

MERCADO PÚBLICO DE ARAGUAÍNA – DEMANDAS PARA PROJETOS DE EXTENSÃO

Emilly Leite Vieira¹ Gildemberg da Cunha Silva²

¹Bolsista de Iniciação Científica Junior – IFTO/CNPq, e-mail: emilly_lily18@hotmail.com

²Docente do IFTO. Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas - IFTO, e-mail: gildemberg.silva@ifto.edu.br

Resumo: Trata-se de uma pesquisa de campo, qualitativa, de abordagem básica e com objetivos descritivo e exploratório. Neste trabalho, concentramos em apresentar um estudo básico sobre demandas que na visão dos gestores e empreendedores promoveriam melhoria no Mercado Municipal de Araguaína, visto seu potencial para o Turismo e Economia local e regional.

Palavras-chave: mercado, extensão, estudo de campo.

1 INTRODUÇÃO

Os mercados públicos municipais são pontos turísticos na maioria das cidades brasileiras. Símbolo histórico-cultural e tradições locais, os mercados públicos são ambientes que apresentam valores e costumes quanto: culinária, musica, poesia, arquitetura e a rotina da população de uma cidade. Entretanto, com crescimento populacional e advento de novas tecnológicas e valores, muitos não conseguem ver a importância deste espaço para uma cidade. Necessitando de melhorias em seus processos internos, inovar e promover novas ações, certamente é um caminho para torna-lo estratégico para, inclusive, o turismo.

A cidade de Araguaína, situada no Tocantins (região do Brasil Central) teve seu crescimento impulsionado pela BR-153, a partir desta rodovia que a cidade e região foi interligada às cinco regiões do Brasil (SOUSA, 2002, CORREIA, 2015) promoveu, assim, a intensificação da circulação de indivíduos e mercadorias.

Segundo Peixoto (1977) a circulação dos indivíduos, mercadorias e das informações multiplica as oportunidades de contatos econômicos e sociais entre os homens, sendo o mais poderoso fator de progresso humano e um dos principais índices do grau de civilização de um povo: “quanto mais rápidos, frequentes, fáceis e seguros forem os agentes da circulação, tanto mais adiantada será a civilização”.

A mobilidade provocada pela instalação da BR-153 vai ao encontro da relação da mobilidade e pobreza apresentada por Owen (1975). Nesse sentido, a imobilidade é verificada na economia quando tempo e energia são desperdiçados em áreas do mundo subdesenvolvido, por falta de mecanização dos meios de condução. Para este autor, a proximidade entre imobilidade e

pobreza diz que vislumbrando a ausência de transporte em uma região, ou ainda, a deficiência dele, a maior parte dos recursos mundiais permanece intocados, já que não há meios de atingi-lo.

Concernente a microrregião de Araguaína, a mesma é a segunda maior na concentração da população tocantinense com cerca de 20%, sendo a primeira, a região central de Porto Nacional, que concentra em torno de 23% da população tocantinense. Tais números devem-se ao fato de as maiores cidades do estado, Palmas, na microrregião de Porto Nacional, com 228.297 habitantes e Araguaína, na microrregião de Araguaína, com 150.484 habitantes (Tabela 4.1) estarem localizadas nessas duas regiões (CORREIA, 2015).

De acordo com os números do IBGE (2010), 64% dos 150 mil habitantes do município fazem parte da População Economicamente Ativa (PEA). O município de Araguaína possui densidade demográfica de 37,62 hab./km², acima, portanto, da densidade demográfica do estado do Tocantins (4,98 hab./km²) e do Brasil (22,46 hab./km²) (Cf. Tabela 1).

Tabela 1 – População de Araguaína e outras cidades do estado de Tocantins

Município	1960	1970	1980	1991	2000	2007	2010
Araguaína	10.622	37.780	72.063	103.315	113.143	115.759	150.484
Gurupi	11.915	24.660	38.653	56.752	65.034	71.413	76.755
Porto Nacional	22.872	31.517	39.327	43.224	44.991	45.289	49.146

Fonte: IPEA (2014).

Nesse contexto de evolução populacional promovido pela instalação da BR-153, iniciada em 1960, que temos o Mercado Municipal de Araguaína.

Fundada em 1978 o Mercado Municipal de Araguaína exerce, nos dias atuais, ainda um papel relevante para economia e crescimento da segunda maior cidade do estado de Tocantins.

Considerando a missão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO) em promover ensino, pesquisa e extensão articuladas com as demandas sociais que este trabalho se justifica, pois, iniciou-se um estudo acerca das demandas necessárias para, na visão dos gestores, uma melhoria do Mercado Municipal a fim de torna-lo mais competitivo e atraente.

2 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa de campo, qualitativa, de abordagem básica e com objetivos descritivo e exploratório. Neste trabalho concentramos em apresentar os dados sob o olhar dos gestores do mercado municipal de Araguaína.

Foi aplicado um questionário aberto e direcionado a fim de coletar os dados de maneira dinâmica. Para chegar a coleta de dados *in loco*, foi desenvolvida pesquisa bibliográfica sobre aspectos históricos, sociológicos e econômicos básicos e relação/significado dos mercados municipais às cidades brasileiras – em especial Araguaína (TO).

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO

3.1 Considerações Gerais

O Mercado Municipal de Araguaína (MMA), segundo a gestão, foi fundado em 1978 (1ª etapa) e expandido em 2002 (2ª etapa). Distribuído em 7.872 m², oferece 236 salas, box e bancas. Comercializa: alimentos, cereais, frutas, verduras, legumes, itens de cozinha, raízes, produtos naturais e importados.

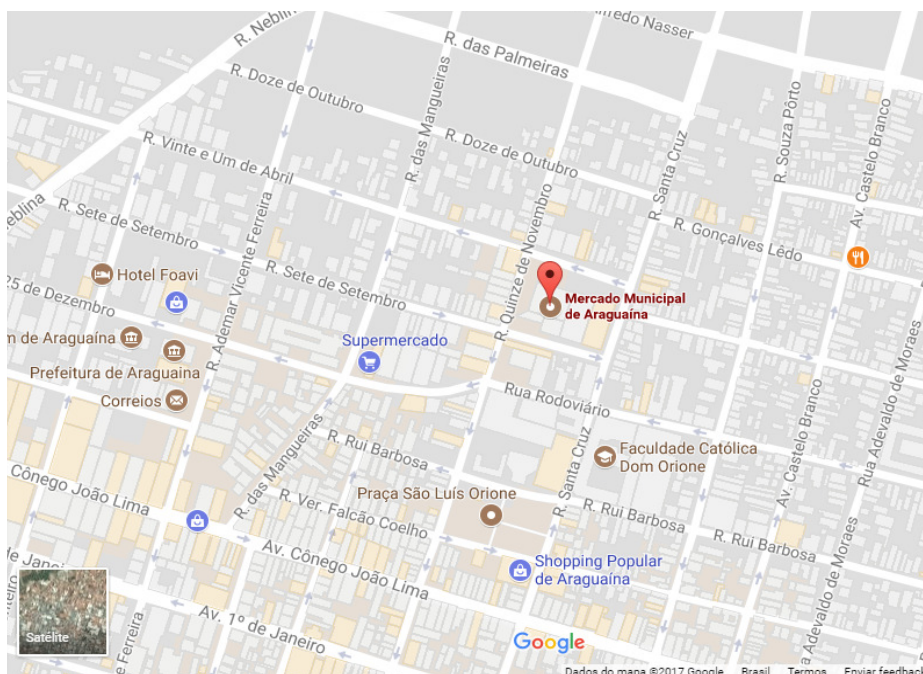


Imagem 1 – Localização do Mercado Municipal de Araguaína. Fonte: Google Maps (2017).

O MMA está localizado no centro da cidade, na Rua Vinte e Um de Abril, s/n, Setor Central. Tem a suas voltas importantes estabelecimentos como: faculdades, redes de Supermercados, bancos e outros.



Imagem 2 – Fachada do Mercado Municipal de Araguaína. Fonte: Google Maps (2017).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O MMA é administrado pela Fundação de Atividade Municipal Comunitária (FUNAMC), uma entidade sem fins lucrativos e que desenvolve ações assistenciais no município em diversas áreas às famílias carentes: distribuição de cestas básicas, aquisição de caixão, *pit dog*, entre outras.

O MMA possui parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Araguaína (SEBRAE), segundo a gestão, desenvolve treinamento na área de alimentação.

Gerenciado por um cidadão que mora há 40 anos próximo ao MMA. O mesmo registra um dos problemas básicos enfrentados pela administração: mau descarte de alimentos pelos usuários e pedestres – atraindo animais para o ambiente e seus arredores (aves).

O MMA convive com diversos problemas e de conhecimento da gestão pública municipal, dentre eles destaque ao erro de engenharia da estrutura do mercado (destaque a cobertura – material inadequado) e transporte público (não há bom atendimento do transporte municipal aos redores do MMA).

A importância do MMA para cidade e região pôde ser identificada a partir do discurso de entrevistado a respeito das queijarias encontradas no MMA:

“Cidadãos do Goiás, Maranhão e região comprem o queijo ralado aqui para consumirem ou revenderem em suas cidades!” (Entrevistado 1).

Perguntado sobre se os empreendedores possuíam formação técnica especializada em áreas como comércio, informática, marketing e outros – um dos entrevistados do MMA afirmou desconhecer e disse identificar algo curioso:

“Muitos dos nossos comerciantes aqui estão há mais de 20 anos! O negócio vai ficando para a família. Não é difícil encontrar três gerações trabalhando no box.” (Entrevistado 2)

Constatou-se ainda que os negócios são administrados por muitos cidadãos da terceira idade (40%) e que veem no mercado mais que um negócio, e sim, uma rotina familiar.

Demandas comuns apresentadas pelos entrevistados foram: falta de inovação nos negócios do mercado, problemas de relacionamento (interpessoal entre os empreendedores); problemas de postura e de segurança no MMA.

Afirmaram ainda que Araguaína necessita fortalecer questões culturais no MMA e nos negócios ali tratados.

“Na nossa região temos a Associação dos Artesãos, Associação do Babaçu e o café moído. Eles há um tempo organizamos um box aqui para eles. Não vemos o povo de Araguaína valorizando, comprando estes produtos. O turismo que aqui se desenvolve não passa (ou pouco) por aqui. Quando deveria!” (Entrevistado 3)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É indiscutível a importância do MMA para a cidade de Araguaína. Considerando as potencialidades do *Campus* Araguaína IFTO. Considerando sua missão, a partir da lei de criação dos Institutos Federais (LEI 11.892 de 29 DE DEZEMBRO DE 2008), que exorta às ações de ensino, pesquisa e *extensão* (grifo nosso). Destacamos a necessidade de desenvolver curso de extensão voltado para o empreendedor do MMA nas áreas de: RH, Marketing e cursos que contribuam para inovações nas áreas de vendas e segurança (tecnologia) a baixo custo.

Sugerimos para futuras pesquisas o aprofundamento das questões apresentadas.

Agradecemos ao CNPq e IFTO pelo incentivo e oportunidade de iniciação científica júnior (ICJ).

REFERÊNCIAS

CORREIA, L. S. A influência da BR-153 no crescimento econômico de Araguaína. Distrito Federal, 2015. Dissertação de Mestrado – UNB.



IBGE, 2010. Censo 2010. Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 de Junho de 2017.

IPEA. Portal eletrônico. 2014. Disponível em: . Acesso em: 13 de junho de 2017.

OWEN, W. Estratégia para os Transportes. Tradução de David H. Hastings. São Paulo: Pioneira, 1975.

PEIXOTO, J. B. Os transportes no atual desenvolvimento do Brasil. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1977.

SOUSA, S. Belém-Brasília: Abrindo fronteiras no Norte Goiano 1958-1975. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2002.