

**Estratégias de marketing na associação dos feirantes do município de Tangará da Serra: o caminho da produção orgânica como diferencial competitivo.**

Strategies of marketing in the associação dos feirantes do município de Tangará da Serra: the way of the organic production as competitive differential.

MARTINS, Eloi Chavier. UNEMAT, [leichavier@yahoo.com.br](mailto:leichavier@yahoo.com.br)

**Resumo:** O presente trabalho vem, através da visão dos próprios agricultores da Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra, discutir a possibilidade da produção orgânica de alimentos como um diferencial competitivo para os feirantes do município além dos entraves em se estar trabalho uma estratégia de marketing em cima desse modelo de produção. Mostrar-se-á o conceito de marketing a partir da visão dos próprios associados, bem como as dificuldades que eles enfrentam para trabalhar essa ferramenta gerencial dentro de suas atividades comerciais. O estudo foi realizado no ano de 2005 e, através da pesquisa bibliográfica, documental e a entrevista semi-estruturada procurou-se identificar quais as principais estratégias de marketing utilizadas pela Associação, onde constatou-se que a mesma apresentava uma carência de conhecimentos teóricos a cerca do tema, o que era uma grande limitação ao desenvolvimento de um plano de marketing pela organização. Inicialmente é apresentado um resgate histórico da Associação, bem como um relato de suas atuais limitações e perspectivas de futuro a partir de dados levantados por meio de uma entrevista concedida no dia 19 de junho de 2005 pelo presidente da instituição o Senhor Dircionil Pereira Freitas.

**Palavras-chave:** Agricultura Familiar, marketing, associação, produtos orgânicos.

**Abstract:** The present work comes, through the vision of the proper agriculturists of the Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra, to argue the possibility of the organic food production as a competitive differential for the trader at fairs of the municipality beyond the impediments in if being work a strategy of marketing on of this model of production. Oneself will reveal the concept of marketing from the vision of the proper associates, well as the difficulties that they face to inside work this management tool of its commercial activities. The study it was carried through in the year of 2005 e, through the bibliographical research, documentary and the half-structuralized interview was looked to identify to which the main strategies of marketing used by the Association, where it evidenced that the same one presented a lack of theoretical knowledge about the subject, what it was a great limitation to the development of a plan of marketing for the organization. Initially a historical rescue of the Association is presented, as well as a story of its current limitations and perspectives of future from data raised by means of an interview granted in day 19 of June of 2005 for the president of the institution Mr. Dircionil Pereira Freitas.

**Keywords:** Familiar agriculture, marketing, association, organic products.

### **Introdução**

A Associação dos Feirantes do município de Tangará da Serra, foi fundada no dia dois de fevereiro de dois mil e três. Durante a realização do evento nomeou-se o Secretário Municipal de Agricultura e Meio Ambiente da época, o senhor Eliél Ferreira Porto, como presidente provisório da instituição até que se realizassem eleições para que se escolhesse o presidente oficial. No dia nove de fevereiro de dois mil e três foi

realizada uma reunião no pátio da Feira Municipal com o objetivo de se eleger a diretoria e o conselho fiscal da associação dos feirantes. Para esta eleição se candidataram três chapas: Chapa Feirantes Unidos, Chapa União dos e Chapa União e Trabalho.

A chapa vencedora foi a chapa Feirantes Unidos que recebeu uma aceitação de setenta e nove votos. Esta teve completado um exercício de dois anos a frente da direção da instituição. No dia treze de fevereiro de dois mil e cinco, houve uma convocação para a realização de novas eleições. Foram inscritas duas chapas onde a chapa do atual presidente Dircionil Pereira Freitas conseguiu a reeleição com aproximadamente noventa e seis por cento de aprovação (ASSOCIAÇÃO DOS FEIRANTES DO MUNICÍPIO DE TANGARÁ DA SERRA-MT, 2003).

### **Material e métodos**

O público-alvo desta pesquisa é constituído pela Associação dos Feirantes do Municipal de Tangará da Serra. O conjunto metodológico é constituído por uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, onde, através da óptica dos próprios associados, procurou-se identificar os principais entraves com que se depara a Associação ao se trabalhar estratégia de marketing na divulgação de seus produtores e produtos. Foram adotados como instrumentos de pesquisa a observação in-loco, a entrevista informal com os associados e uma entrevista semi-estruturada com o presidente da Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra, o Senhor Dircionil Pereira Freitas, concedida no dia 19 de junho de 2005.

### **Resultados e discussão**

Em entrevista concedida pelo presidente da Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra, no dia 19 de junho do ano de 2005, quando perguntado sobre a importância da ferramenta de gestão marketing para a referida feira, o mesmo afirmou “*o marketing exerce uma grande importância sobre as vendas da feira municipal*”. Ele ressalta ainda que: “*não só na feira municipal, mas em qualquer outra instituição é a qualidade de marketing que ira determinar o volume das vendas*”. Ele resume o conceito de marketing “*como sendo o de passar ao consumidor a boa imagem de nosso produto*”.

Para KOTLER e ARMSTRONG (1997, p.3) o marketing é “[...] *uma filosofia que orienta toda a organização. A meta do marketing é satisfazer o cliente de forma*

*lucrativa, criando relacionamentos baseados em valor com clientes importantes*”. Uma vez identificadas as necessidades a serem satisfeitas e dispondo do produto que irá satisfazê-las é necessário se traçar um plano de marketing.

Uma das grandes barreiras para se realizar um sistema de marketing eficiente, e que propicie grandes resultados, dentro do comércio da FERIA do Município de Tangará da Serra, é a escassez de recursos financeiros para serem destinados a essa área. Uma estratégia de marketing que os feirantes estão utilizando e que acreditam que vai gerar grandes resultados é o investimento em produtos orgânicos. Por esta razão eles estão voltando seu foco produtivo para a produção orgânica, pois, segundo eles, ganhariam uma grande massa de clientes já que os produtos orgânicos viriam suprir justamente a necessidade do mercado de se ter em oferta produtos saudáveis e de qualidade. No entanto essa oferta de produtos orgânicos não é possível em sua totalidade, pois grandes partes dos produtos ofertados pelos feirantes ainda são de origem convencional. Segundo o Senhor Dircionil (FREITAS, 2005) esta é uma meta que eles pretendem atingir a longo prazo. E a primeira medida a ser tomada seria a conscientização de todos os associados da importância de estarem ofertando produtos totalmente orgânicos em suas tendas, já que, segundo ele, os produtos orgânicos possuem um maior valor comercial do que os produtos convencionais.

A falta de apoio por parte da prefeitura municipal é um fator que dificulta a permanência dos feirantes no mercado. O incentivo à agricultura familiar hoje, por parte das esferas governamentais, deixa muito a desejar. Para Dircionil (FREITAS, 2005) o governo deve dar a mesma atenção e carinho ao pequeno produtor que dá ao grande produtor, pois o pequeno produtor também contribui para o desenvolvimento da nação brasileira. Acredita que a conscientização e o apoio de instituições exteriores a feira municipal é fundamental para o desenvolvimento do comércio da feira do município. Ganham os feirantes por poderem estar mantendo seu comércio e ganha a população por ter sempre a sua disposição produtos saudáveis e de qualidade.

### **Referências Bibliográficas**

ASSOCIAÇÃO DOS FEIRANTES DO MUNICÍPIO DE TANGARÁ DA SERRA-MT. Ata de fundação da Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra-MT. Lavrada em 09 de fev. 2003.

FREITAS, Dircionil Pereira. Presidente da Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra: depoimento [jun.2005]. Entrevistador: Elei Chavier Martins autor do presente trabalho. Entrevista concedida ao Projeto diagnóstico e importância das

estratégias de marketing utilizadas pela Associação dos Feirantes do Município de Tangará da Serra.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Introdução ao marketing. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1997.