

# ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS E DE COMERCIALIZAÇÃO DOS VENDEDORES DE HORTALIÇAS DO LADO BRASILEIRO DA TRÍPLICE FRONTEIRA (BRASIL-PERU-COLÔMBIA)

Jean Paulo de Jesus Tello<sup>1</sup>, Érica Inês Almeida de Souza<sup>2</sup>, Felipe Rodrigues Costa Feitosa<sup>3</sup>, Janiquelle da Silva Rabelo<sup>4</sup>, Marcelo de Almeida Guimarães<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Mestre em Agronomia – Fitotecnia. Universidade Federal do Ceará / Campus do Pici, Fortaleza (CE); E-mail: jp\_jt@hotmail.com

<sup>2</sup> Cientista Agrária e do Ambiente. Universidade Federal do Amazonas, Benjamin Constant (AM).

<sup>3</sup> Engº Agrônomo - Bolsita de Apoio Técnico na Universidade Federal do Ceará / Campus do Pici, Fortaleza (CE).

<sup>4</sup> Mestranda em Agronomia – Fitotecnia na Universidade Federal do Ceará / Campus do Pici, Fortaleza (CE).

<sup>5</sup> Professor Doutor do Departamento de Fitotecnia. Universidade Federal do Ceará / Campus do Pici, Fortaleza (CE). E-mail: mguimara@ufc.br

**RESUMO:** Produção e comercialização são fatores limitantes no comércio de hortaliças no estado do Amazonas. Estudos com caracterização comercial são fundamentais na compreensão do fluxo de produtos, e assim satisfazer a necessidade do consumidor final. Com isso, se objetivou levantar o perfil socioeconômico dos vendedores e caracterizar a comercialização de hortaliças nos principais pontos comerciais de Tabatinga - AM. Foram aplicados questionários socioeconômicos aos vendedores hortícolas em quatro diferentes pontos de comercialização do município. Com base nos dados coletados, observou-se que 71% são mulheres; 30% têm de 31 a 40 anos; 52% são estrangeiros; 88% moram no Brasil; 87% tem algum grau de escolaridade; e para 60% dos entrevistados a feira é a única fonte de recurso financeiro. Quanto aos produtos comercializados, 90,36% são legumes, 6,29% condimentos e 3,35% verduras; os pontos comerciais 2, 3 e 4 adquirem seus produtos por meio do atacado; e 55,55% das espécies são provenientes de dois ou três países. Conclui-se que os feirantes têm entre 22 e 40 anos, são mulheres, estrangeiros residentes no Brasil, possuem ensino fundamental e a maioria não possui renda extra. Legume foi a hortaliça com maior quantidade, com destaque para cebola e batata, sendo a maioria importada de mais de um país.

**Palavras-chave:** Alto Solimões. Feira livre. Importação. Olerícolas. Perfil socioeconômico.

## SOCIOECONOMIC AND COMMERCIALIZATION ASPECTS OF THE VEGETABLE SELLERS ON THE BRAZILIAN SIDE OF THE TRIPLE BORDER (BRAZIL-PERU-COLOMBIA)

**ABSTRACT:** Production and marketing are limiting factors in the trade of vegetables in the state of Amazonas. Commercial characterization studies are essential to understand the flow of products, thus satisfying the need of the end user. With that, was raised the socioeconomic profile of sellers and marketing vegetables characterization in the main commercial points of Tabatinga - AM. Were applied socioeconomic questionnaires to

vegetable sellers at four different points of the marketing of the city. Based on the collected data, it was observed that 71% are women; 30% have 31-40 years; 52% are foreigners; 88% live in Brazil; 87% have some level of education; and 60% said that fair is the only source of financial resources. As commercialized products, 90.36% are leguminous, condiments 6.29% and 3.35% verdure; the commercial points 2, 3 and 4 acquire their products through attacked; and 55.55% of the species are from two or three countries. It is concluded that the sellers have between 22 and 40 years old are women, foreigners living in Brazil, have primary and most do not have extra income. Vegetable was the product with highest number, featured to onions and potatoes, mostly imported in more than one country.

**Key words:** Alto Solimões. Free markets. Importating. Vegetables. Socioeconomic profile.

## INTRODUÇÃO

Em 2012 o Brasil obteve uma produção aproximada de 18,77 milhões de toneladas de hortaliças em uma área que compreende 800 mil ha, totalizando 23,5 t/ha (IBGE, 2012).

As hortaliças fazem parte de uma dieta balanceada por conter fontes de betacaroteno (vegetais amarelos e alaranjados), complexo B, pró-vitamina A, vitamina C, fibras, sais minerais, entre outros que auxiliam na saúde do homem (FILGUEIRA, 2003; CAMPOS et al., 2006; PHILIPPI, 2006). Apesar disso, as hortaliças permanecem ausentes em muitas mesas brasileiras (CARVALHO et al., 2006).

Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008-2009, as regiões Norte e Nordeste apresentam médias de consumo per capita de hortaliças muito abaixo da média nacional (27,075 kg/ano) com 19,418 e 22,079 kg/ano, respectivamente (IBGE, 2010).

O estado do Amazonas apresenta o menor consumo per capita deste gênero alimentício no país com 13,360 kg/ano (IBGE, 2010). Em 2012, o estado obteve 142,803 mil toneladas de hortaliças, abrangendo uma área de 7,823 mil hectares assistidas pelo Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas (IDAM, 2013).

O Estado possui significativa produção capaz de abastecer demandas locais e regionais, no entanto é um grande importador, com os vegetais sendo enviados de diferentes regiões do país (KANEKO, 2006), como Nordeste e Sudeste (MELO, 2007).

No geral, a maior parte das hortaliças cultivadas no Amazonas é realizada por agricultores familiares. De acordo com Colla et al. (2008), a comercialização é uma das principais dificuldades deste grupo de agricultores, sendo este processo iniciado com o planejamento do cultivo, e com término após a compra do produto pelo consumidor.

Na Mesorregião do Alto Solimões, onde as hortaliças são importadas de outras localidades e comercializadas por feirantes indígenas e não indígenas de nacionalidades brasileira e estrangeira, os fatores de produção e comercialização podem ser os principais indícios limitantes para o cultivo de algumas espécies. Desta forma, estudos que

caracterizam a prática de comercialização e os comerciantes são fundamentais na compreensão do fluxo de entrada e saída de produtos, e assim satisfazer a necessidade do consumidor final.

Alguns estudos com perfis socioeconômicos de feirantes foram realizados por Silva et al. (2014) e Rocha et al. (2010) nos municípios de São Pedro do Sul e Santo Augusto, e em Passo Fundo, todos no Rio Grande do Sul, respectivamente. Associado ao perfil dos feirantes, outros autores também caracterizaram a comercialização de hortaliças em Montes Claros-MG (SOUZA et al., 2012), União dos Palmares-AL (ALBUQUERQUE, 2011) e Areia-PB (ALMEIDA et al., 2011), no entanto pesquisas que tratem deste tema em áreas de fronteira brasileira são inexistentes na literatura.

Com base neste contexto, o presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de traçar o perfil socioeconômico dos vendedores e caracterizar a comercialização de hortaliças nos diferentes pontos comerciais do município de Tabatinga - AM.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

A pesquisa foi desenvolvida na Mesorregião do Alto Solimões, município de Tabatinga-AM (S 4°15'9" e W 69°56'17"), localizado na tríplice fronteira (Brasil-Peru-Colômbia), durante os meses de outubro a novembro de 2012.

Para levantamento das informações necessárias foram aplicados questionários socioeconômicos dos feirantes, e de aspectos comerciais das hortaliças, nos quatro principais pontos de comercialização do município: Ponto 1 – Feira de Rua; Ponto 2 – Mercado Municipal de Tabatinga; Ponto 3 – Quitanda dos Peruanos, todos localizados na Rua Marechal Rondon, Bairro São Francisco; e Ponto 4 – Feira Evaristo Castro, localizado na Rua Marechal Rondon, Bairro Dom Pedro I. Os questionários continham as seguintes questões: a) Qual o sexo? b) Qual sua idade? c) Qual a sua nacionalidade? d) Qual a sua cidade de residência? e) Qual seu nível de escolaridade? f) Quantos membros há em sua família (residentes na mesma casa)? g) Qual a renda mensal da família? h) Recebe algum tipo de renda extra? i) Qual seu tempo de trabalho como feirante? j) Quais as hortaliças comercializadas? l) Qual quantidade de hortaliça comercializa? m) Qual a forma de aquisição das suas hortaliças? n) Qual a origem das hortaliças comercializadas?

Para o item "l" do questionário padronizou-se a quantidade em kg. No entanto, apenas as quitandas comercializam desta forma, sendo para os demais pontos de comercialização através de maços e “amarrados”, dependendo do produto. A transformação foi realizada através da média de três produtos retirados aleatoriamente da mesma espécie por feirante de cada ponto comercial.

Para a determinação do número de feirantes entrevistados, utilizou-se a metodologia de Andriotti (2004) para o cálculo do tamanho mínimo da amostra. Para isso fez-se o uso da seguinte fórmula,  $n_0 = 1 \cdot E^{-2}$ , onde  $n_0$  é o tamanho mínimo da amostra baseada no erro amostral tolerável, e E representa o erro amostral tolerável (7,5%). De acordo com os cálculos, seria necessária a aplicação de 178 questionários. No entanto, ao se avaliar o

número total de feirantes nos quatro pontos de avaliação, por consulta aos administradores das feiras, bem como por contagem *in loco* do número total de feirantes existentes, contabilizou-se 127 feirantes que trabalhavam diretamente com a comercialização de hortaliças.

Baseado no exposto utilizou-se nova metodologia de Andriotti (2004) para a determinação, a partir do tamanho da população em estudo, da quantidade correta de feirantes entrevistados. Para isso, utilizou-se a fórmula,  $n = (N * n_0) * (N + n_0)^{-1}$ , onde  $n$  é o tamanho mínimo da amostra,  $N$  é o número total de feirantes e  $n_0$  é o tamanho mínimo da amostra baseada no erro amostral. Com o novo cálculo, determinou-se a necessidade de se entrevistar 75 feirantes envolvidos diretamente com a comercialização de hortaliças.

Após a aplicação dos questionários foi feita a análise dos dados e organizados em tabelas e figuras. Para representação quantitativa e citação das hortaliças comercializadas, utilizou-se a classificação popular citada por Filgueira (2008), no qual se dividiu em verduras, legumes e condimentos.

As tabelas foram criadas no Software Excel para Windows e os dados apresentados em unidades e porcentagem. Para construção da figura foi utilizado o Software Power Point para Windows.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Com base nos dados coletados observou-se que 71% dos vendedores do lado brasileiro da tríplice fronteira (Brasil-Peru-Colômbia) são do sexo feminino, enquanto somente 29% dos vendedores são do sexo masculino (Tabela 1). Resultado semelhante foi observado na feira livre de União dos Palmares por Albuquerque (2011), no qual a maioria dos vendedores também era do sexo feminino (64%). Resultados diferentes foram obtidos por Coêlho (2009) e Rocha et al. (2010), ao constatar que a maioria dos vendedores dos municípios do Ceará e 69% dos vendedores da Feira do Produtor de Passo Fundo – RS, respectivamente, eram do sexo masculino.

Quanto à idade dos vendedores, verificou-se que as faixas etárias de 21 a 30 anos e 31 a 40 anos foram as mais recorrentes nos questionários aplicados, com 25 e 35% dos entrevistados, respectivamente (Tabela 1). Esses dados parecem concordar com os apresentados por Silva e Costa (2010), que observaram a faixa etária de 31 a 45 anos para os vendedores da feira de Pombal-PB. No entanto, diferem um pouco dos observados por Souza et al. (2012) e Rocha et al. (2010), que observaram a faixa etária entre 40 a 60 anos para os feirantes de feiras livres de Montes Claros - MG e 40 a 55 anos para os vendedores da feira do produtor de Passo Fundo-RS, respectivamente.

**Tabela 1.** Perfil socioeconômico dos feirantes de hortaliças de Tabatinga, Amazonas.

Sexo	(%)
Masculino	29
Feminino	71
Faixa etária (anos)	(%)
10 a 20	4
21 a 30	25
31 a 40	35
41 a 50	19
Acima de 50	17
Nacionalidade	(%)
Brasil	48
Peru	49
Colômbia	3
Escolaridade	(%)
Analfabeto	13
Ensino fundamental	54
Ensino médio	33
Número de membros na família (pessoas.família <sup>-1</sup> )	(%)
1 a 2	9
3 a 4	25
5 a 6	38
7 a 8	20
Acima de 8	8
Renda mensal (R\$.família <sup>-1</sup> )	(%)
0 a 150	56
151 a 300	21
301 a 500	11
501 a 750	7
Acima de 1000	1
Recebem algum tipo de renda extra	(%)
Não possuem	60
Aposentadoria	2
Benefício social	31
Outro	7
Tempo de vida como feirante (anos)	(%)
0 a 5	49
6 a 10	21
11 a 15	12
16 a 20	8
Acima de 20	10

Quando se verifica a nacionalidade dos feirantes participantes das feiras em estudo, diferentes nacionalidades puderam ser observadas, sendo pouco mais da maioria de origem estrangeira. No geral, os vendedores são naturais do Brasil, Colômbia ou Peru. Do universo

de entrevistados 48% eram brasileiros, sendo os 52% restantes estrangeiros (49% peruanos e 3% colombianos). Tal resultado mostra de forma clara a ocupação de possíveis postos de trabalho no lado brasileiro da tríplice fronteira por estrangeiros, o que de certa forma reduz a possibilidade de aquisição de emprego e/ou aumenta a concorrência dos feirantes brasileiros, o que reduz seus ganhos e coloca em risco sua manutenção na atividade.

Outro dado observado foi que mesmo a maioria dos vendedores sendo estrangeiros, 88% deles tem sua moradia estabelecida no lado brasileiro da tríplice fronteira, sendo destes 83% residentes na cidade de Tabatinga, 2% no município de Benjamin Constant, outros 2% divididos entre as comunidades de São Raimundo e São Francisco (comunidades ribeirinhas brasileiras) e 1% residentes na comunidade indígena Umariacú (Brasil), de etnia Ticuna. Os 12% restantes residem no lado peruano, 8% no povoado de Santa Rosa, 3% na comunidade Rondiña e 1% na comunidade Camboa.

Quanto ao grau de escolaridade, observou-se que 87% dos vendedores apresentam alguma escolaridade, sendo 54% o ensino fundamental e 33% ensino médio. Os 13% restantes não possuíam nenhum nível de escolaridade. Estes resultados parecem concordar com os obtidos por outros pesquisadores. Albuquerque (2011) e Rocha et al. (2010), em seus estudos nas feiras de União dos Palmares (AL) e de Passo Fundo (RS), respectivamente, também verificaram o ensino fundamental como o principal nível de escolaridade para os vendedores estudados.

Ao se avaliar a renda média por pessoa, em reais, dentro da família que cada vendedor sustentava na época do estudo, observou-se que aqueles que viviam sozinhos apresentavam renda mensal média superior aos que possuíam maior número de membros na família (Tabela 1). Apesar de óbvio, tal resultado mostra a vulnerabilidade financeira que esta parte da população está sujeita, já que a falta de produtos para a comercialização, bem como o excesso dos mesmos podem interferir diretamente na renda média destas pessoas, ficando elas ainda mais sujeitas à marginalização perante a sociedade. De modo geral, estes resultados concordam com os apresentados por Rocha et al. (2010), que observaram renda mensal de até R\$1.000,00 para 80% dos feirantes entrevistados.

Ao serem questionados quanto à composição do rendimento mensal, ou seja, se a comercialização realizada nas feiras era a única fonte de recurso financeiro obtida mensalmente, 60% dos entrevistados responderam “sim”. No entanto, para os 40% restantes, a feira funcionava como um componente da renda total obtida pelos feirantes. Dentre os benefícios citados pelos feirantes, 31% disseram receber regularmente o Bolsa Família (Programa de Benefício Social do Governo Federal para Famílias de Baixa Renda), 2% recebiam aposentadoria pelo Instituto Nacional de Seguro Social (INSS) e 7% possuíam outra fonte de renda além das descritas acima. Os resultados verificados neste trabalho são parecidos com os obtidos por Ribeiro et al. (2005). Estes pesquisadores observaram que 40% dos vendedores de hortaliças tinham sua fonte de renda familiar obtida unicamente através da comercialização nas feiras, enquanto o restante dos vendedores também possuíam outras fontes de recursos. Já, Silva e Costa (2010), conduzindo estudo de caracterização dos vendedores da feira de Pombal - PB, identificaram que a aposentadoria, além do rendimento

obtido com a comercialização de hortaliças, era o maior contribuidor na composição da renda desses feirantes.

Ao relacionarmos os dados anteriores com a nacionalidade dos vendedores entrevistados, verificamos que não apenas os brasileiros em geral recebem algum auxílio do governo, mas também alguns estrangeiros, em torno de 8%. No geral, tais estrangeiros adquiriram este direito por terem filhos de nacionalidade brasileira e/ou por terem obtido matrimônio com brasileiros natos.

Quanto ao tempo em que os vendedores exercem esta atividade, verificou-se que 49% estão até 5 anos como feirantes, sendo que apenas 10% dos entrevistados exercem esta atividade a mais de 20 anos. Estes resultados são similares aos observados por Albuquerque (2011), na qual a maior porcentagem (37%) dos vendedores está na atividade a no máximo 5 anos.

**Tabela 2.** Quantidade de legumes comercializados (kg/semana) por Ponto de venda na Tríplice fronteira Brasil-Peru-Colômbia.

	Espécies	Feira de Rua	Merca do Municipal	Quitanda dos Peruanos	Feira Evaristo Castro	Total	(%)
Legume	Batata inglesa <sup>1</sup>	155	140	6.609,4	-	6.904,4	16,35
	Batata "criolla" <sup>1</sup>	-	-	8	-	8	0,02
	Batata doce <sup>1</sup>	-	-	25	-	25	0,06
	Berinjela <sup>1</sup>	-	-	14	-	14	0,03
	Beterraba <sup>1</sup>	-	-	319,6	-	319,6	0,76
	Chuchu-de-vento	30	-	-	-	30	0,07
	Camapum	42	-	-	-	42	0,10
	Cebola <sup>1</sup>	-	168	11.290,9	151,5	11.610,4	27,50
	Cenoura <sup>1</sup>	-	-	2.327,6	5	2.332,6	5,52
	Feijão de corda	7,7	16,25	7	-	30,95	0,07
	Inhame	52	-	-	-	52	0,12
	Jerimum	1.557,5	3.310	-	245	5.112,5	12,11
	Macaxeira	4.290	2.375	-	-	6.665	15,79
	Maxixe	200,8	139,7	-	52,5	393	0,93
	Pepino	1.487,7	674,5	56	133,5	2.351,7	5,57
	Pimentão	363,55	338	64,5	216,5	982,55	2,33
	Quiabo	22	-	-	21	43	0,11
	Tomate <sup>1</sup>	-	148	2.783,2	183	3.114,2	7,38
	Tomate regional	1694	182	-	313	2.189	5,18
	<b>Total</b>	<b>9.902,25</b>	<b>7.491,45</b>	<b>23.505,2</b>	<b>1.321</b>	<b>42.219,9</b>	

<sup>1</sup> Espécie não cultivada na região pelos feirantes.

Ao analisarmos a diversidade de hortaliças comercializadas pelos feirantes dos pontos comerciais estudados (Ponto 1 – Feira de Rua, Ponto 2 – Mercado Municipal de Tabatinga, Ponto 3 – Quitanda dos Peruanos e, Ponto 4 – Feira Evaristo Castro) foram observadas 36 espécies, das quais totalizaram 46,724 t/semana. Deste total, os legumes foram os mais representativos em quantidade e diversidade, seguidas por condimentos e verduras (Tabelas 2, 3 e 4). Grau de diversidade muito próximo também foi observado por Brandão (2012) nas

feiras livres da microrregião de Januária - MG, que observou 28 espécies durante o inverno e 34 no período de seca.

Os legumes representaram 90,36% do total absoluto de hortaliças comercializadas em kg/semana e 52,78% em diversidade de espécies (Tabela 2). As maiores quantidades de legumes comercializados na época do levantamento foi no Ponto 3 com 55,67% e, 63,16% em diversidade de espécies para o Ponto 1.

Dentre os 19 legumes, quatro somaram 71,75% do total comercializado, sendo cebola e batata inglesa as mais expressivas (27,50 e 16,35%, respectivamente) com destaque para o Ponto 3. Por outro lado, a macaxeira no Ponto 1 e o jerimum no Ponto 2 acompanharam a mesma tendência (15,79 e 12,11%, respectivamente). A expressiva comercialização de cebola é influenciada diretamente pelas culinárias peruana e colombiana em diversos pratos e a batata também pela culinária brasileira, porém em menor quantidade. Já a macaxeira e jerimum são ingredientes de alguns pratos e refeições secundárias.

Os resultados acima foram semelhantes aos obtidos por Tofanelli et al. (2007). Estes autores observaram maiores quantidades de batata inglesa e cebola comercializada no mercado de hortaliças de Mineiros - GO. A preferência por estas espécies demonstra a tendência nacional, no qual permanecem entre as seis principais hortaliças comercializadas no Brasil (BONONI, 2005; IBGE, 2012; ABCSEM, 2014).

Entre as espécies com reduzida comercialização encontram-se algumas não-convencionais como chuchu-de-vento ou boga-boga, inhame, maxixe e camapum, sendo o Ponto 1 o de maior percentual (62,67%).

**Tabela 3.** Quantidade de condimentos comercializados (kg/semana) por ponto de venda na Tríplice fronteira Brasil-Peru-Colômbia.

Espécies	Feira de Rua	Mercado Municipal	Quitanda dos Peruanos	Feira Evaristo Castro	Total	(%)
Alho <sup>1</sup>	-	-	842	6,25	848,25	28,88
Cebolinha	278,7	115,08	29,6	86	509,38	17,34
Coentro	543,9	355,2	-	166,5	1.065,6	36,28
Gengibre <sup>1</sup>	-	-	95,3	-	95,3	3,24
Pimenta de cheiro	123,08	87,7	-	48,5	259,28	8,83
Pimenta malagueta	1,75	-	-	-	1,75	0,06
Pimenta "mirasol" <sup>1</sup>	-	-	7	-	7	0,24
Pimenta-olho-de-peixe	63,33	25,38	3	26,5	118,21	4,02
Pimenta "panca" <sup>1</sup>	-	-	30,4	-	30,4	1,04
Pimenta "rocote" <sup>1</sup>	-	-	2	-	2	0,07
<b>Total</b>	<b>1.010,76</b>	<b>583,36</b>	<b>1.009,3</b>	<b>333,75</b>	<b>2.937,17</b>	

<sup>1</sup> Espécie não cultivada na região pelos feirantes.

Quanto aos condimentos, estes ocuparam 6,29% (kg/semana) do total das hortaliças comercializadas pelos feirantes entrevistados, sendo 27,78% do total de diversidade disponível (Tabela 3). Os Pontos 1 e 3 dispõem das maiores quantidades (34,41% e 34,36%, respectivamente), sendo este último o de maior número de espécies disponíveis (70%). Os



demais pontos comerciais apresentaram média de 46,66%.

Das espécies condimentares, coentro, alho e cebolinha foram as mais comercializadas na época da entrevista, somando 82,5% do total. O coentro obteve maior proporção comercial nos Pontos 1, 2 e 4, a cebolinha nos Pontos 1 e 2, e o alho no Ponto 3. No geral, as duas primeiras espécies são utilizadas principalmente em preparos típicos com peixes (principal fonte de proteína animal da região) pela população amazônica, enquanto o alho é um condimento essencial em outras carnes, grãos e massas. Resultado semelhante foi observado por Brandão (2012) nas feiras livres da microrregião de Januária - MG ao encontrar grande demanda por coentro e cebolinha, sendo neste estudo denominado cheiro verde (junção de coentro e cebolinha).

Nesta classificação foi observada a comercialização de algumas espécies não-convencionais para os brasileiros da região, são elas: *Capsicum baccatum* (pimenta "mirasol"), *Capsicum chinense* (pimenta "panca") e *Capsicum pubescens* (pimenta "rocote"). Estas espécies são comuns do Peru e consumidas como tempero em pratos típicos daquele país.

Ao enumerar a quantidade de verduras comercializada pelos feirantes, observou-se que a mesma obteve a menor quantidade em kg/semana e diversidade de espécies (3,35 e 19,44%, respectivamente), do total de hortaliças (Tabela 4). O Ponto 3 comercializava na época 54,85% das verduras e 71,43% de diversidade de espécies, seguido pelos Pontos 1, 2 e 4.

**Tabela 4.** Quantidade de verduras comercializadas (kg/semana) por ponto de venda na Tríplice fronteira Brasil-Peru-Colômbia.

	Espécies	Feira de Rua	Mercado Municipal	Quitanda dos Peruanos	Feira Evaristo Castro	Total	(%)
Verdura	Aipo <sup>1</sup>	1,4	-	50	-	51,4	3,28
	Alface	143,34	58,1	129	3,5	333,94	21,30
	Brócolos <sup>1</sup>	-	-	59	-	59	3,76
	Chicória	257,87	106,05	-	89,5	453,42	28,92
	Couve	10,87	37,21	-	-	48,08	3,07
	Couve-flor <sup>1</sup>	-	-	32	-	32	2,04
	Repolho <sup>1</sup>	-	-	590	-	590	37,63
	Total	413,48	201,36	860	93	1.567,84	

<sup>1</sup> Espécie não cultivada na região pelos feirantes.

Entre as verduras, o repolho, chicória e alface somaram 87,85% das verduras totais. O repolho foi encontrado apenas no Ponto 3, chicória nos Pontos 1, 2 e 4, com maior quantidade para o Ponto 1 (56,87%). A alface foi observada em todos os pontos comerciais, com maior quantidade para os Pontos 1 e 3 (42,92% e 38,63%, respectivamente).

Apesar de não-convencional, o grande consumo de chicória na região é justificado pela combinação deste com outros dois condimentos (coentro e cebolinha), sendo todos amplamente consumidos na culinária regional. Desta forma, esta verdura destaca-se (28,92%) em relação às convencionais como a alface (21,30%) usada apenas em saladas.

De acordo com o International Plant Genetic Resource Institute - IPGRI (2006), o cultivo das espécies não-convencionais é uma opção rentável e tradicional para o produtor familiar de regiões urbanas e periurbanas.

Ao serem questionados sobre a forma de aquisição das hortaliças, observou-se que a maior quantidade e diversidade de espécies comercializada pelo Ponto 3 está relacionado à importação de espécies convencionais como batata inglesa, cebola, tomate, cenoura, pepino, beterraba, alho e repolho. Estas espécies são adquiridas de regiões produtoras do Peru em grandes quantidades pelos feirantes peruanos (Ponto 3). O clima desfavorável e a falta de tecnologias agrícolas impossibilitam a produção destas espécies na região, o que faz de algumas (30,56%) serem comercializadas apenas no Ponto 3.

Além do varejo, os feirantes peruanos comercializam no atacado a concorrentes vizinhos (Pontos 1, 2 e 4) e feirantes de Letícia (Colômbia) e Santa Rosa (Peru). Esta prática impossibilita enumerar a quantidade real de hortaliças comercializadas em Tabatinga.

Os feirantes localizados nos pontos comerciais 2 e 4 adquirem suas hortaliças através da compra no atacado de feirantes peruanos e produtores ribeirinhos (agricultor familiar). Por outro lado, aqueles do Ponto 1 obtém, em sua maioria, por meio do cultivo próprio, já que grande parte destes feirantes são produtores ribeirinhos. Coentro e cebolinha são espécies cultivadas pela maioria dos feirantes dos Pontos 1, 2 e 4. Em estudo realizado por Castro et al. (2007), estes autores mostraram que estas espécies são as mais cultivadas em quintais de comunidades amazonenses.

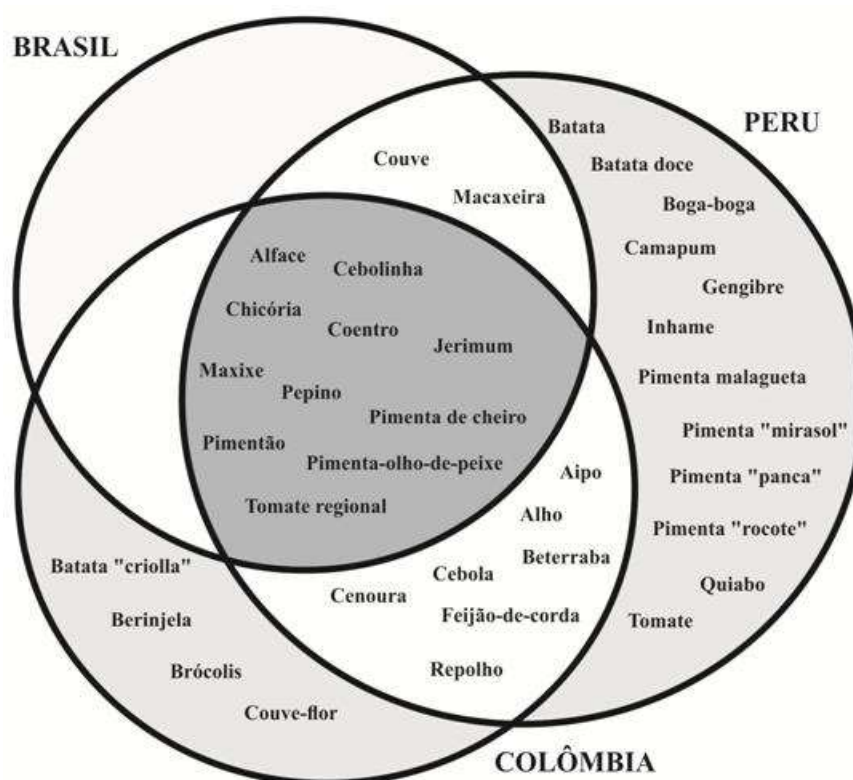
Quando observado a origem das hortaliças comercializadas em Tabatinga, nota-se que estas são provenientes de diferentes países (Brasil, Peru e/ou Colômbia) com produção em comunidades ribeirinhas ou grandes centros de produção agrícola. 44,45% do total das espécies são provenientes do Peru ou Colômbia, enquanto 55,55% provem de dois ou três países, simultaneamente (Brasil/Peru, Peru/Colômbia e Brasil/Peru/Colômbia (Figura 1)).

O Peru, individualmente, detém o maior número de espécies hortícolas de origem para comercialização (33,33%), seguida pela Colômbia com 11,11%. Já o Brasil não possui espécie com proveniência única. Fatores econômicos e de transporte corroboram para esta realidade.

As espécies mais comuns na região fronteiriça são adquiridas em dois e/ou três países, simultaneamente: Brasil/Peru com 5,56% do total de hortaliças, Peru/Colômbia 19,45% e Brasil/Peru/Colômbia com 30,56%.

As espécies não cultivadas na região de fronteira são importadas de grandes centros de produção e transportadas de diversas maneiras. Aquelas oriundas do Peru e Brasil chegam ao município de Tabatinga em embarcações fluviais por meio de viagens, que podem durar em torno de sete dias. As hortaliças provenientes da Colômbia chegam à cidade vizinha (Letícia) via aérea, onde estas são compradas no atacado pelos feirantes de Tabatinga. De acordo com Tofanelli (2007), o abastecimento de hortaliças a longas distâncias indica pouco desenvolvimento local. Tal afirmação pode ser confirmada para a maioria das espécies

convencionais. Entre os três países, o Brasil obtém o custo de transporte mais oneroso e lento, sendo estes, alguns dos motivos para a importação dos países vizinhos.



**Figura 1.** Origem das hortaliças comercializadas do lado brasileiro da tríplice fronteira (Brasil-Peru-Colômbia).

## CONCLUSÃO

A maioria dos feirantes de Tabatinga tem entre 22 e 40 anos, são mulheres e estrangeiros residentes no Brasil; possuem ensino fundamental e composição familiar relativamente grande, o que reduz a renda familiar por pessoa. Menos da metade possui renda extra e, apesar de estrangeiros uma minoria recebe auxílio do governo brasileiro. A maioria trabalha a no máximo 5 anos como feirante.

No âmbito das hortaliças, cebola e batata inglesa foram os legumes mais comercializados; coentro e alho na classificação dos condimentos e, repolho e chicória entre as verduras. Três dos quatro pontos de comercialização adquirem as hortaliças no atacado, sendo a maioria proveniente de dois ou três países, simultaneamente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABCSEM - Associação Brasileira do Comercio de Sementes e Mudanças. **Dados socioeconômicos da cadeia produtiva de hortaliças no Brasil.** 2014. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/file/camaras\\_setoriais/Hortaliças/Dados\\_Economicos/ABCSEM%202011.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/Hortaliças/Dados_Economicos/ABCSEM%202011.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2014.

ALBUQUERQUE, G. G. **Perfil dos feirantes e aspectos do processo de comercialização de hortícolas na feira livre de União dos Palmares**. 2011. 38 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Agrônômica) - Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2011.

ALMEIDA, E. I. B.; RIBEIRO, W. S.; COSTA, L. C.; VELOZO, A. O.; OLIVEIRA, M. R. T.; BARBOSA, J. A. Caracterização da cadeia produtiva de hortaliças no município de Areia - PB. **Agropecuária Técnica**, Areia, v. 32, n. 1, p.7-15, 2011.

ANDRIOTTI, J. L. S. **Fundamentos de estatísticas e geoestatística**. São Leopoldo: Unisinos, 2004. 165 p.

BONONI, G. Ceagesp: gigante dos hortifrutigranjeiros e palco dos pequenos. **A Granja**, São Paulo, v. 684, n. 12, p.50-55, 2005.

BRANDÃO, A. A. **Produção e comercialização de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária**. 2012. 92 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias) - Universidade Federal de Minas Gerais, Montes Claros, 2012.

CAMPOS, F. M.; PINHEIRO-SANT' ANA, H. M.; SOUZA, P. M.; STRINGHETA, P. C.; CHAVES, J. B. P. Pró-vitaminas a em hortaliças comercializadas no mercado formal e informal de Viçosa (MG), em três estações do ano. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, v. 26, n. 1, p.33-40, 2006.

CARVALHO, P. G. B.; MACHADO, C. M. M.; MORETTI, C. L.; FONSECA, M. E. N. Hortaliças como alimentos funcionais. **Horticultura Brasileira**, Vitória da Conquista, v. 24, n. 4, p.397-404, 2006.

CASTRO, A. P.; SILVA, S. C. P.; PEREIRA, H. S.; FRAXE, T. J. P.; SANTIAGO, J. L. A agricultura familiar: principal fonte de desenvolvimento socioeconômico e cultural das comunidades da área focal do projeto PIATAM. In: FRAXE, T. J. P.; PEREIRA, H. S.; WITKOSKI, A. C. (Ed.). **Comunidades ribeirinhas amazônicas: modos de vida e uso dos recursos naturais**. Manaus: EDUA, 2007. cap. 3, p. 53-88.

COÊLHO, J. D. **Feiras livres de Cascavel e de Ocara: caracterização, análise da renda e das formas de governança dos feirantes**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2009. 160 p.

COLLA, C.; STADUTO, J. A. R.; ROCHA JUNIOR, W. F.; RINALDI, R. N. Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da agricultura familiar de cascavel, estado do Paraná. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 38, n. 2, p.7-16, 2008.

FILGUEIRA, F. A. R. **Manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. 2 ed. Viçosa: UFV, 2003. 412 p.

FILGUEIRA, F. A. R. **Novo manual de olericultura: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças**. 3 ed. Viçosa: UFV, 2008. 421 p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009** - Aquisição alimentar domiciliar per capita: Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2010. 282 p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção agrícola municipal 2012**: culturas temporárias e permanentes. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. 101 p.

IDAM - Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas. **Plano operativo IDAM 2013**. Manaus: IDAM, 2013. 47 p.

IPGRI - International Plant Genetic Resource Institute. **Strategic framework for underutilized plant species research and development**. Sri Lanka: Global Facilitation Unit for Underutilized Species, 2006. 40 p.

KANEKO, M. G. **Produção de coentro e cebolinha em substratos regionais da Amazônia à base de madeira em decomposição (paú)**. 2006. 58 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

MELO, P. C. T.; VILELA, N. J. Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças. In: 13ª Reunião Ordinária da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Hortaliças, 2007, Brasília. **Palestras...** Brasília: MAPA, 2007.

PHILIPPI, S. T. **Nutrição e Técnica dietética**. 2 ed. Barueri: Manole, 2006. 424 p.

RIBEIRO, E. M.; CASTRO, B. S.; SILVESTRE, L. H.; CALIXTO, J. S.; ARAÚJO, D. P.; GALIZONI, F. M.; AYRES, E. B. Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p.5-9, 2005.

ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTOLDI, F. L.; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. O.; LODI, B. S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da feira do produtor de Passo Fundo, RS. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 40, n. 12, p.2593-2597, 2010.

SILVA, D. S. O.; COSTA, C. C. Caracterização dos vendedores de hortaliças da feira de Pombal-PB. **Revista Verde**, Pombal, v. 5, n. 5, p.191-196, 2010.

SILVA, G. P.; PARIS, J. C.; SAMBORSKI, T.; DÖÖR, A. C. Perfil e percepções dos feirantes em relação a feira livre dos municípios de São Pedro do Sul (RS) e Santo Augusto (RS). **REMOA**, Santa Maria, v. 13, n. 2, p.3203-3212, 2014.

SOUZA, C. G.; SANTOS, B. C.; COSTA, C. A.; RAMOS, J.; SANTOS, V. A. Caracterização da comercialização e da produção de hortaliças não convencionais em feiras na cidade de Montes Claros, Minas Gerais. **Horticultura Brasileira**, Vitória da Conquista, v. 30, n. 2, p. 824-828, 2012. Suplemento - CD ROM.

TOFANELLI, M. B. D.; FERNANDES, M. S.; MARTINS FILHO, O. B.; CARRIJO, N. S. Mercado de hortaliças frescas no município de Mineiro-GO. **Horticultura Brasileira**, Vitória da Conquista, v. 25, n. 3, p.475-478, 2007.