

A EVOLUÇÃO DAS DIMENSÕES DO MACROMARKETING EXPANDIDO NO PROCESSO EXTRATIVO DA CASTANHA-DA-AMAZÔNIA: O CASO DO ASSENTAMENTO CANAÃ, MUNICÍPIO DE ARIQUEMES – RO

Naila Fernanda Sbsczk Pereira Meneguetti

Endereço atual/Current address: Estrada do Calafate, 3391, Calafate, 69914-310, Rio Branco, Acre, Brasil; e-mail: naila_sbsczk@hotmail.com

Dissertação de Mestrado/Master Dissertation: Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA), pela Universidade Federal de Rondônia (UNIR), Porto Velho, Rondônia, Brasil.

Defendida/Defended: 17.10.2014

Orientador/Advisor: Profa. Dra Mariluce Paes de Souza.

Recebido: 27/05/2015; Aceito 04/06/2015

RESUMO: O extrativismo consiste no processo de coletar produtos naturais de origem mineral, animal e vegetal, sendo praticado em várias regiões do Brasil, em especial na Amazônia onde se constitui em uma das principais atividades de geração de renda das populações tradicionais. A região amazônica, como em outras do país, foi beneficiada com os esforços de Reforma Agrária implementada pelo Brasil, porém, são poucos os estudos que demonstram a relação econômica, social e ambiental dos assentamentos proporcionado por ela a respeito da realidade amazônica. O extrativismo praticado nos assentamentos rurais tornou-se uma das estratégias de sobrevivência e está inserido nos diferentes sistemas de produção das populações locais, com destaque aos produtos florestais não-madeiráveis. Produtos estes provenientes principalmente de florestas nativas, dentre os quais se encontra a castanha-da-Amazônia, a qual se tornou um produto diferenciado, em função de sua abundância na região, além da importância na alimentação, preservação ambiental e retorno financeiro aos coletores. O presente estudo objetivou descrever a evolução das dimensões do Macromarketing Expandido, baseado em Kilbourne (2004), no processo extrativo da castanha-da-Amazônia no Assentamento Canaã no Município de Ariquemes-RO. Para análise, o período compreendido entre 2003 a 2013, foi considerado. O método utilizado foi uma pesquisa qualitativa e exploratória descritiva, fundamentado em aportes teóricos e dados empíricos. O instrumento adotado para a realização das entrevistas foi um formulário com questões semi-estruturadas com perguntas abertas e fechadas de acordo com as dimensões do modelo Macromarketing Expandido, evidenciado as variáveis qualidade de vida, ambiente e liberdades substantivas e a teoria de Amartya Sen. A pesquisa de campo ocorreu em duas etapas, em ambas foi realizada visitas à comunidade estudada, compreendido no período de março a abril de 2014. Na primeira etapa foi utilizada a técnica de observação participante simples, com o intuito de conhecer o local do estudo, vivenciar a realidade e facilitar a obtenção de dados, propiciando uma melhor compreensão dos participantes e das características locais. Na segunda etapa foram realizadas as entrevistas tendo como material de apoio o formulário elaborado. O tratamento e análise dos dados coletados foram realizados no Software Atlas Ti 6.0. Os resultados mostram que ocorreu evolução parcial das dimensões do modelo Macromarketing Expandido, com destaque a melhoria na qualidade de vida em relação à renda e alimentação, o que não foi observado no nível da educação e saúde. Perfil similar foi verificado quanto ao ambiente. Verificou-se melhoria na moradia e nos serviços de energia, no entanto, não foi evidenciada evolução no saneamento básico e as demais variáveis, inclusive na liberdade substantiva. Ressalta-se a evolução, mesmo pouco expressiva, dos padrões estabelecidos do Macromarketing Expandido, principalmente considerando a situação no início do

assentamento que era ainda pior. Por fim, recomenda-se a continuidade de estudos sobre a temática em espaços similares, considerando a necessidade de uma maior atenção as famílias extrativistas pelas autoridades competentes, o que pode propiciar melhor qualidade de vida, tendo acesso aos serviços essenciais como água tratada, saúde, educação e saneamento básico.

Palavras-chave: Assentamentos Rurais, Processo Extrativista, Castanha-da-Amazônia e Macromarketing Expandido.

THE EVOLUTION OF ASPECTS OF EXPANDED MACROMARKETING IN EXTRACTIVE PROCESS OF CHESTNUT-THE-AMAZON: THE CASE OF THE SETTLEMENT CANAAN, MUNICIPALITY OF ARIQUEMES – RO.

ABSTRACT: The extraction consists in process collecting natural products from origin mineral, animal and vegetable, being practiced in various regions of Brazil, especially in the Amazon region, where constitutes one of the main income-generating activities of traditional populations. The Amazon region, as elsewhere in the country, has benefited from the efforts of Agrarian Reform implemented by Brazil, however, there are few studies that demonstrate the economic, social and environmental respect of settlements provided by it regarding the Amazon reality. The extraction practiced in rural settlements became one of the survival strategies, and is inserted in different production systems of local populations, with emphasis on non-timber forest products. These products are of source mainly of native forests, among which is the Amazon-chestnut, which has become a differentiated product, due to its abundance in the region, and the importance in nutrition, environmental conservation and financial returns to collectors. Thus, the present study aimed to analyze the evolution of the dimensions of Expanded Macromarketing, based on Kilbourne (2004), in the extraction process-chestnut Amazon in Canaan settlement in the Municipality of Ariquemes – RO. For analysis, the period from 2003 to 2013, was considered. The method used was a descriptive and exploratory qualitative research, grounded in theoretical contributions and empirical data. The instrument adopted for the interviews was a form with semi-structured questions with open and closed questions, according to the dimensions of Expanded Macromarketing Model, evidenced variables quality of life, environment and substantive freedoms and the theory of Amartya Sen. The fieldwork took place in two stages, at both visits was made to the community studied, understood in the period March-April 2014. In the first stage was used a technique of participant observation simple in order to know the location of study, live reality and facilitate the collection of data, providing a better understanding of the participants and local characteristics. In the second stage interviews were conducted, with the prepared questionnaire. Treatment and data analysis were performed at Software Atlas Ti 6.0. Results show that occurred partial evolution of the dimensions of Expanded Macromarketing model, especially improvement in the quality of life in relation to income and food, which was not observed in the level of education and health. Similar profile was observed on the environment. There was improvement in housing and energy services, however, was not observed evolution in sanitation and other variables, including the substantive freedom. Highlights the evolution, little bit expressive, of established standards of Expanded Macromarketing, especially considering the situation at the beginning of the settlement that was even worse. Finally, we recommend the continuation of studies on the subject in similar spaces, considering the need for greater attention extractive families by the competent authorities, which may provide a better quality of life, and access to essential services such as water treated, health, education and sanitation.

Keywords: Rural Settlements, Extractive Process, Chestnut Amazon and Expanded Macromarketing.