

## MERCADO DE MANDIOCA NO MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DE CABRÁLIA (BA)

Mariana Sampaio Silva GUERREIRO<sup>1</sup>  
Carlos Estevão Leite CARDOSO<sup>2</sup>  
Arlene Maria Gomes OLIVEIRA<sup>3</sup>  
Ernani Macedo PEDREIRA<sup>4</sup>  
Jackson Lopes de OLIVEIRA<sup>5</sup>

### RESUMO

Este estudo tem o objetivo de auxiliar agricultores familiares do município de Santa Cruz de Cabralia (BA) quanto à informação da dinâmica do mercado de mandioca. Dados foram levantados no ano de 2007, por meio de entrevistas realizadas em bares e restaurantes, em uma amostra de 35 informantes. A pesquisa de campo foi feita, seguindo-se as etapas de identificação do universo amostral, elaboração do questionário, pré-teste dos questionários, aplicação dos questionários, tabulação e análise dos questionários e entrevistas individuais. O questionário foi estruturado com questões, na sua maioria, do tipo alternativa fixa. No tratamento dos dados, utilizou-se o software Sphinx Léxica. Com os resultados da pesquisa, verificou-se que, dentre os derivados de mandioca, a farinha branca fina e a mandioca de mesa foram os produtos mais consumidos nos bares e restaurantes e apresentavam elevada qualidade. Verificou-se ainda a existência de poucos fornecedores fixos para os derivados da mandioca. Quando existem fornecedores fixos, os principais motivos de escolha são a regularidade da oferta bem como a qualidade dos produtos oferecidos. A maior parte dos estabelecimentos adquire a farinha de mandioca, semanalmente. Os entrevistados revelaram preferência pela farinha que apresenta granulometria fina e o sabor torrado. Esses atributos são mais importantes que o preço, na determinação do ato de comprar. Quanto à mandioca de mesa, o cozimento inadequado e o sabor amargo foram as principais reclamações dos entrevistados relacionadas à qualidade. A maior parte dos derivados da mandioca foi adquirida nas feiras livres. O comportamento sazonal do mercado de mandioca na região, como esperado, está associado ao fluxo turístico regional.

**Palavras-chave:** agricultura familiar; cadeia produtiva; mercado

<sup>1</sup> Estudante de graduação da FAMAM (Faculdade Maria Milza), bolsista do PIBIC. E-mail: malli-malli@hotmail.com.br.

<sup>2</sup> Eng. Agr., D.Sc., Pesquisador da *Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical*, pesquisador convidado do Cepea/Esalq/USP, Caixa postal 007, Cruz das Almas, BA – CEP: 44380-000. E-mail: estevao@cnpmf.embrapa.br.

<sup>3</sup> Eng. Agr., M.Sc., Pesquisadora da *Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical*. E-mail: arlene@cnpmf.embrapa.br

<sup>4</sup> Estudante de graduação do Centro de Ciências Agrárias da UFRB, bolsista Fapesb. E-mail: ernani\_mp@hotmail.com.

<sup>5</sup> B.Sc., Administrador, *Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia*, jackson@cenargen.embrapa.br.

**SUMMARY:** CASSAVA MARKET IN THE COUNTY OF SANTA CRUZ CABRALIA (BA). This study aims to help family farmers in the County of Santa Cruz Cabralia (BA) to inform the dynamics of the cassava market. Data were collected in 2007, through interviews in a sample of (35) bars and restaurants of that county. The fieldwork was done, following the steps of identifying the population sample; preparation of the questionnaire, pre-testing of questionnaires, application of the questionnaires, tabulation and analysis of questionnaires, conducting the individual interviews in-depth. The questionnaire was structured with questions, most of them fixed alternatives. For data processing was used the software Sphinx Lexica. The research results showed that, among cassava derivatives, the cassava flour and fine white table cassava were the most consumed products in bars and restaurants, and had high quality. There is still a lack of suppliers for the fixed cassava derivatives. However, when suppliers are fixed, the main reasons of choice are the supply regularity and the quality of products that are offered. Most bars and restaurants get the cassava flour, weekly. The respondents showed preference for the meal that presented fine grain size and roasted flavor. These attributes are more important than price in determining the act of buying. In relation to table cassava, the inadequate cooking and bitter taste were the main complaints of interviewers, regarding the quality. Most cassava derivatives were acquired in free markets. The seasonal behavior of the cassava market in the region, as expected, is associated with the regional tourist flow.

**Keywords:** family farming; production chain; market

## INTRODUÇÃO

Na região do município de Santa Cruz de Cabralia, localizado no Extremo Sul das Bahia, encontram-se grandes áreas cobertas com Mata Atlântica, que é o bioma brasileiro mais afetado pela expansão desordenada das áreas agrícolas e urbanas e do cultivo de eucalipto por grandes empresas de celulose, o que tem provocado um êxodo rural acelerado. Desta forma, os pequenos agricultores familiares da região, exercem fortes pressões sobre os centros urbanos e sobre os recursos naturais. Por conta disso, a busca por trabalho assalariado aumenta a concentração da população nas áreas urbanas. A realização e viabilização de atividades produtivas nas unidades familiares resgatam a grande importância que a agricultura familiar desempenha no equilíbrio econômico e social regional, mediante a geração de empregos com baixo custo social e menor impacto ambiental.

No município de Santa Cruz de Cabralia, a exemplo do que aconteceu em outros municípios da região, tradicionalmente as suas terras eram utilizadas na exploração madeireira. A produção de mandioca teve papel importante naquele momento, como fonte de carboidrato, sobretudo para os trabalhadores do setor madeireiro.

No entanto, para desempenhar o seu papel como geradora de renda, os mandiocultores necessita, além dos aspectos econômicos/financeiros, conhecer amplamente todas as informações a respeito das características do mercado alvo, para assim participar dos mercados competitivamente. Dentre essas informações citam-se: os centros fornecedores dos produtos, ou seja, os concorrentes; o comportamento sazonal e os determinantes da formação dos preços; os canais de comercialização; a identificação das preferências dos consumidores (atributos) e as razões do consumo, segundo as classes de renda; os locais de compra preferenciais, também segundo as classes de renda; e outras informações inerentes à dinâmica do mercado e à definição das estratégias para conquistá-los (Cardoso, 2007).

Este resumo apresenta parte dos resultados referentes ao estudo “Custos de produção e mercados de mandioca e de abacaxi no Extremo Sul da Bahia”.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo foi realizado no município de Santa Cruz de Cabralia (BA), no ano de 2007, por meio de entrevistas realizadas em bares e restaurantes, numa amostra de 35 informantes daquele município. Os questionários elaborados para este estudo abordou aspectos de comercialização da mandioca de mesa e industrial e seus derivados.

Utilizou-se, nesta pesquisa, o método de *survey* (Malhotra, 2006). Segundo esse autor, neste tipo de pesquisa utiliza-se um questionário estruturado o qual é aplicado a uma amostra de uma população, e é destinado a coletar informações específicas dos entrevistados. A pesquisa de campo foi feita considerando-se as seguintes etapas: identificação do universo; elaboração do questionário; pré-teste dos questionários; e aplicação dos questionários.

O questionário foi estruturado com questões, na sua maioria, do tipo alternativa fixa, exigindo a escolha por parte dos entrevistados. A vantagem desse tipo de pergunta é a obtenção de respostas mais

confiáveis, pois as alternativas são limitadas. No tratamento dos dados utilizou-se o software Sphinx Léxica® (Sphinx, 2005).

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na Tabela 1 pode-se observar a superioridade dos restaurantes e das barracas de praia na amostra.

Tabela 1. Classificação do estabelecimento.

Classificação do estabelecimento	Valor absoluto	Frequência (%)
Bar	3	8,6
Restaurante	19	54,3
Barraca de praia	13	37,1
Total	35	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Com a pesquisa verificou-se que, dentre os derivados de mandioca, os principais produtos comercializados nos bares e nos restaurantes são a farinha de mandioca branca fina e a mandioca de mesa com casca, segundo 88,6% dos entrevistados, sendo as feiras livres o principal local de compra. Cerca de 74,3% dos entrevistados disseram ainda que os estabelecimentos adquirem a mandioca semanalmente (Tabela 2).

Tabela 2. Preferência dos clientes quanto à cor da farinha de mandioca.

Cor da farinha	Valor absoluto	Frequência (%)
Branca	18	51,4
Amarela	10	28,6
Indiferente	6	17,1
Não sabe (não sabe responder)	1	2,9
Total	35	100,0

Fonte: dados da pesquisa

Verificou-se ainda a existência de poucos fornecedores fixos para os derivados de mandioca, no entanto, quando existem fornecedores fixos, os principais motivos de escolha são a qualidade dos produtos que oferecem e a regularidade da oferta.

Os entrevistados revelaram ainda que a preferência recai sobre a farinha que possui granulometria do tipo fina (91,4%) e sobre a farinha de mandioca que apresenta o sabor torrado (85,7%), considerando esses atributos mais importantes que o preço na determinação do ato de comprar (Tabela 3).

Tabela 3. Aspectos mais importantes na decisão de compra da farinha de mandioca.

Decisão de compra da farinha de mandioca	Valor absoluto	Frequência (%)*
Granulometria (fina, média ou grossa)	32	91,4
Cor (branca e amarela)	30	85,7
Sabor (torrada e crua)	32	91,4
Preço	16	45,7

Fonte: dados da pesquisa

\*A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltipla.

Cerca de 50% dos entrevistados consideraram de boa qualidade a farinha de mandioca produzida nesta região, comparativamente à produzida em outras localidades (consideradas referências em termos de qualidade). A pesquisa revelou ainda que a preferência dos clientes quanto à cor da polpa da mandioca de mesa recai sobre a polpa de cor amarela, sendo a forma frita a principal utilização.

Verificou-se que as principais reclamações quanto à qualidade da mandioca de mesa estão relacionadas ao cozimento inadequado e ao sabor amargo.

O período de maior demanda e de maior preço para os produtos derivados de mandioca é janeiro, fevereiro e dezembro, em contrapartida o período de menor demanda e menor preço recai sobre os meses de março, abril e maio. Esse comportamento do mercado está associado ao fluxo turístico na região.

## CONCLUSÃO

O mercado de mandioca no município de Santa Cruz de Cabrália caracteriza-se pela predominância da farinha de mandioca branca fina e pela mandioca de mesa como os produtos mais comercializados nos bares e nos restaurantes, sendo ambos adquiridos nas feiras livres. Os entrevistados consideraram que os produtos apresentam boa qualidade, embora tenham manifestado que o cozimento inadequado e o sabor amargo são problemas presentes na mandioca de mesa (aipim).

Esperava-se que o preço fosse o principal determinante na decisão do ato de comprar, porém, os resultados indicaram que, as características associadas à granulometria e ao sabor da farinha são atributos mais importantes.

O fluxo turístico regional, como esperado, determina o comportamento sazonal do mercado de mandioca na região.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CARDOSO, C. E. L. **Custos de produção e mercados de mandioca e de abacaxi no Extremo Sul da Bahia**. Cruz das Almas, 2007. 5p. (Projeto de pesquisa) - Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4 ed. Porto Alegre: Bookmann, 2006. p.720.

SPHINX. **Sistema para pesquisa e análise de dados**, 4.5. Canoas (RS): Sphinx Brasil. 2005. 1 CD-ROM.