimenta com seu *feedback*”. Afinal o “produto final de um serviço é sempre um sentimento”.

A gestão da qualidade está presente na vida do homem e seu enfoque implica um processo contínuo e recorrente de se organizar para sobreviver, modificando para favorável (onde for negativa) a imagem da instituição junto a seus públicos prioritários (MIGUEL; FREIRE, 2016). Logo, a qualidade é “a totalidade de características de alguém, ou de alguma coisa, que lhe confere a capacidade de atender as necessidades explícitas ou implícitas” (RODRIGUES, LEAL, HARGREAVES, 1996, p.15).

As necessidades explícitas são aquelas expressas formalmente, seja em contratos, em especificações de projetos, em folhetos promocionais, material de propaganda, manuais de operação de equipamentos, etc. Elas tratam de questões objetivas. [...] As necessidades implícitas, por sua vez, dizem respeito às expectativas ou aos desejos dos clientes. Portanto, não podem ser formalizadas ou predeterminadas em nenhum documento. Essas necessidades têm a ver com questões subjetivas, mais ligadas ao modo de pensar das pessoas de uma maneira geral [...] quando falamos de um serviço de qualidade estamos nos referindo à plena satisfação do cliente. E o segredo para isso concentra-se profundamente nas necessidades e nos desejos dos clientes, criando um serviço que atenda ou exceda suas expectativas (RODRIGUES, LEAL, HARGREAVES, 1996, p.15-18).

Gonçalves *et al.* (2002, p.7) alegam que conceituar a qualidade percebida como "qualidade de serviço" é um enfoque coerente com uma filosofia de orientação ao cliente. Os autores pressupõem um efeito direto e positivo sobre a satisfação global da clientela, evidencia-se na experiência de consumo, no momento da verdade, na imagem do fornecedor entre outros elementos. Portanto, a "qualidade do serviço pode ser entendida como um tipo de atitude, resultante da comparação entre as expectativas do consumidor e sua percepção do serviço recebido" (GONÇALVES *et al.*, 2002, p. 5).

Conceitualmente a qualidade pode ser definida de distintas formas, mas para essa investigação optamos pelo conceito de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) - que consideram a qualidade como a diferença entre as expectativas dos clientes sobre o serviço a receber e suas percepções sobre os serviços efetivamente realizados. E com a finalidade de identificar as fontes de problemas na qualidade dos serviços, esses autores propuseram o modelo *Service Quality Gap Analysis* (ServQual) – um instrumento que agrupa 22 variáveis relacionadas à qualidade em cinco dimensões, fundamentando-se na comparação entre o serviço percebido e o esperado.

Campos, Miguel e Silveira (2017, p. 52) esclarecem que o instrumento ServQual "contribui para a construção de ações efetivas para melhoria do processo de desenvolvimento de serviços considerando a relação dialógica e crítica". Ainda convém lembrar que Mello *et al.* (2010) reconhecem que a métrica ServQual é mais utilizada e, afirmam que o instrumento foi desenvolvido para ser aplicável em um vasto espectro de serviços, fornecendo um roteiro básico, através das suas declarações de expectativas/percepções para cada uma das cinco dimensões da qualidade do serviço. O "roteiro, quando necessário, pode ser adaptado ou completado para se ajustar às características ou necessidades específicas da pesquisa para a organização" (MELLO *et al.*, 2010, p. 116).

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) esclarece que os *gaps* (lacunas na determinante da qualidade) são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência no que tange a prestação de serviços. A construção do instrumento ServQual leva em conta as discrepâncias entre a expectativa da clientela em relação ao serviço e a percepção do desempenho. Em conformidade com esses autores, o critério de avaliação considera os hiatos que pode haver entre o serviço esperado e o encontrado (*gap model*); considera ainda que qualidade em serviços pode ser agrupada em cinco determinantes: tangibilidade, confiabilidade, receptividade, garantia e empatia.

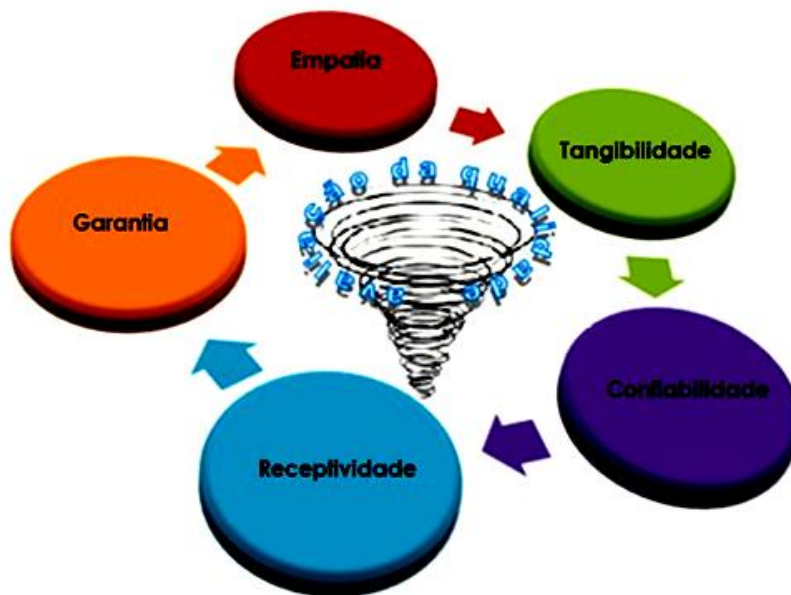
Confiabilidade: a capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável;

Tangibilidade: a aparência física de instalações, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação; Receptividade: a disposição para ajudar o cliente e proporcionar com presteza um serviço; Garantia: o conhecimento e a cortesia e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade; e a Empatia: a atenção e o carinho individualizados proporcionados aos clientes (adaptado de LAS CASAS, 2017, p. 215).



O modelo conceitual da qualidade de serviços ServQual instrumentaliza uma escala de múltiplos itens, servindo como métrica avaliativa das diferenças entre as expectativas da clientela e o real serviço prestado. Convém destacar que esse modelo conceitual, apontam Campos, Miguel e Carvalho (2018), considera clientes utilizam os mesmos critérios de avaliação, independentemente do tipo de serviço para avaliar a qualidade – dimensões ou determinantes da qualidade ilustração (figura 1).

Figura 1. As cinco dimensões ou determinantes da qualidade.



Fonte: os autores, 2017.

A escala ServQual é constituída de 22 sentenças: 1, 2, 3 e 4 questões refere-se à dimensão tangibilidade; 5, 6, 7, 8 e 9 referem-se à confiabilidade; 10, 11, 12 e 13 à receptividade; 14, 15, 16 e 17 à garantia e por fim, as sentenças 18 a 22 referem-se à empatia. Em suma, os entrevistados respondem a essas sentenças com base em suas expectativas (desejos) e numa segunda etapa, com base no serviço que receberam (desempenho).

Las Casas (2017) reporta que a avaliação da qualidade dos serviços permite que as organizações tomem ciência das percepções, reações e atitudes dos seus clientes em relação à entrega dos serviços. Para esse autor, a vantagem do ServQual é que cada questão auxilia na identificação de aspectos específicos que carecem de atenção. Portanto, os itens devem ser bem redigidos, para assegurar a compreensão dos respondentes que são avaliadores do serviço.

Miguel (2017) alega que há uma crescente utilização da metodologia ServQual na avaliação de serviços, reporta ainda, que há uma perene necessidade de buscar a qualidade e monitorar a qualidade dos serviços em diversas estâncias, o autor questiona que há limitados estudos sobre a temática da qualidade de serviços em feiras livres e mercados públicos. Portanto, a aplicação da metodologia ServQual em ambientes abertos é um desafio e oportunidade para averiguar não somente a qualidade,

mas, os processos organizativos e a rede de relações sociais (campo das sociabilidades em transformação).

Uma vez que a feira livre é, geralmente, um local acessível para o feirante produtor e para o consumidor, em especial os consumidores de menor renda, torna-se relevante o estudo da qualidade dos serviços prestado pelos agricultores da reforma agrária frente aos clientes, dada a diversidade de alimentos ofertados na feira, em confluência com os princípios de produtos naturais, pois se faz necessária a sensibilização de feirantes e consumidores quanto ao termo qualidade em serviços prestados ao consumidor.

Logo, pressupomos que o cliente antes do consumo de um serviço tem transversalmente certas expectativas oriundas de um rol de necessidades pessoais, desejos, ditames externos entre outras que lhe permite ponderar o desempenho após concretiza-se o atendimento. Carpinetti (2017) argui que para a prestação de serviços eficazes e dotados de qualidade ao cliente é imprescindível a identificação das necessidades do público, sendo importante e necessário realizar uma análise crítica a comunicação ou *feedback*.

### 3 Material e Métodos

A seguir serão explanados os procedimentos empregados, esclarecendo a ambiência da pesquisa e os procedimentos de coleta.

#### 3.1 Ambiência da Pesquisa

Mostrar “os frutos da terra” é o tema dessa feira que ocorreu nos dias 14, 15 e 16 de setembro de 2017, na Praça Costa Pereira, no centro de Vitória. Foram três dias apresentando a produção agrícola dos assentamentos, e também plantas ornamentais, medicinais, frutíferas, ervas aromática e outros produtos como: comidas, doces, bebidas, livros e artesanatos diversos (SINDIBANCÁRIOS-ES; 2017).

Durante toda a feira, produtores vindos dos diversos municípios onde o MST conquistou assentamento comercializarão os mais variados produtos, como verduras, legumes, frutas, pães e biscoitos. Produtos agroindustrializados, como licores, leite, arroz e outros cereais; mudas de plantas, e artesanatos também estarão à disposição do público. A feira também conta com programação cultural, com destaque para apresentações de teatro, poesia e shows, além de debates sobre alimentação saudável e sobre a luta dos trabalhadores do campo e da cidade (SINDIBANCÁRIOS-ES; 2017 p. 1).

A iniciativa e a realização do evento adveio dos esforços do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Espírito Santo (MST-ES) e com o apoio das seguintes entidades: Secretaria do Estado de Agricultura (SEAG-ES); Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes); Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA); Prefeitura Municipal de Vitória; Sindicato Dos Bancários do Espírito Santo (Sindibancários-ES); Sindicato unificado dos trabalhadores nos serviços portuários do Espírito Santo (Suport-ES); Sindicato dos Trabalhadores da Indústria da Construção Civil (Sintraconst); Associação de Moradores do Município da Serra (AMUS).



A feira livre "como espaço de trabalho faz-se da beleza, da brincadeira e move-se num mundo ritual, o que faz sobressair sua dimensão como espaço de convivência social" (SATO, 2007, p. 1

**Figura 2.** Mix de fotos da II Feira Capixaba da Reforma Agrária, 2017



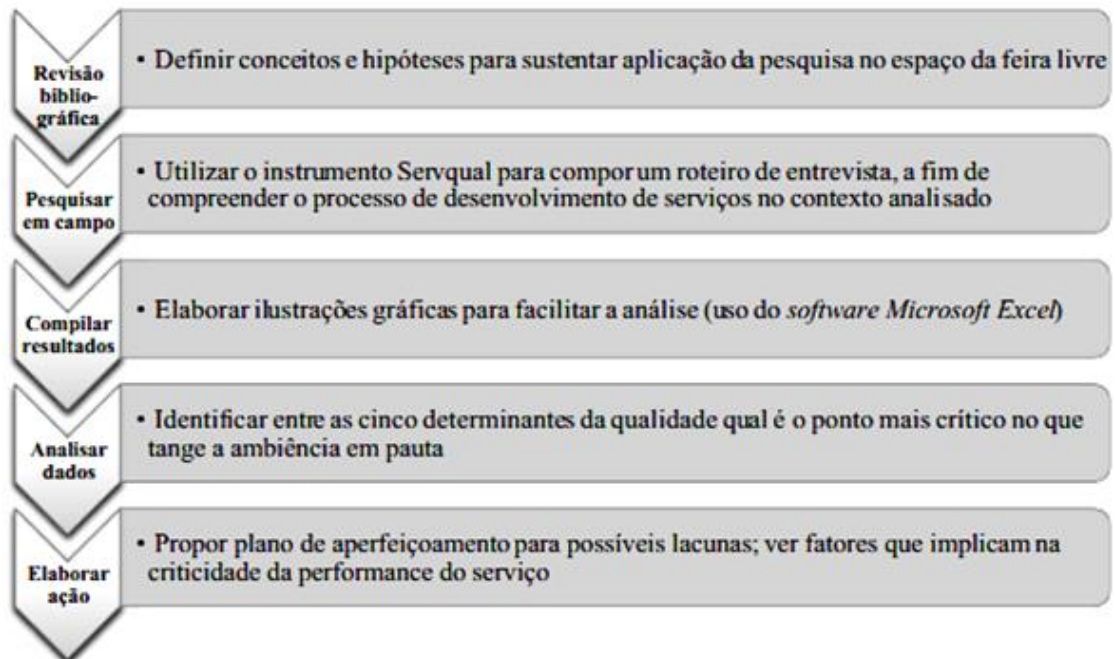
Fonte: os autores, 2017.

A infraestrutura física foi organizada pelo INCRA e pela SEAG-ES que se encarregou da montagem da tenda, dos *stands*, da ornamentação e do preparo do espaço, a fim de receber os expositores (Figura 2). O local teve tenda e palco para atrações culturais (teatro samba, pagode, forró, capoeira e *hip-hop*) e a presença de representantes de diversas organizações, movimentos populares, sindicatos e autoridades parceiras do MST.

### 3.2 Tipo de Pesquisa e Técnica Empregada

Com base na abordagem a metodologia deste estudo possui caráter descritivo de natureza quantitativa. Seu delineamento é do tipo levantamento (*survey*) com a utilização de questionário semiestruturado disponibilizado entre os dias 14 a 16 de setembro de 2017, das 8h às 19h, na Praça Costa Pereira, sendo o instrumento de coleta de dados aplicado após o/a cliente ser atendido pelos feirantes.

A escolha dessa Feira Capixaba se justifica pelo fato da sua importância e relevância como espaço expositivo de produtos e ideias, e por estar instalada num relevante reduto histórico e econômico do Espírito Santo. Diante essa ambiência é possível coletar dados por meio de uma *survey* com corte transversal e, desse modo, o presente estudo tem como propósito oferecer subsídios que permitam reflexões para a elaboração de uma gestão integrada e sustentável no cenário da cidade e de seu contexto urbano-metropolitano. A ilustração a seguir (Figura 3) sinaliza os cinco passos de *check-up* adotados nesse plano de trabalho.

Figura 3. Passos do *check-up* adotado na pesquisa

Fonte: os autores, 2017.

Para a coleta de dados utilizou-se a abordagem teórico-metodológica ServQaul, com as dimensões ou determinantes da qualidade adaptadas à realidade em estudo. O roteiro de perguntas (aplicado após o cliente ser atendido pelos feirantes) possuía quatro perguntas fechadas (faixa etária, gênero, etnia, município), um espaço aberto (retângulo) para captar sugestões e, quarenta e quatro sentenças de opinião, elaboradas e distribuídas entre as cinco dimensões da qualidade para avaliar o grau de “expectativas” e da “percepção” perante a escala psicrométrica de *Likert* (CARVALHO; MIGUEL; RODRIGUES SOBRINHO, 2018).

Os clientes da Feira de Produtos da Reforma Agrária deveriam assinalar uma opção entre 1 e 5 na ordem escalar de *Likert* para o item “importância” (sendo que na escala 1=menos importante e 5=muito importante) e também para o item “satisfação” (sendo que na escala 1=insatisfeito e 5=muito satisfeito). Por fim, comentários, sugestões ou reclamações dos transeuntes foram estimulados.

Em convergência com Crossno *et al.* (2001), elegemos o termo “importância” ao invés de expectativas, proposto pelo método ServQual, porque essa abordagem permite ajustes e, isso simplifica a assimilação dos itens: é mais fácil o entrevistado entender: “o quanto o atendimento da Feira e Exposição é importante para você” do que “qual a sua expectativa em relação ao atendimento ofertado”. Pela mesma razão, percepção foi trocada por “satisfação” na esquematização das questões.

A população escolhida para responder ao questionário foram os clientes da segunda edição da feira livre de Exposição dos agricultores de Produtos da Reforma Agrária, nos dias 14 a 17 de setembro de 2017, na cidade de Vitória no Espírito Santo, assim, objetivando operacionalizar uma adaptação transcultural da escala ServQual, na ambiência do estudo, aplicou-se uma pesquisa de campo de cunho validativo. Sendo o instrumento de coleta de dados aplicado após o/a cliente ser atendido na feira. Os

dados coletados foram tabulados em planilhas e analisados pelas médias ponderadas das notas atribuídas (avaliação de importância/relevância) por meio de uma escala ordinal de *Likert* de cinco níveis (1 = menor nível/grau e 5 = maior nível/grau) de relevância/importância atribuída pelos entrevistados. Para interpretação dos resultados da pesquisa quantitativa foram utilizadas técnicas estatísticas (análise descritiva), para produzir as figuras, tabelas e ilustrações visando facilitar a descrição dos dados recolhidos.

#### 4 Resultados

Um total de trezentos questionários foram aplicados à população estabelecida em estudo. Foram considerados apenas os questionários que tinham a resposta “Sim” à questão: “Você já conheceu visitou os espaços da II Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária, tal como: palestras, oficinas, espaço *gourmet*, palco de arte e música, *stand* de literatura”? Convém lembrar que a aplicação da abordagem teórica- metodológica ServQual requer uma prévia experiência com o serviço ofertado.

**Tabela 1.** Perfil Social dos Participantes da pesquisa

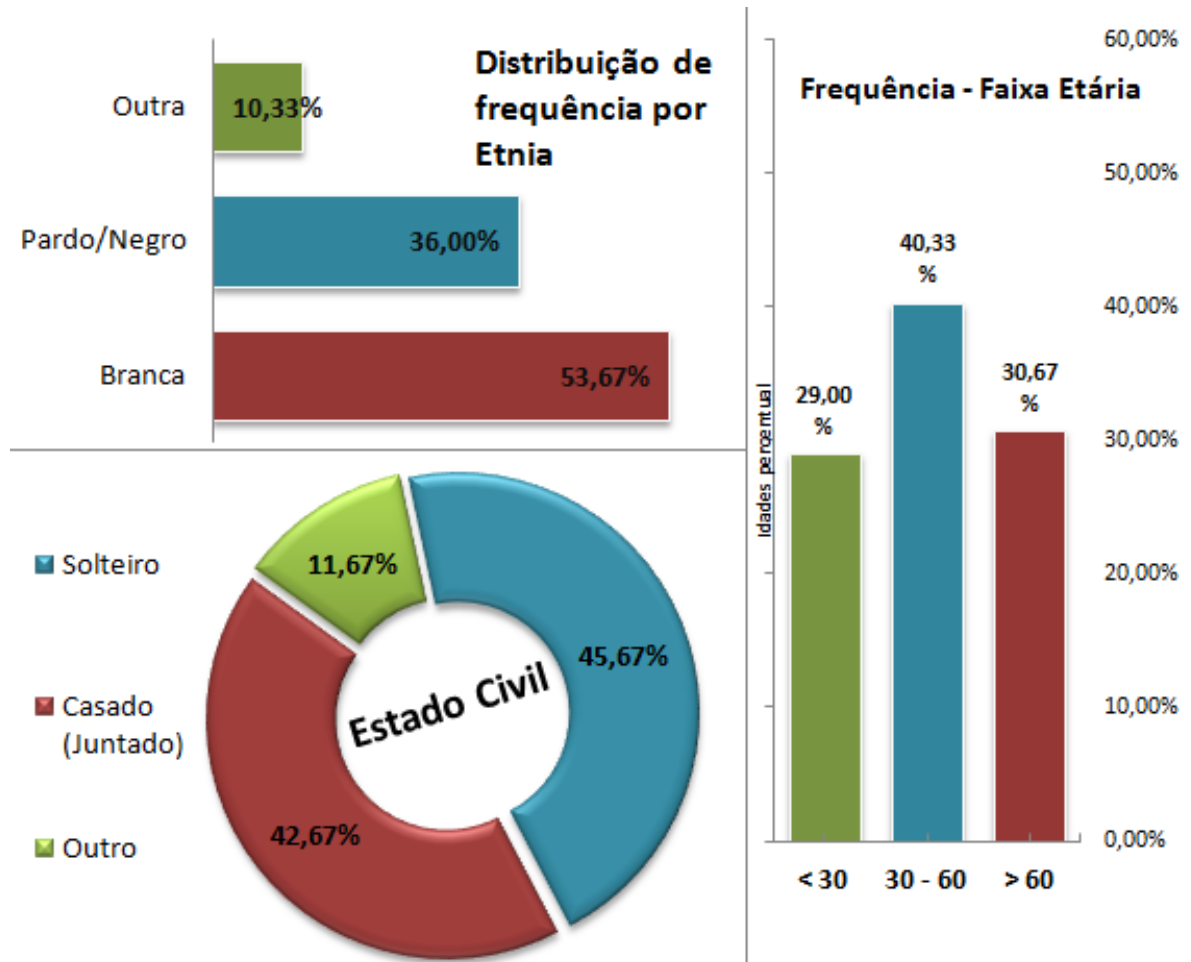
Agrupamento de dados, (2017; N = 300 entrevistados).						
Perfil Social	<i>Capital</i>	155	<i>Outros Municípios da</i>	88	<i>Outras regiões</i>	57
	RMGV	%	RMGV		Estados/Países	%
<b>Faixa etária</b>						
30	37	23,87%	33	37,50%	17	29,82%
30 - 60	63	40,65%	31	35,23%	27	47,37%
60	55	35,48%	24	27,27%	13	22,81%
<b>Cor da pele (etnia)</b>						
Branca	77	49,68%	51	57,95%	33	57,89%
Pardo/Negro	59	38,06%	33	37,50%	16	28,07%
Outra	19	12,26%	4	4,55%	8	14,04%
<b>Estado civil</b>						
Solteiro	49	31,61%	55	62,50%	33	57,89%
Casado	81	52,26%	25	28,41%	22	38,60%
Outro	25	16,13%	8	9,09%	2	3,51%
<b>Total</b>	<b>155</b>		<b>88</b>		<b>57</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: os autores, 2017.

Conforme apresenta a Tabela 1, averiguamos que o público entrevistado é em maior parte composto por pessoas entre 30 a 60 anos (47,37%), em geral de etnia branca (57,89%) e estado civil solteiro (57,89%). No que tange à residência (morada com intuito constante) agrupamos as respostas em três situações, sendo que: 155 (51,67%) dos clientes eram da capital capixaba; 88 (29,33%) dos consumidores eram oriundos de outras cidades (municípios de Cariacica, Fundão, Guarapari, Serra, Viana e Vila Velha) que fazem parte da Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV); e 57 (19,00%) dos respondentes eram turistas e reportaram ser residentes na região das Montanhas Capixabas ou de outras regiões do Brasil ou

exterior. A seguir, apresentamos uma síntese dos dados sobre o perfil do grupo de respondentes do questionário semiestruturado.

**Figura 4.** Perfil social dos participantes da pesquisa (Vitória/ES).

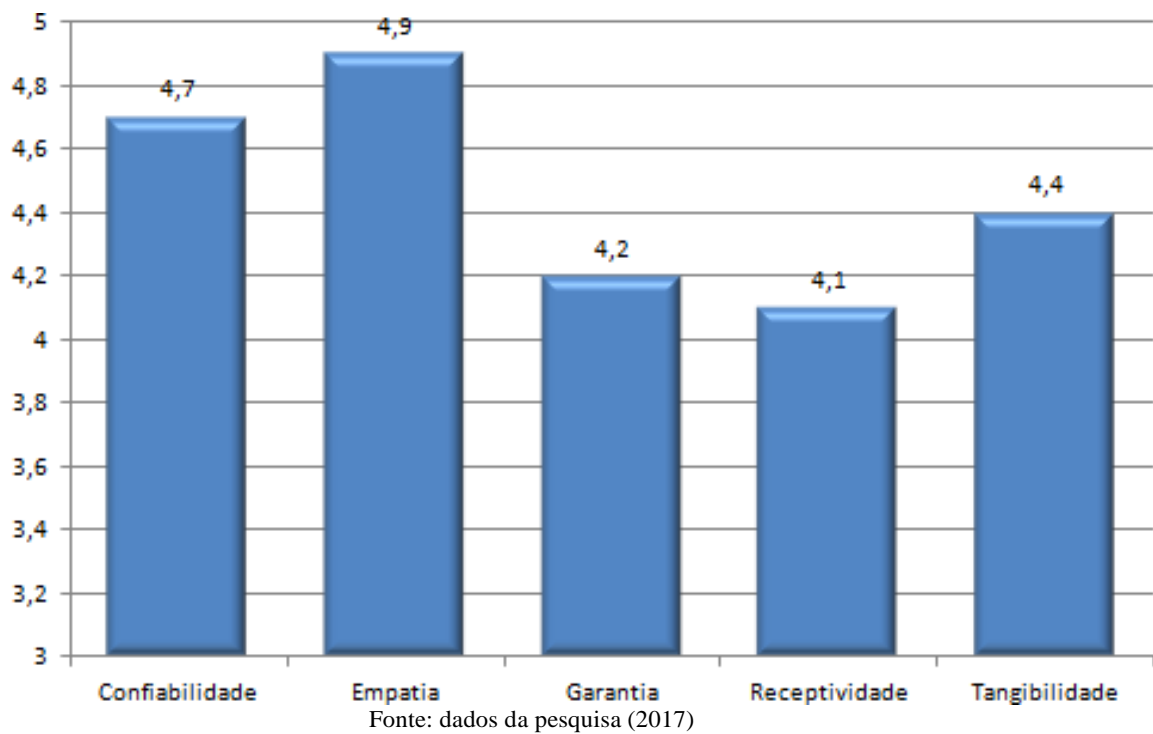


Fonte: os autores (2017). No que tange à etnia, 161 (53,67%) se declaram brancos; 108 (36,00%) pardo-negros; e 31 (10,33%) declaram ter outra etnia (Figura 4). Quanto ao gênero 130 (43,33%) declaram masculino; 170 (56,67%) assinalaram a opção feminino.

#### 4.1 Importância e Satisfação

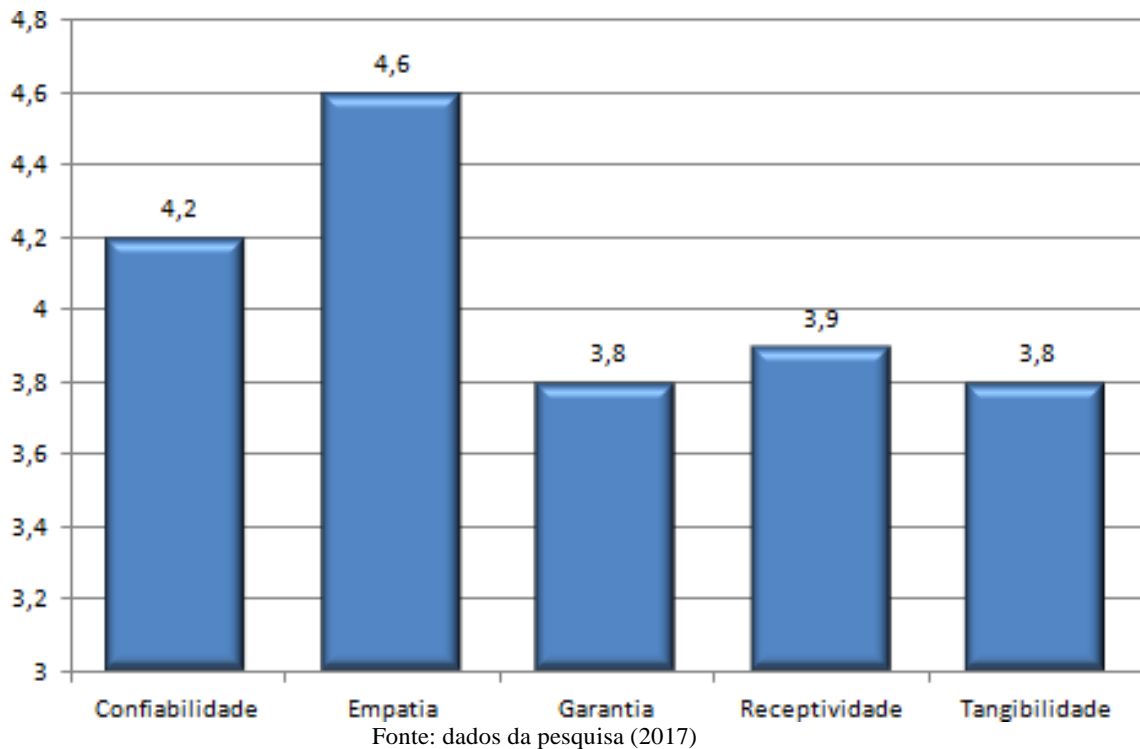
Uma análise dos resultados permitiu identificar os itens mais importantes (expectativas) para a maioria dos usuários: “Feirante gentil e acessível” obteve 90% (270) das respostas (270) e “Feirante sempre disposto para ajudar nas dúvidas e demandas” obteve 83% (249).

Las Casas (2017, p. 6) alerta que os clientes ficam satisfeitos ou não conforme suas expectativas e, portanto, "a qualidade do serviço é variável de acordo com o tipo de pessoa". Logo, em relação à importância, os itens da pesquisa receberam dos participantes uma pontuação que variava entre 4,10 e 4,90 de uma escala de cinco pontos (Figura 5). Isso sugere que os fatores selecionados no diagnóstico são de fato proeminentes para a clientela da feira livre.

**Figura 5.** Nível de "importância" perante as esferas da qualidade.

No que cabe a satisfação, verifica-se que os itens que alcançaram menor medida podem representar aspectos a serem melhorados nos serviços ofertados. Entre eles, estão as “Instalações físicas adaptadas às necessidades dos clientes” e “Instalações físicas e barracas visualmente agradáveis e arrumadas”, ambos apresentando respectivamente 15% das respostas marcadas entre “insatisfeito” e “pouco satisfeito”.

Já entre os itens apontados como de “maior satisfação”, o primeiro deles, com 84% das respostas foi “Atendente tem conhecimentos suficiente para responder minhas questões relativas ao evento”, e o segundo, com 82%, “Feirantes inspiram confiança e segurança”. Ainda em relação à satisfação (percepção), os participantes atribuíram às questões uma pontuação que variava entre 3,80 e 4,60 de uma escala de cinco pontos, assinalando uma pequena diferença entre a importância e a satisfação dos serviços conforme pode ser vislumbrado na Figura 6.

**Figura 6.** Níveis de "satisfação" perante as esferas da qualidade.


Grönroos (1998) afirma que o consumo de serviço não é algo análogo ao consumo de produto, o que se constata é que a clientela não está interagindo com bem físico, mas com um processo, ou seja, há uma interação direta com o processo (resultado) de obtenção de seu desejo ou necessidade. É mais complexa a operação de produção de serviço; uma prestadora de serviços promove um fluxo dinâmico do processo de consumo e, isso sinaliza um conjunto de operações que abrangem os *inputs* e os *outputs* do serviço (GRÖNROOS, 1998).

Primeiramente, é importante ressaltar que na Tabela 2 agrupamos e apresentamos as médias da pontuação (da escala de 1 a 5) recebida pelos indicadores da qualidade de serviço a respeito da importância e satisfação, agrupados por dimensão:

**Tabela 2.** Importância e Satisfação por Dimensão

Dimensão	Importância (E)	Satisfação (P)
Confiabilidade	4,70	4,20
Empatia	4,90	4,60
Garantia	4,20	3,80
Receptividade	4,10	3,90
Tangibilidade	4,40	3,80

Fonte: os autores, dados da pesquisa (2017).

A determinante da qualidade do serviço assinalada nesse trabalho distingue a dimensão empatia (4,90) como sendo a preferida pela clientela da II Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária. Em suma, compreende a “atenção personalizada e o carinho individualizado” (LAS CASAS, 2017, p. 215). Portanto, essa dimensão designa a esfera das jocosidades e cuidado em atender



proporcionada a clientela - expressa o jogo social com os clientes e com os outros feirantes, simboliza a maestria em instaurar interações sociais. "Transformamos o que fazemos para fortalecer o que somos!", argui a camponesa Renilda Amorim.

Figura 7. Expositora e logomarca da Feira da Reforma Agrária, 2017.



Fonte: os autores, Vitória/ES, 2017.

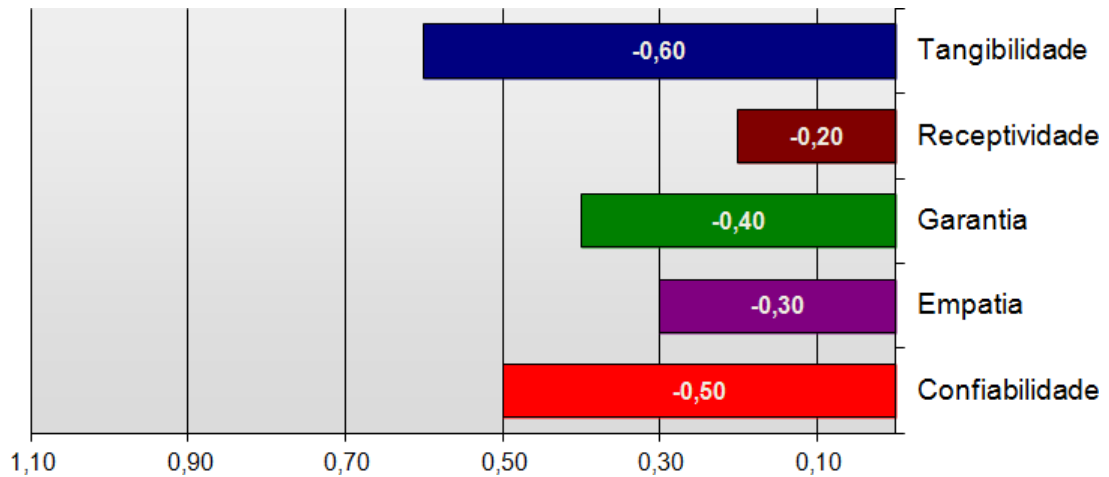
Com alimentação saudável, cultura popular e muita troca de experiência, a II Exposição de Produtos da Reforma Agrária promove o encontro entre o campo e a cidade. E “participar da Feira da Reforma Agrária é uma experiência muito importante [...] é muito proveitoso poder conhecer outras experiências do movimento e o tamanho da nossa luta”, relata a camponesa Renilda do Assentamento Zumbi dos Palmares.

#### 4.2 Análises das lacunas na qualidade de serviços (Gap Analysis)

Campos, Miguel e Silveira (2017) argumentam que a “Análise de Gaps” é uma excelente maneira para expor os resultados da pesquisa e, para o cálculo dos *gaps* utiliza-se a seguinte fórmula:  $Gap = Satisfação - Importância$ . Para calcular as médias, as pontuações (de 1 a 5) de cada item são somados e depois divididos pelo número total de entrevistados (300) tanto para a satisfação quanto para a importância. O modelo ServQual avalia a qualidade como sendo a diferença entre a percepção do desempenho e da expectativa (MIGUEL; SALOMI, 2004) e assim, calcula-se a seguir a diferença entre ambas, obtendo-se o *gap* por questão.

Nitecki e Hernon (2000) apontam em suas pesquisas que as pontuações de *gaps* entre 0 e -1 não superam as expectativas (excelência), contudo podem atender ao que a clientela espera de um serviço padrão e, significando uma qualidade positiva ao serviço prestado. Para o cálculo dos *gaps* por dimensão, as médias das questões de cada dimensão são somadas e depois divididas pelo total de itens contidos nessa dimensão.

Figura 8. Gráfico dos Gaps por dimensões



Fonte: os autores, dados da pesquisa, 2017.

A partir da figura 8 pode-se averiguar que existe uma lacuna entre o serviço desejado e o que de fato foi encontrado. Os dados interpretativos nessa dimensão da qualidade remete a questão dos aspectos tangíveis, ou seja, “a aparência das instalações, dos equipamentos, do pessoal e do material de comunicação (o quê?)” (LAS CASAS, 2017, p. 215). Nesse cenário a dimensão Tangibilidade apresenta-se mais acentuada, isso indica que os aspectos tangíveis obteve média (3,80) no desempenho/satisfação (Tabela 2); sendo assim, os entrevistados apontaram uma expectativa mais elevada quanto a essa determinante da qualidade (4,40).

## 5 Considerações Finais

Este estudo foi realizado tendo-se como objetivo identificar a percepção dos consumidores sobre a qualidade dos serviços ofertados na segunda edição da Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária no Estado do Espírito Santo. A escolha desse estrato de estudo considera, sob enfoques distintos, a diferenciação do evento que proporciona um espaço de diálogo e aproxima os camponeses da reforma agrária na região metropolitana. Para tanto, realizou-se um estudo quantitativo, exploratório e descritivo por meio de um *survey* com corte transversal e, emprego da abordagem teórico-metodológica SERVQUAL adaptada para a coleta e métrica dos dados.

Esse corpus teórico torna viável aferir a qualidade num cenário em que os serviços prestados podem variar (MIGUEL; FREIRE, 2016). O *ranking* baseado no ServQual pode não parecer ser adequado para sumarizar todas as informações de um processo de desenvolvimento de serviços de forma eficiente, pois ele serve para captar continuamente efeitos transitórios e não duradouros, ou seja, lacunas pontuais que podem ser retificadas.

Por meio desta pesquisa, foi possível constatar que os clientes da segunda feira capixaba de produtos da reforma agrária percebem positivamente a qualidade, mas apontam que a parte tangível dos serviços pode ser melhorada, evitando aglomeração desnecessária e organizando melhor o ambiente da

feira. Observa-se que os resultados obtidos evidenciam que os clientes também consideram a dimensão empatia importante e bem desempenhada pelos feirantes. Logo, não é apenas o entretenimento, mas, a organização, o cuidado com a decoração capixaba de produtos da reforma agrária deixa um saldo positivo para os organizadores e para o público participante. Ao longo dos três dias de evento, valorizou-se o papel do campo para a segurança alimentar das cidades, e ainda remonta planos mais altos ao reforçar (*empowerment*) o grupo camponês. Entre tantos desafios, o diagnóstico da qualidade dos serviços galgou um resultado satisfatório.

A feira mobilizou famílias de 25 assentamentos capixabas, inserindo "20 toneladas de alimentos comercializados, entre alimentos *in natura* e agroindustrializados, além de diversos tipos de plantas medicinais, ornamentais, artesanatos, produtos de saúde popular [...]" no mercado local (MST; 2017, p. 1).

É pertinente ponderar que esta pesquisa comprovou que o método ServQual (re)adaptado é apropriado para medir a qualidade a partir das percepções e expectativas dos clientes e frequentadores de forma indulgente a questão da qualidade. Reitera-se que os clientes atendidos na II Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária se mostraram satisfeitos com o atendimento ofertado no evento, citando a "Empatia" como a grandeza mais importante no processo de desenvolvimento de serviços.

A exposição e 'feira de Produtos da Reforma Agrária revitaliza o Centro da capital', diz Mercedes, freguesa do evento em suas duas edições. Além disso, essa declaração, aparentemente precisa, implica em uma esfera de significados sobre a atuação de uma cidade educadora. Vedana (2013) considera que as imagens, as linguagens, os produtos, os feirantes e os clientes se conectam em um sistema simbólico, unindo o cenário urbano aos costumes e prazeres do campo. Lembrar que Vitória atualmente é sede nacional da Associação Internacional das Cidades Educadoras (AICE); e diante disto, o município precisa zelar por seus espaços, trabalhando para que a educação esteja no eixo transversal das políticas locais (de urbanismo, mobilidade, meio ambiente, saúde, cultura e desporto).

Rodrigues et al. (2007) afirmam que esse tipo de evento fortalece os laços familiares e interfere na dinâmica local, sendo essenciais na compreensão do quadro agrário do país. Sobretudo, as feiras livres são vistas como um campus tático que objetiva "além da conservação dos recursos naturais, através da produção de alimentos orgânicos, a melhoria na qualidade de vida, tanto do produtor quanto do consumidor que adquire esse tipo de produto" (RODRIGUES et al., 2007, p. 5).

Uma desvantagem do método em questão é o fato do questionário padrão do ServQual ser composto apenas por questões fechadas, o que o caracteriza como um método quantitativo (MIGUEL, 2017). Todavia, não basta fornecer serviços com excelente qualidade, é imprescindível o cliente está no "centro do processo" de desenvolvimento de serviços.

Possíveis desdobramentos podem fundamentar uma continuidade nessa linha de pesquisa. Deve-se ter em conta, assinalam Miguel e Silveira (2018), que as transformações dos desejos e das

necessidades dos clientes sempre, por isso o processo de avaliação da qualidade dos serviços ofertados em uma feira livre se faz necessário tendo como foco o olhar da clientela.

Reconhece-se, portanto, que esse tema não se esgota neste estudo e possíveis desdobramentos do diagnóstico ServQual fortalecem a abordagem teórica e pode-se gerar informações mais precisas à tomada de decisão no âmbito social, educacional, econômico e político do país. Nesse sentido, acreditamos que os resultados apresentados é uma forma de dar significância e tônus para a continuidade de projetos e trabalhos que circundam essa temática, fomentando-se a qualidade do evento e de tantos outros similares e vindouros.

## Referências

AMORIM, E. S. Trajetória educacional de mulheres em assentamentos de reforma agrária na região Tocantina - MA. Florianópolis: Ed. Mulheres; São Luis: EDUFMA, 2009, 175 p.

BERNARDES, M. C. N. *et al.* Percepções dos feirantes sobre a agroecologia nas feiras livres dos municípios de Alcobaça, Itamaraju e Prado, no Extremo Sul da Bahia. Cadernos de Agroecologia, [S.l.], v. 10, n. 3, may 2016. ISSN 2236-7934. Disponível em: <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/17756>. Acesso em: 08 jan. 2021.

CAMPOS, A. C. B.; MIGUEL, M. C.; CARVALHO, S. M. S. Aplicação do modelo ServQual na bienal do livro da zona da mata: o olhar dos interagentes abrindo novas páginas para melhoria da qualidade. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, v. 23, n. 52, p. 84-94, 2018. DOI: 10.5007/1518-2924.2017v23n52p84 Acesso em: 11 jan. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2017v23n52p84>. Acesso em: 01 nov. 2017.

CAMPOS, A. C. B; MIGUEL, M. C.; SILVEIRA, R. Z. da. Aplicação do modelo SERVQUAL na Mostra coletiva “Gemologia - da Ciência à Arte”. Expressa Extensão, Pelotas, n. 02, v. 22, p. 37-56, jul/dez, 2017. Disponível em:

<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/expressaextensao/article/download/11519/7821>. Acesso em: 01 nov. 2017.

CARDOSO, A. L. M. de S.; SILVEIRA, R. Z.; MIGUEL, M. C. Percepção da qualidade de serviços na Biblioteca Municipal Murilo Mendes de Juiz de Fora na perspectiva do usuário. BIBLOS, [S. l.], v. 32, n. 2, p. 5-29, 2019. DOI: 10.14295/biblos.v32i2.6925. Disponível em: <https://www.seer.furg.br/biblos/article/view/6925>. Acesso em: 11 jan. 2021.

CARPINETTI, L. C. R. Gestão da qualidade: conceitos e técnicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017, 248 p.

CROSSNO, J. E. *et al.* Assessment of customer service in Academic Health Care Libraries (ACSAHL): an instrument for measuring customer service. Bulletin of the Medical Library Association, v. 89, n. 2, pp. 170-176, Abr. 2001. Disponível em:

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC31724/>. Acesso em: 15 mar. 2017.

GONÇALVES, C. A. *et al.* Avaliação de um modelo de mensuração de desempenho de serviços oferecidos por empresas públicas. In: Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 7., 2002, Lisboa. Anais...

Lisboa: CLAD, 2002. Disponível em:<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0043317.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2017.

GRÖNROOS, C. Marketing services: the case of a missing product. *Journal of business & industrial marketing*, v. 13, n. 4/5, p. 322–338, 1998.

KHATOUNIAN, C. A. *et al.* A reconstrução ecológica da agricultura. São Paulo: Agroecológica, 2001.

LAS CASAS, A. L.. Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos. 6. ed São Paulo: Atlas, 2017. 223 p.

MARQUES, P. E. M. Críticas e justificações em torno da soberania alimentar: fundamentações com vistas a um sistema agroalimentar justo. *Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária – ABRAA*, São Paulo, n° 35, Vol. 01, n° 01, Ed. Maio/outubro, p.15-26, 2014. Disponível em:<http://www.periodicos.unb.br/index.php/sust/article/view/16458>. Acesso em: 08 jan. 2021.

MELLO, C. H. P. *et al.* Gestão do processo de desenvolvimento de serviços. São Paulo: Atlas, 2010. VIII, 194 p.

MIGUEL, M. C. A extensão das dimensões da qualidade na argúcia dos consumidores da I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária. *Extramuros, Petrolina-PE*, v. 5, n. 1, p. 65-79, 2017. Disponível em:

<http://periodicos.univasf.edu.br/index.php/extramuros/article/viewFile/910/732>. Acesso em: 09 dez. 2017.

MIGUEL, M. C.; FREIRE, V. F. Avaliação da Qualidade Orientada ao Usuário do Museu Capixaba do Negro: Aplicação da Abordagem Teórico-Metodológica ServQual em um Espaço Museológico de Vitória-ES. *Guará, Vitória*, n. 05, p. 103-116, Jul, 2016. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/guara/article/view/14350/10092>.

Acesso em: 19 jul. 2017.

MIGUEL, M. C.; SILVEIRA, R. Z. da. Qualidade, organização museológica e extensão universitária: avaliação pluralizada pelo o aporte teórico-metodológico ServQual. *Brazilian Journal of Information Science: research trends*, [S. l.], v. 12, n. 4, p. 11-21, 2018. DOI: 10.36311/1981-1640.2018.v12n4.03.p11. Disponível em:

<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/7980>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. *Prod.*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 12-30, 2004. Disponível em:



[www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-65132004000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132004000100003). Acesso em: 22 out. 2017.

MDA -Ministério do Desenvolvimento Agrário. Alimentos da Agricultura Familiar mostram peculiaridades regionais. Disponível em <http://www.mda.gov.br/portalmda/noticias/alimentos-da-agricultura-familiar-mostram-peculiaridades-regionais.2014>. Acesso em: 08 jan. 2021.

MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra]. MST capixaba realiza II Feira da Reforma Agrária em Vitória. Set. 2017. Disponível em:

<http://www.mst.org.br/2017/09/19/mst-capixaba-realiza-ii-feira-da-reforma-agraria-em-vitoria.html>  
Acesso em: 20 set. de 2017.

NITECKI, D. A.; HERNON, P. Measuring service quality at Yale's University's libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, Ann Arbor, v. 26, n. 4, p. 259-273, Jul. 2000. Disponível em:<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S>. Acesso em: 08 jan.2021.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Chicago, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985. Disponível em: [www.journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177](http://www.journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177). Acesso em: dez.. 2017.

RODRIGUES M. F. F. *et al.* Agricultura orgânica e feira agroecológica com estratégias de complementação de renda em assentamentos rurais da zona da mata paraibana. In: Encontro de Extensão da Universidade Federal da Paraíba, 10., 2007, João Pessoa. Anais... João Pessoa: UFPB-PRAC, 2007. Disponível em:

[http://www.prac.ufpb.br/anais/xenex\\_xienid/x\\_enex/ANAIS/Area8/8CCENDGEOCO\\_UT01.pdf](http://www.prac.ufpb.br/anais/xenex_xienid/x_enex/ANAIS/Area8/8CCENDGEOCO_UT01.pdf)  
Acesso em: 22 jul. 2017.

RODRIGUES, F. F; LEAL, M. L; HARGREAVES., L. Qualidade em prestação de serviços. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1996.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. *Psicol. Soc.*, Porto Alegre , v. 19, n. spe, p. 95-102, 2007 . Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 16 jul. 2017.

SATO, L.; HESPANHOL BERNARDO, M.; OLIVEIRA, F.de. Psicologia social do trabalho e cotidiano: a vivência de trabalhadores em diferentes contextos micropolíticos. *Psicol. Am. Lat.*, México , n. 15,dez. 2008. Disponível em:

[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-350X2008000400010](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2008000400010). Acesso em: 16 dez. 2017.

SENGE, P. M. A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende. 25. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2009. 530 p.

serviços. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1996.



SIEX [Sistema de Informações de Extensão da Ufes]. Construção das feiras da reforma agrária: em busca do diálogo com a sociedade. Set. 2017. Disponível em:

<http://siex1.ufes.br/siex/PrepararHistorico.do?id=8156&mode=auditar#> Acesso em: 18 out. de 2017.

SINDIBANCÁRIOS-ES [Sindicato dos bancários do Espírito Santo]. 2ª Feira de produtos da reforma agrária prossegue até sábado (16), Vitória, 05 Set. 2017. Disponível em: <http://www.bancarios-es.org.br/vitoria-recebe-2a-feira-de-produtos-da-reforma-agraria-do-es/>. Acesso em: 15 out. 2017.

VEDANA, V. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. Horiz. antropol., Porto Alegre, v. 19, n. 39, p. 41-68, Jun. 2013. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1590/S0104-](http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832013000100003)

71832013000100003. Acesso em: 19 out. 2017.

## Agradecimentos



À Associação de Moradores do Centro de Vitória;

Ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra;

À Secretaria de Estado da Agricultura, Abastecimento, Aquicultura e Pesca - SEAG.

À equipe envolvida;

E, em especial, aos agricultores, familiares camponeses da reforma agrária, não só pelo valioso trabalho de "um fazer-se feirante", mas principalmente por fomentar os vínculos e laços, amizade e partilha, jocosidades e interações e por permitir o estreitamento entre Universidade e comunidade, contribuindo para o desenvolvimento e o crescimento profissional dos pesquisadores envolvidos.