

FORTALECIMENTO DAS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO NA FEIRA AGROECOLÓGICA DE SOLÂNEA - PB

DANTAS¹, Severino Ranielson Cunha
CCHSA/DCSA/PROBEX
ALMEIDA², Milene Félix de
CCHSA/DCSA/PROBEX

RESUMO

As feiras livres desempenham importante papel no processo de desenvolvimento econômico do Brasil. Além disso, tais feiras vêm abrindo espaço também para a comercialização de produtos provindos da agricultura familiar, que produzem tanto para sua subsistência como para escoamento para o mercado. Sob essa ótica, o projeto de extensão PROBEX/2012 intitulado “Fortalecimento das estratégias de comercialização na feira agroecológica de Solânea”, buscou estudar as estratégias de comercialização dos produtos ofertados na feira agroecologia da cidade de Solânea – PB. O projeto envolveu as seguintes etapas: identificação das características das feiras agroecológicas do município pesquisado; identificação das limitações e dificuldades encontradas no processo de comercialização destas feiras; verificação da percepção do consumidor quanto às estratégias e produtos comercializados e, socialização dos resultados com os feirantes, orientando a definição de estratégias mais condizentes com as necessidades dos consumidores. Sendo assim, foi constatar que a feira é de fundamental importância para os feirantes, pois é considerada tanto como complemento a renda familiar quanto único meio de sobrevivência. Desta maneira, estes vendedores vem enfrentando diversas dificuldades no que tange a produção e comercialização de seus produtos, que adicionados a falta de apoio e recursos financeiros comprometem o desempenho a feira, gerando desistências e insatisfações por parte dos mesmos. Apesar disso, a feira dispõe de um excelente ponto de funcionamento e uma clientela regular que busca cada vez mais o consumo de tais produtos ofertados pelos benefícios trazidos a saúde.

PALAVRAS-CHAVE: Feira Agroecológica, Comercialização, Estratégias

1 INTRODUÇÃO

¹ UFPB/ Bolsista/ ranielsond@gmail.com.

² UFPB/ Orientadora/ milenefa@gmail.com.

As feiras agroecológicas vêm se destacando cada vez mais pela sua proposta em oferecer produtos isentos de aditivos químicos em sua produção. Além disso, tais feiras representam um importante espaço para comercialização de produtos provindos da agricultura familiar, que produz tanto para sua subsistência como para o mercado.

Neste sentido, a produção oriunda da agricultura familiar fundamenta-se na ideia de sistemas economicamente produtivos, com eficiência na utilização de recursos naturais, respeito ao trabalho, além do reduzido uso de insumos externos ao sistema (IAP, 2012, p. 1).

Desta maneira, a agricultura orgânica brasileira cresce a uma taxa anual de 20%, onde está crescente demanda por produtos orgânicos está fortemente relacionada ao aumento da exigência dos consumidores, internos e externos, com a qualidade dos alimentos e com os impactos da agricultura sobre o meio ambiente (MALUF, 2004, p.).

Sob essa ótica, o projeto de extensão PROBEX/2012 intitulado “Fortalecimento das estratégias de comercialização na feira agroecológica de Solânea”, buscou estudar as estratégias de comercialização dos produtos ofertados na feira agroecologia da cidade de Solânea – PB.

1.1 A feira agroecológica

A feira agroecológica da cidade de Solânea-PB, de acordo com Gomes et. al (2010), foi inaugurada em 2006 contando com cerca de 25 produtores e dez vendedores sem atravessadores, recebem o apoio técnico e de capacitação da Organização Não Governamental de Integração da Família – Fé e Vida – ONGIFA, Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa - AS-PTA, Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Sindicato de Produtores Rurais, Diocese, EMATER-PB e da Secretária de Agricultura do município. Atualmente a feira conta apenas com cinco produtores, e tem funcionamento dois dias por semana, nas quartas na entrada da UFPB, e as sextas no centro da cidade de Solânea/PB.

2 METODOLOGIA

Nesse contexto, para que fosse possível alcançar os objetivos propostos pelo projeto, foi necessário seguir uma metodologia, que para Lakatos e Marconi (2003), é entendida como conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador. Para tanto, o projeto foi realizado seguindo as seguintes etapas:

Discussão do projeto e definição de atividades; estudo teórico dos temas envolvidos; levantamento de dados secundários junto aos órgãos competentes; levantamento de dados primários junto aos consumidores e feirantes; análise de informações e ação junto aos feirantes sobre as estratégias de comercialização (propostas a partir das dificuldades encontradas). Dessa forma, devido à natureza do projeto que envolve atividades que articularam o ensino, a pesquisa e a extensão, a metodologia envolveu todas elas.

3 RESULTADOS

Em primeira instância, foram realizadas reuniões periódicas entre orientador e orientando para discussão do projeto e definições de atividades a serem executadas ao longo do período proposto.

Nesse sentido, foi necessário um estudo teórico por meio de livros, artigos e pesquisas na internet, obtendo assim um maior embasamento a respeito da literatura da arte do tema do projeto. Além disso, dados secundários foram coletados diretamente com órgãos competentes como ONG's e Universidade. Em contrapartida, para que fosse possível conhecer melhor a realidade dos produtores envolvidos na feira e dos hábitos de compra dos consumidores, por meio da aplicação de questionários semiestruturados, como serão observados posteriormente.

Atualmente, participam da feira diretamente cinco produtores, porém já contou com mais de 25 produtores, que por falta de incentivos e diversos problemas climáticos como a seca na região, acarretaram a desistência dos mesmos. Nesse sentido, dos feirantes questionados, estão compreendidos na faixa etária de 41 a 50 anos e participam da feira há mais de um ano e afirmaram que no mínimo mais de uma pessoa da família ajuda no processo de produção ou venda dos produtos. Os principais produtos cultivados e comercializados pelos produtores são: frutas, legumes, verduras, temperos, ervas medicinais, carnes etc. Estes produtos são comercializados também na feira livre da cidade e na própria sede da ONG a qual são filiados, a ONGIFA.

A respeito das dificuldades em participar da feira, os produtores elencaram: falta de incentivos, pouco retorno financeiro, alta dependência das condições climáticas e locomoção dos produtos até a feira.

Por outro lado, para conhecer um pouco mais da feira e das estratégias adotadas, os consumidores foram consultados através de um questionário aplicado durante a execução do

projeto. A partir dessa consulta, foi possível verificar que apesar dos vários problemas enfrentados pelos produtores, a procura por produtos se mantém constante, de modo que 57% dos clientes questionados afirmaram frequentar a feira semanalmente, buscando em sua maioria frutas, verduras e legumes descritos aqui de acordo com a ordem de procura.

Além disso, foi possível verificar ainda que estes clientes vêm participando da feira há mais de um ano (62%) e geralmente gastam em média R\$10,00 reais a cada semana, adquirem produtos também em quitandas e na própria feira livre. Isto se deve a pouca diversidade dos produtos, tendo em vista que foi elencado como o ponto fraco mais apontado por parte dos respondentes. A questão da pouca diversidade é um dos grandes fatores pela qual a feira agroecológica vem perdendo clientes. Isto decorreu do grande problema climático enfrentado, a seca, que prejudicou desde de pequenos a grandes produtores na região. Deste modo, além disso, 71% dos clientes afirmaram que conheceram a feira apenas por meio de indicação de amigos.

Levando-se em consideração tais problemas enfrentados por tais produtores, mediante observações realizadas na feira, são apresentados no quadro 1 abaixo sugestões que possibilitem ajudar no processo de comercialização destes feirantes.

Quadro 1 – Sugestões de comercialização aos feirantes.

Sugestões propostas aos produtores da feira agroecologia da cidade de Solânea - PB	
Problema	Sugestão
<i>Falta de diversidade de produtos</i>	Buscar um maior planejamento dos produtos a serem comercializados, ou até mesmo organizar uma divisão de produtos cada produtor deverá produzir, evitando assim a produção dos mesmos bens. Apesar disso, devem-se prezar sempre pelo balanceamento da quantidade a cada produtor, para que todos saiam ganhando, além do consumidor que contará com uma oferta maior.
<i>Desistência dos feirantes</i>	Grande parte das desistências decorrem por falta de incentivos e problemas com a produção. Para isso, devem-se buscar um maior incentivo de órgãos competentes como prefeituras, universidades, EMATER, etc. de maneira que possam contribuir para a permanência dos mesmos na feira.
<i>Divulgação / Conscientização dos consumidores</i>	A divulgação poderá ser realizada por meio de panfletos, cartazes, campanha em rádios da região. Devem-se ter o objetivo de conscientizar os consumidores enfatizando as vantagens dos produtos para a saúde, o horário e local de funcionamento da feira.

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Estas sugestões visam suprir as necessidades dos produtores desde do processo de plantio até a comercialização dos produtos. No entanto para um maior auxílio a tais feirantes é necessário um maior aprofundamento da realidade dos participantes da feira em questão.

CONCLUSÃO

A feira agroecológica mesmo com dificuldades é considerada como uma alternativa de desenvolvimento para a produção e escoamento produtos oriundos da agricultura familiar no município, o que possibilita a comercialização direta aos consumidores. Neste sentido, os produtores tem conhecimento dos pontos a serem melhorado na feira. No entanto, deparam-se com a falta de técnicas de produção eficientes, recursos financeiros para investimentos na feira e falta apoio que possibilitem uma maior permanência dos mesmos.

Desta maneira, é evidente a necessidade de um apoio mais incisivo por parte de órgãos responsáveis, tanto de cunho técnico como gerencial para o desenvolvimento da feira agroecológica na cidade.

Além disso, o desenvolvimento de outros projetos que objetivem contribuir para a feira e os produtores envolvidos nesse processo se mostra como uma grande necessidade e uma oportunidade para um maior aprofundamento na temática abordada.

REFERÊNCIAS

GOMES, R. N. G.; LIMA, L. K. S.; SOARES, J. P.; ARAÚJO, A. E. **Feira agroecológica: uma alternativa para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar na cidade de Solânea – PB.** In: II CONGRESSO CEARENSE DE AGROECOLOGIA, 2010, Juazeiro do Norte. Disponível em: < <http://submissoes.cariri.ufc.br/agro2010/FILES/p100.pdf>> Acesso em 14 Fev. 2013

INSTITUTO AGRONÔMICO DO PARANÁ. **Agricultura orgânica, 2012.** Londrina-PR

LAKATOS, Eva Maria.; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

MALUF, RENATO S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** Ensaio FEE, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004