

RECURSOS DIGITAIS COMO ALTERNATIVA PARA DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS LOCAIS

30º Zootec, 1ª edição, de 10/05/2021 a 14/05/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-12-8

PEREIRA; Charles Baia Pereira ¹, LIMA; Alyne Cristina Sodré ², MAGALHÃES; Alerrandro Pereira de ³

RESUMO

A agricultura no Brasil está presente mesmo antes do período colonial, proporcionando a garantia de alimento e renda para a população. O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, com uma estimativa de 45 milhões de toneladas produzidas ao ano, das quais 65% são consumidas internamente e 35% são destinadas ao mercado externo. Já o mercado brasileiro de hortaliças é altamente diversificado e segmentado, com o volume de produção concentrado em seis espécies – batata, tomate, melancia, alface, e cenoura, sendo a agricultura familiar responsável por mais da metade da produção. Atualmente, no estado do Amapá, existem cerca de 1.506.294 hectares em produção, divididos entre os principais municípios do estado segundo o Censo Agropecuário 2017, tal área de produção agrícola é constituída, principalmente, por perímetros rurais, nos quais, os produtores colhem e comercializam seus produtos através de feiras locais. Diante da pandemia do Covid-19, tal atividade foi suspensa, obrigando os produtores a buscar alternativas para comercializar seus produtos. Objetivou-se analisar e conhecer os produtores rurais na região de Porto Grande, no estado do Amapá, quanto a utilização e aceitação de recursos digitais como mercado alternativo para divulgação dos seus produtos. Foi realizado um estudo de campo, com aplicação de questionário para 31 agricultores pertencentes a uma associação de agricultores do município de Porto Grande-AP, o questionário foi voltado a caracterizações socioeconômicas, produtivas, acesso a recursos digitais e interesse em se inserir neste mercado. Foram considerados os questionários com o aceite de participação pelo entrevistado. As respostas obtidas foram avaliadas através de estatística descritiva. Dos indivíduos entrevistados 76% eram mulheres e 24% homens, sendo 40% com faixa etária entre 18 a 35 anos, 56% com faixa etária entre 35 a 60 anos e 4% com faixa etária acima dos 60 anos. Entre os entrevistados, apenas 20% afirmaram que fornecem produtos através da internet, enquanto 80% disseram que não costumam fornecer. Porém, analisando os efeitos da pandemia sobre a distribuição de produtos, 56% dos indivíduos disseram que durante a pandemia buscaram alternativas para conseguir fornecer seus produtos, principalmente redes sociais, e essa alternativa foi encontrada para contornar os efeitos restritivos da pandemia da Covid-19. 80% dos produtores entrevistados disseram que os principais produtos que costumam fornecer, em geral são frutas e hortaliças. Quando questionados sobre a proposta de um site para divulgação dos produtos locais, 68% dos entrevistados disseram que a proposta pode melhorar a rede de distribuição de produtos na região. Desses, 56% confirmaram o interesse em utilizar o site para divulgação de seus produtos. Reforçando a importância de suporte digital como alternativa para divulgação de produtos oriundos da agricultura familiar. Portanto, conhecendo a realidade dos produtores através do questionário, vimos uma boa aceitação da dos recursos digitais, logo o site possibilitará maior visibilidade e divulgação de produtos de origem animal e vegetal, ajudando a melhorar a rede de distribuição desses produtos na região, gerando aumento na comercialização e renda para os pequenos agricultores.

PALAVRAS-CHAVE: Agronegócio, Produção agrícola, Covid-19, Recursos digitais

¹ Instituto Federal do Estado do Amapá - Campus Porto Grande, charles.cb802@gmail.com

² Instituto Federal do Estado do Amapá - Campus Porto Grande, alyne.lima@ifap.edu.br

³ Instituto Federal do Estado do Amapá - Campus Porto Grande, alerrandro.magalhaes.as@gmail.com