



Percepção dos feirantes sobre produtos orgânicos no município de Altamira, Pará.

Perception of the fairgrounds about organic products in the municipality of Altamira, Pará.

RODRIGUES, Sharon Rose¹; SANTOS, Dhyene Rayne²;

¹ Faculdade de Engenharia Agrônoma/ Universidade Federal do Pará - Campus Altamira, r.sharonrose@hotmail.com¹, drayneagro@gmail.com²

Eixo temático: Economias dos sistemas agroalimentares de base agroecológica

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar a percepção dos feirantes sobre produtos orgânicos e analisar a demanda e oferta por esses produtos em duas feiras livres no município de Altamira, Pará. A coleta dos dados para a pesquisa foi realizada com 24 feirantes no Mercado Municipal e na Feira do Produtor Rural Joana Amaral Góes, através de questionário semi-estruturado. No estudo verificou-se que a maior parte dos feirantes (71%) participantes conhecem o conceito de produtos orgânicos. Porém, a demanda por produtos orgânicos nas duas feiras pesquisadas ainda encontra-se em expansão. No estudo foi possível observar que os feirantes oferecem produtos orgânicos em suas barracas e sabem da importância do mesmo quando comparado ao convencional. Os resultados demonstraram que os feirantes conhecem e sabem o conceito da palavra “produtos orgânicos”, e preocupam-se em comercializar um produto de qualidade aos seus clientes.

Palavras-chave: Comercialização; Conhecimento; Feira livre.

Keywords: Marketing; Knowledge; Free Fair.

Abstract: This article has the objective of analyzing the perception of the organic products market and analyzing the demand and supply for these products in two free trade fairs in the city of Altamira, Pará. Data collection for the survey was carried out with 24 markets in the Municipal Market and in Feira of the Rural Producer Joana Amaral Goes, through a semi-structured questionnaire. In the study, it was verified that most of the participants (71%) of the respondents knew the concept of organic products. However, the demand for organic products in the two fairs surveyed is still expanding. In the study, it was possible to observe that the marketers offer organic products in their tents and know the importance of the same when compared to the conventional one. The results have shown that marketers know and know the concept of the word "organic products" and are keen to market a quality product to their customers.

Introdução

Segundo o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2017) os alimentos de base orgânica e agroecológica, são os alimentos oriundos de sistemas que buscam promover o uso sustentável dos recursos naturais, protegem a biodiversidade, sem contaminantes, além de respeitar e aperfeiçoar saberes e formas de produção tradicionais.



Segundo os últimos dados divulgados pelo extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), a produção orgânica nacional vem crescendo mais de 20% ao ano. No entanto esse crescimento é inferior à demanda pelos produtos (SEBRAE, 2017). A agricultura orgânica contribui significativamente para um manejo mais adequado do meio ambiente, com a não poluição devido ao uso de produtos químicos, a conservação do solo e da água, uma alimentação mais saudável a população e com a conservação da biodiversidade. A agricultura orgânica é de extrema importância, pois 75% da sua produção vêm de agricultores familiares (SEBRAE, 2017).

As feiras livres são espaços potenciais de promoção da segurança alimentar na prática. Para Silva (2006) a feira é uma alternativa que facilita a venda dos produtos dos agricultores familiares, visto que os mesmos plantam e vendem seus produtos diretamente ao consumidor, muitas vezes produzindo produtos de forma agroecológica e orgânica, sem a utilização de agrotóxicos.

Neste contexto, o objetivo do trabalho foi analisar percepção dos feirantes sobre produtos orgânicos e analisar a demanda e oferta por esses produtos em duas feiras livres no município de Altamira, Pará.

Metodologia

Altamira é um município brasileiro localizado no estado do Pará, na Região Norte do país. Sua população estimada em 2018 era de 113.195 habitantes (IBGE, 2019). A sede municipal localiza-se a 03° 12' de latitude Sul e 52° 13' 45" de longitude a Oeste de Greenwich.

A coleta dos dados para a pesquisa foi realizada no Mercado Municipal Moreirão, inaugurado em 2012, com capacidade para mais de 100 feirantes, e na Feira do Produtor Rural Joana Amaral Góes, que foi construído para alocar os feirantes que comercializavam seus produtos em uma rua todos os domingos. O trabalho foi realizado através de questionário semi-estruturado, com um roteiro que delineou as perguntas a serem feitas aos entrevistados. Dentre as questões levantadas, destacaram-se: conceito de produtos orgânicos; se cultivavam ou somente comercializavam; se há demanda por tais produtos e; se esses produtos são mais saudáveis que os convencionais.

Para sistematização dos dados utilizou-se ferramentas de estatísticas com representações gráficas em porcentagem para discussão dos dados.

Resultados e Discussão

Foram abordados 24 feirantes, sendo 58% no Mercado Municipal e 42% na Feira dos produtores.



No estudo 71% dos feirantes participantes conhecem o conceito de produtos orgânicos, 29% não souberam responder ou não conheciam o conceito da palavra. Os 29% dos feirantes que não souberam responder o conceito de produtos orgânicos se identificaram como marreteiros (termo usado por eles para definir atravessador), ou seja, apenas compram as mercadorias dos agricultores para revender na feira. Por isso não sabiam a conceituação, por não serem eles os agentes da produção.

Dos 24 feirantes que participaram da pesquisa, 50% não produzem os produtos comercializados, 38% cultivavam os seus próprios produtos e disseram ser orgânicos. Cerca de 12% dos feirantes cultivam boa parte de seus produtos, porém ainda adquirem algumas mercadorias como batata, cenoura e cebola de outros produtores, desempenhando papel de marreteiro também (Figura 1).

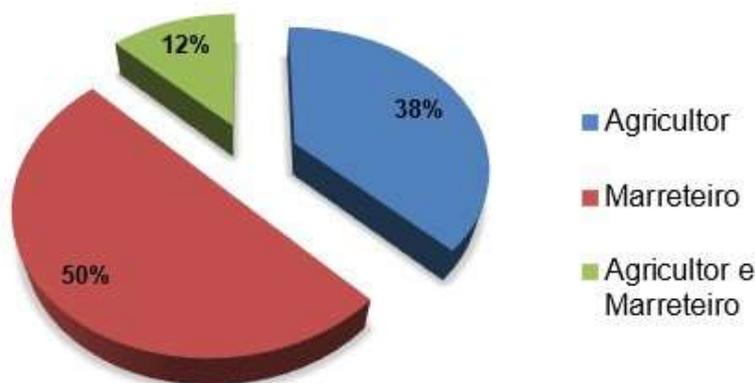


Figura 1. Classificação dos feirantes no Mercado Municipal e Feira dos produtores.

No Brasil há uma demanda crescente por produtos de origem orgânica, porém constatou-se que nas feiras da cidade de Altamira, segundo os entrevistados essa demanda não é tão frequente. O fato é, que apenas 42% dos feirantes responderam que há uma demanda de produtos orgânicos em sua barraca e 58% disseram que não há demandas (Figura 2), ou seja, os consumidores não perguntam a procedência de tais produtos comercializados. Um dos fatores para essa baixa procura pode estar relacionada a uma questão de hábito ou pelas pessoas terem uma visão de que esses produtos têm um valor mais elevado.

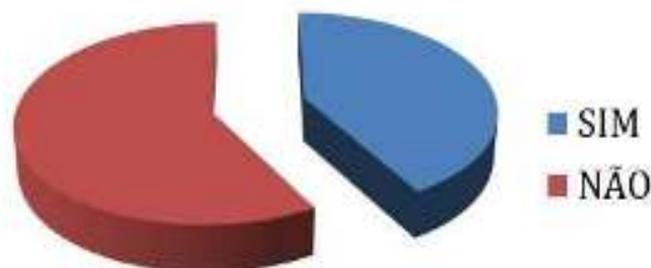




Figura 2. Demanda de produtos orgânicos no Mercado Municipal e Feira dos produtores.

A demanda por produtos orgânicos ainda encontra-se em expansão na cidade, demonstrando que a população está em transição para uma alimentação mais saudável, sem resíduos de agrotóxicos em seus alimentos, além de uma consciência mais sustentável, pensando nos processos produtivos convencionais que mal manejados causam tantos problemas ao meio ambiente.

A oferta de produtos orgânicos está em crescimento nas duas feiras estudadas, com objetivo de suprir as demandas dos consumidores. Cerca de 50% dos entrevistados ofertam algum produto orgânico em sua barraca e 50% não oferecem nenhum tipo. Porém nenhum dos feirantes possuem certificações dos seus produtos.

Os principais produtos orgânicos citados pelos feirantes como comercializados em suas barracas foram: abobora, banana, quiabo, macaxeira e algumas plantas medicinais como alecrim, espinafre, mastruz, amor crescido e capim-santo. Segundo os participantes esses produtos são mais rústicos e de fácil cultivo não necessitando de muitos tratos culturais. Outros produtos como tomate, batata, beterraba, alface, couve e cebola, foram citados como produtos que necessitam do uso de agrotóxico. Resultados semelhantes também foram encontrados por Bernardes et al. (2015), onde os feirantes apontaram alguns desses produtos como os que necessitam de maior trabalho e uso de agrotóxico.

A oferta de produtos orgânicos não é maior pelo fato dos agricultores alegarem que é uma produção mais trabalhosa que o convencional, demandando mais tempo e cuidados, pois como não podem utilizar agrotóxicos, eles têm que fazer um trabalho de prevenção em suas culturas.

Na pesquisa somente 8% dos feirantes participantes que comercializavam produtos orgânicos responderam agregar 30% de valor nos seus produtos, enquanto que os outros 92% dos feirantes responderam que os produtos não agregavam valores às vendas, sendo muitas vezes esses produtos vendidos bem mais baratos.

Por outro lado, 92% dos feirantes acreditam que os produtos orgânicos são mais saudáveis que os alimentos produzidos de forma convencional, devido seu processo de produção envolver menos produtos agrotóxicos, que além de tornar o produto contaminado ainda polui rios, solos e nascentes.

Entretanto, apenas uma pequena quantidade desses feirantes cultivam produtos orgânicos para sua alimentação e venda na feira.

Conclusões

São vários os benefícios trazidos por essa forma de cultivo, tanto para saúde quanto para o meio ambiente. Respeitando o meio ambiente em todo seu processo, com técnicas específicas de plantio e manejo. Além de ter como objetivo um alimento de



qualidade e mais saudável. Muitas pessoas já descobriram esses benefícios e estão dispostas a pagar até mais caro por esses produtos, porém as ofertas desses alimentos na cidade são escassas, não tendo uma feira ou loja específica para orgânicos. Quem quer adquirir tais produtos tem que procurar em vários locais da cidade, podendo não encontrá-los.

É possível concluir que há uma crescente oferta e demanda de produtos orgânicos nas duas feiras estudadas. Porém muitos agricultores não sabem o conceito, desconhecem as práticas de produção orgânica, não atendendo as demandas da população por alimentos produzidos de forma sustentável.

Com a conclusão desse trabalho podemos verificar que ainda é falha a comunicação acerca da produção orgânica, que há muita informação, porém não está chegando em pessoas de grande importância para o processo produtivo. O que dificulta o aumento na transição de propriedade com manejo convencional para uma orgânica ou agroecológica e conseqüentemente na oferta de produtos certificados e livre de contaminantes e agrotóxicos.

Referências bibliográficas

BERNARDES, M.C.; REZENDE, A.P.; SANTOS, J.D.; SORRENTINO, M. Percepções dos feirantes sobre a agroecologia nas feiras livres dos municípios de Alcobaça, Itamaraju e Prado, no Extremo Sul da Bahia. **Cadernos de Agroecologia**. 10 (3) 2015.

CONSEA. Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. GT Alimentação Adequada e Saudável. Relatório Final. 2007. Disponível em <http://www2.planalto.gov.br/consea/plenarias/documentos/relatorio-final-marco-2007-03.2007>. Acesso em: 27/08/2019.

IBGE. 2019. Altamira. Disponível: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/altamira/panorama>> Acesso: 28/08/19

SEBRAE NACIONAL. 2017. O mercado pra os produtos orgânicos está aquecido. Disponível: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta-aquecido,5f48897d3f94e410VgnVCM1000003b74010aRCRD?origem=segmento&co dSegmento=1>> Acesso: 29/04/19

SILVA, N.J.A produção hortigranjeira no município de Maringá. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Geografia. Universidade Estadual de Maringá. Maringá, PR: 2006.