

F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 3. Gestão da Produção e Marketing

MERCADOS POPULARES E APLICAÇÃO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER: O CASO DA FEIRA LIVRE DE MURITIBA-BA.

OLIVAN DA SILVA RABÊLO ⁰¹

ISMAEL DA SILVA BORGES ⁰²

1. Prof. M.Sc. Faculdade Maria Milza - FAMAM - Orientador
2. Administrador de Empresas - Faculdade Maria Milza - Famam

INTRODUÇÃO:

As relações de troca, compra e venda de produtos tem sua origem no continente europeu, por volta do nono século, com o surgimento dos primeiros mercados locais organizados com vistas a atender à população em suas necessidades primárias (SATO, 2007). Assim, as feiras surgem atraindo pessoas de diversas e distantes localidades, passando com o tempo a ser um ponto de centralidade comercial (SILVA, 1987). Dentro do ramo mercadológico, esta deve ser compreendida a partir das estratégias e ações geradas pelas forças competitivas neste ambiente em que se processa. Porter (1979), buscando entender as forças que afetam a competitividade no ramo dos negócios idealizou um modelo que possibilita analisar o grau de atratividade de um setor da economia no seu ambiente externo, identificando neste, cinco forças atuantes: entrada de concorrentes, ameaça dos produtos concorrentes, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre concorrentes atuais. Assim, reconhecendo o importante papel centralizador que a feira livre exerceu e exerce no comércio da cidade de Muritiba-BA, este trabalho buscou identificar as cinco forças do modelo de Porter no contexto da feira livre da referida cidade.

METODOLOGIA:

A pesquisa foi norteada a partir de um estudo de natureza exploratório de caráter explicativo desenvolvido através do estudo de caso da feira livre da cidade de Muritiba-BA. Os dados primários foram originados de forma qualitativa e quantitativa, tendo como instrumentos de coleta questionários aplicados à amostra de 30 feirantes que atuam no segmento de confecções da feira livre. O instrumento de coleta de dados buscou investigar primordialmente as inter-relações entre as variáveis do Modelo de Porter e sua aplicação na feira livre de Muritiba - B A .

Os dados secundários foram adquiridos através de livros, artigos científicos, produções científicas como monografias, dissertações e teses que abordam sobre o tema, bem como periódicos de circulação nacional.

RESULTADOS:

Sobre o perfil sócio-demográfico dos feirantes, constatou-se quanto a escolaridade que todos eram alfabetizados, sendo que 53,33% (16) dos feirantes entrevistados tinham o ensino fundamental, sendo que destes 7 (sete) não tinham o fundamental completo; 43,33% (13) dos entrevistados cursaram o Ensino Médio, sendo que somente 8 (oito) tinham finalizado o curso e que somente um feirante (3,33%) tinha o ensino superior incompleto. Verificou-se também, que 56,66% (17) eram do sexo masculino, com faixa etária entre 20 a mais de 45 anos e que 80% (24) possuía residência própria e somente 30% (9) dos feirantes eram domiciliados em Muritiba, sendo 70,00% de outras localidades. Dessa maneira, pode-se verificar que atualmente devido a própria saturação no mercado de trabalho quanto a mão de obra, muitos tem buscado meios de sobrevivência, tendo a feira livre como uma forma de opção para não ficar fazendo parte da população inativa. Quanto as forças atuantes de Michael Poter, buscou-se saber dos feirantes quanto à concorrência, destacando-se as forças internas (feirantes/feirantes) com 60% e as dos clientes com 36,7% representada através do poder de barganha destes. Tentando saber sobre os maiores estratégias para atrair e manter a clientela, detectou-se que o preço mais acessível.

CONCLUSÃO:

Dentre as inúmeras forças que imperam no ambiente da feira livre de Muritiba-BA, considerando as cinco forças de Michael Poter, as forças internas, as forças exercidas pelos clientes, as dos fornecedores, dos entrantes e dos produtos substitutos, a concorrência interna entre os feirantes é a que mais se destaca na feira livre do município de Muritiba-BA, no ano de 2010. Percebe-se também que os aspectos da cultura local se reverte como fator que delimita a feira livre de Muritiba-BA.

Palavras-chave: Mercados locais, Forças competitivas, Negócios.