

MAPEAMENTO DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS DO VILA CÉU DO MAPIÁ

Agosto de 2019

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO: a Vila Céu do Mapiá	2
2.	O MAPEAMENTO DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS DA VILA CÉU DO MAPIÁ	3
1.1.	METODOLOGIA	3
1.2.	INSTRUMENTO DE COLETA	5
3.	ANÁLISE DOS RESULTADOS	6
3.1	MÓDULO I – PERFIL DE CONSUMO	6
3.1.1	Grãos, farinhas e/ou cereais	10
3.1.2	Ervas, temperos e/ou condimentos	13
3.1.3	Frutas	16
3.1.4	Verduras, legumes, raízes e/ou sementes	17
3.1.5	Carnes e laticínios	19
3.1.6	Produtos naturais e/ou industrializados	22
3.1.7	Materiais e/ou produtos de limpeza, beleza e higiene pessoal	26
3.1.8	Artigos de vestuário	32
3.1.9	Despesas dos domicílios	35
4.1	MÓDULO II – ALIMENTAÇÃO E MORADIA	39
4.2	MÓDULO III – PERFIL DEMOGRÁFICO E SOCIOECONÔMICO	45
5.	CONCLUSÃO	52
6.	ANEXOS	56
6.1	ANEXO I – QUESTIONÁRIO	56
6.2	ANEXO II - RELATÓRIO DE CRÍTICA DA PESQUISA	56
6.3	ANEXO III - RELATÓRIO DE DADOS DA PLATAFORMA KOBOTOOLBOX	57

1. INTRODUÇÃO: a Vila Céu do Mapiá

Situada em uma área de preservação ambiental, ao lado do igarapé Mapiá e próxima ao rio Purus, a base de sua economia é a cultura extrativista, a qual deve ser executada com as ressalvas feitas por ser uma área de proteção ambiental, conciliando ações de conservação da natureza com o uso sustentável dos recursos naturais.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Vila Céu de Mapiá está totalmente inserida no setor censitário 130350205000024, destacada com o marcador na imagem abaixo, e possui 958 habitantes em 144 domicílios particulares permanentes (CENSO 2010), com média de 6,65 pessoas por domicílio.

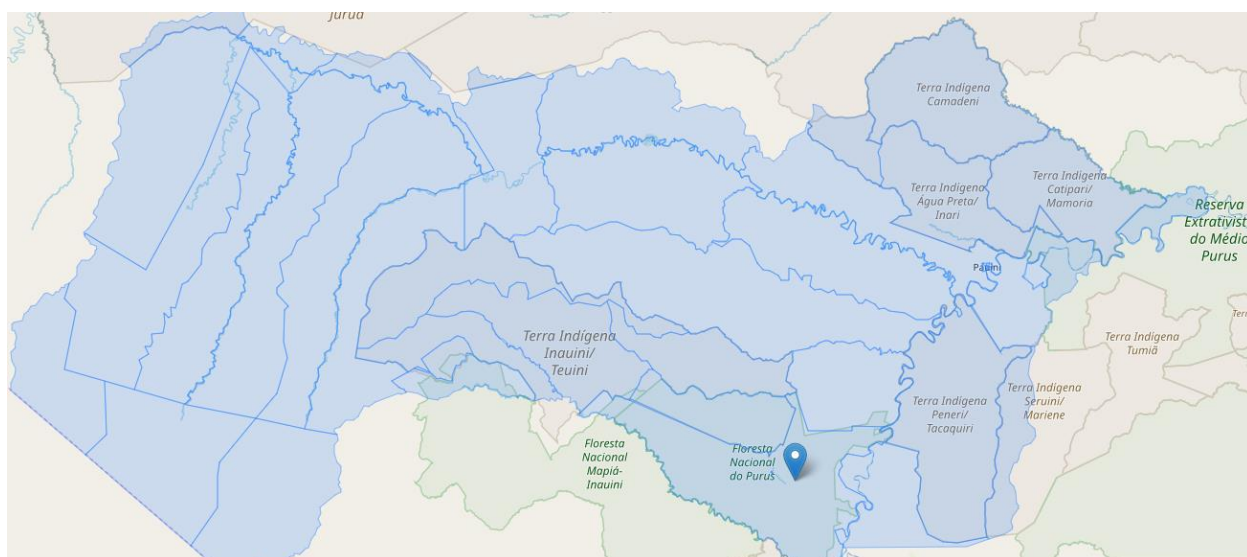


Figura 1 - Mapa do município de Pauini/AM, com a divisão dos setores censitários (Fonte: IBGE)

A vila hoje é formada por pessoas que residem no local desde antes de sua fundação, até pessoas que se deslocaram de outras partes do país e de outros países, interessadas na característica religiosa e na possibilidade de uma vida mais comunitária, sustentável e integrada a natureza.

Desde 2015, dando continuidade a outras iniciativas de desenvolvimento comunitário que foram desenvolvidos na região para combater a desorganização econômica e social que a comunidade foi sofrendo após a morte do seu fundador, foi realizado o Curso AmaGaia, ligado ao Currículo Gaia Education, com foco na construção de comunidades sustentáveis. Esse curso despertou forte interesse na implementação de sugestões para alavancar a economia local do Mapiá, a partir dos princípios que construíram os alicerces econômicos desta comunidade, o que

passou a ser realizado em forma de programa a partir de 2017, com a promoção do desenvolvimento econômico local inserida no contexto mais amplo do desenvolvimento comunitário e espiritual.

2. O MAPEAMENTO DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS DA VILA CÉU DO MAPIÁ

O mapeamento do consumo das famílias da Vila Céu do Mapiá é um passo importante para consolidação e estruturação de um o Plano Estratégico de Desenvolvimento Econômico da comunidade.

Por meio do entendimento aprofundado dos hábitos de consumo e do potencial produtivo da Comunidade é possível identificamos as vocações produtivas, tanto do ponto de vista do interesse das pessoas, como dos recursos naturais e das oportunidades de mercado presentes no território.

Com isso, é possível de maneira estratégica fomentar e fortalecer a produção e a oferta da rede de serviços local, assim como promover o consumo no território por meio de um sistema de microfinanças.



Figura 2 - Círculos virtuosos de geração de renda.

Fonte: Relatório Programa AmaGaia. Dimensão Econômica. Outubro de 2018.

1.1. METODOLOGIA

Para mapear o consumo e produção das famílias de Vila Céu do Mapiá, a equipe do ISES elaborou uma pesquisa de natureza quantitativa não probabilística, a partir de questionário semiestruturado.

Foram pesquisados 50 (cinquenta) domicílios. Do total de 50 questionários, 38 foram aplicados por meio de questionário impresso, e outros 12 através do aplicativo KoBoCollect. A coleta

de dados foram realizadas a partir de entrevistas presenciais em ambiente de diálogo, com abertura e empatia criando um ambiente de transparência e reciprocidade.

As entrevistas feitas por meio de questionários impressos foram lançadas manualmente na plataforma KoBoToolbox, já a coleta feita por aplicativo, com utilização de smartphones, foi lançada automaticamente.

KoBoToolbox e KoBoCollect são ferramentas gratuitas especialmente desenvolvidas para utilização por organizações sociais, criada pela *Harvard Humanitarian Initiative* da *Harvard University*.

A utilização dessa plataforma revelou-se eficiente, agilizando a coleta de informações quando os questionários foram aplicados por smartphones com o aplicativo KoBoCollect, evitando perguntas sem respostas, dificuldades de entendimento das anotações do pesquisador e maior confiabilidade nas informações. De todo modo, foi realizada a crítica da totalidade dos dados lançados na plataforma.

Através de testes de *outliers*¹ e da observação de médias *per capita* e desvio padrão foi possível localizar os dados discrepantes. Todos os ajustes realizados estão no anexo II deste relatório.

Temos, portanto, a totalidade das informações coletadas, revisadas, tratadas e analisadas, sendo possível apresentar os hábitos de consumo da população pesquisada e fazer estimativas para períodos maiores e para a totalidade da população da região, sempre com os devidos cuidados metodológicos.

Nas questões referentes a consumo e gastos, foi realizado o exercício de estimar as quantidades para o total da população do setor censitário no qual Vila Céu do Mapiá está inserido. Essa ação pretende dar indícios da potencialidade do consumo de cada item pesquisado e dos valores disponíveis para aquisição desses itens.

É importante registrar que, apesar da amostra de 50 domicílios corresponder a 35% do total de domicílios do setor censitário, ela é significativa, porém não representativa, uma vez que não se procurou escolher os domicílios pesquisados a partir de critérios que correspondessem

¹ Os *outliers* são dados que se diferenciam drasticamente de todos os outros, ou seja, são valores que fogem da normalidade e que pode causar anomalias nos resultados. Utiliza-se cálculo estatística incluindo a mediana, o valor mínimo e o valor máximo de cada questão, dividindo o grupo de dados em quartis. Os resultados que ficam além do padrão observado no conjunto de respostas são *outliers*. Não são dados necessariamente errados, mas devem ser observados com atenção. Como a quantidade de questionários da pesquisa é baixa, foi possível conferir esses valores para fazer as correções, quando necessário.

proporcionalmente ao perfil do setor censitário. Sendo assim, toda estimativa apresentada deve ser entendida apenas como um exercício.

Além da análise dos resultados, que será apresentada no próximo capítulo, outros três documentos acompanham este relatório:

- **Anexo I – Questionário:** formulário no formato produzido pela equipe do ISES e que foi utilizado para a elaboração do formulário de coleta digital;
- **Anexo II - Relatório de crítica da pesquisa:** contém os ajustes realizados na base de dados após revisão dos questionários pela consultoria e com a inclusão das alterações realizada pelo ISES;
- **Anexo III - Relatório de dados da plataforma KoBoToolbox:** emitido através da Plataforma KoBoToolbox onde é possível visualizar os gráficos produzidos automaticamente e os resultados obtidos com a digitação ou aplicação por meio do aplicativo KoboCollect, sem os ajustes de *outliers*.

1.2. INSTRUMENTO DE COLETA

O questionário elaborado pelo ISES, de natureza quantitativa e semiestruturado, foi dividido em quatro partes:

1. Informações de controle: Nome do(a) pesquisador(a), nome do(a) entrevistado(a) localidade etc. Essas informações não foram utilizadas na análise;
2. Módulo I – Perfil de Consumo: Questões sobre consumo e autoprodução familiar de grãos, farinhas e/ou cereais; ervas, temperos e/ou condimentos; frutas; verduras, legumes, raízes e/ou sementes; carnes e laticínios; produtos naturais e/ou industrializados; materiais e/ou produtos de limpeza; produtos de beleza e higiene pessoal; roupas e calçados; bem como onde esses produtos são adquiridos e as formas de pagamento. Também foi levantado neste bloco de perguntas os gastos mensais da família com educação, saúde, energia elétrica, gás, entre outros itens;
3. Módulo II – Alimentação e Moradia: Questões sobre as características das moradias, saneamento e acesso a diversos aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos;
4. Módulo III – Perfil Sociodemográfico: Questões mais detalhadas sobre a composição familiar, incluindo trabalho, renda, fontes de renda, escolaridade, entre outros.

A análise segue a ordem dos módulos do questionário.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Embora o perfil familiar seja a última parte do questionário e, portanto, será apresentado de maneira detalhada na terceira parte da análise, apresenta-se abaixo um resumo com a finalidade apresentar o perfil do público e suas famílias, bem como das condições de moradia encontradas.

A Vila Céu do Mapiá tem uma população jovem, com média de idade em 28 anos. A média de habitantes por domicílio é de 3,2 pessoas, das quais 1,7 trabalham.

A renda média mensal é inferior ao observado no estado do Amazonas, sendo a domiciliar de R\$ 1.748,58, e a renda domiciliar per capita de R\$ 708,29. Esse rendimento vem principalmente do trabalho assalariado sem carteira de trabalho assinada, mas é também de significativa importância a troca de produtos e serviços entre as famílias, bem como o recebimento de bolsas governamentais e de projetos locais. Os negócios desenvolvidos na comunidade pelo projeto AmaGaia tem impacto fundamental nas rendas das famílias com membros participantes, o que demonstra a necessidade do fomento para novos negócios na comunidade, sobretudo voltados para jovens, a maior parcela da população, e para as mulheres, que atualmente possuem rendimento 41% inferior ao dos homens, a despeito do equilíbrio de gênero em todos os demais aspectos observados, como nível de escolaridade e situação de ocupação.

Essas famílias residem em domicílios de 4,3 cômodos, construídos em madeira e com teto de alumínio. Possuem banheiro equipado por vaso sanitário, com escoamento por fossa negra. Também possuem cozinha com gás e piso de cimento.

O abastecimento de água é realizado através de poços e/ou de igarapés, tem predominância a energia solar e os geradores. O lixo é queimado ou enterrado.

Apenas cerca de ¼ dos domicílios possuem geladeira, mas são comuns o filtro de água, fogão e celular.

É dessas famílias, com esses perfis de renda, trabalho e condições de moradia e que correspondem a pouco mais de 1/3 dos domicílios de Vila Céu do Mapiá que tem o consumo descrito a seguir.

3.1 MÓDULO I – PERFIL DE CONSUMO

Neste primeiro bloco de análise estão as questões sobre consumo e produção familiar de diversos tipos de alimentos, produtos de limpeza e higiene pessoal, itens domésticos e vestuários. Também serão apresentados os gastos mensais da família com educação, saúde, energia elétrica, gás, entre outros itens.

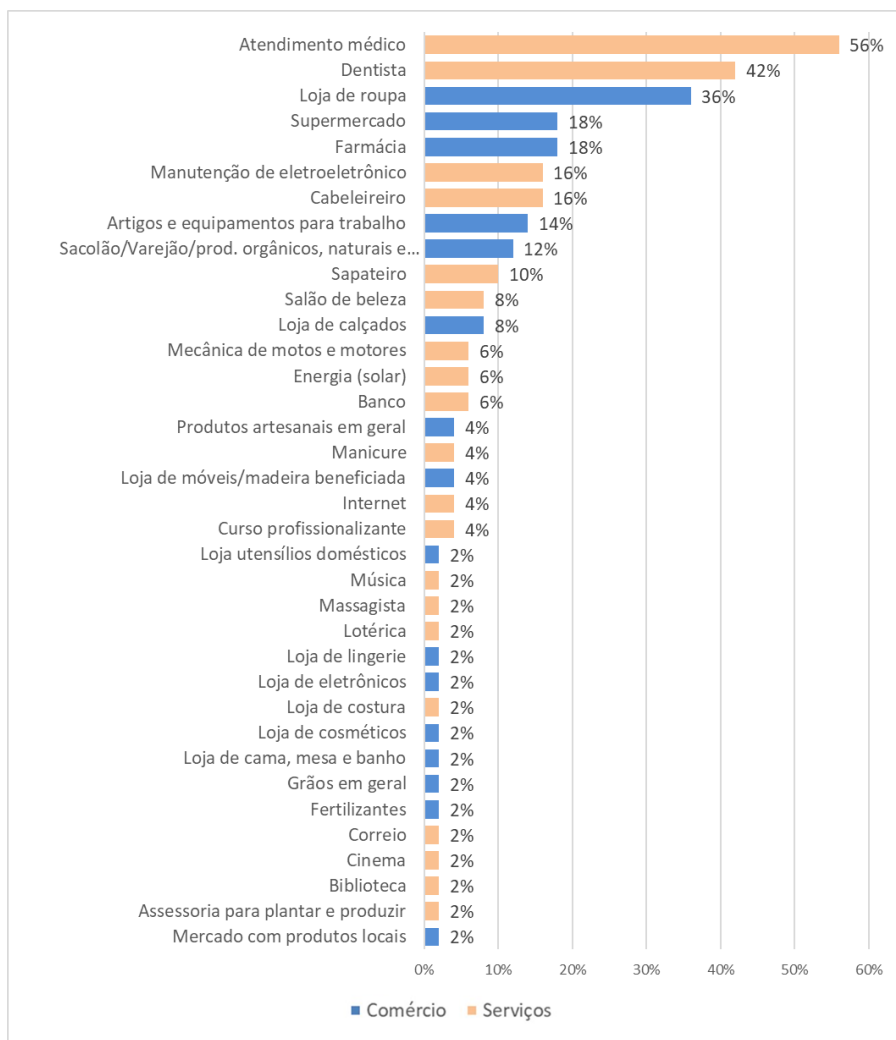
A pesquisa foi iniciada perguntando quais as principais carências da comunidade. Foi uma pergunta aberta, espontânea, que obteve como resposta mais de uma centena de itens de serviços e comércio.

A principal carência é em relação ao atendimento médico e dentista, serviços citados por 54% e 42% dos(as) entrevistados(as), respectivamente. Importante observar que a demanda por esses serviços e o volume de deslocamentos na busca por atendimento podem impactar também o consumo em estabelecimentos locais.

É só a partir do terceiro item mais citado que entramos nas áreas que são foco do projeto. Ganha destaque a necessidade de lojas de roupas (36%), que junto a artigos e equipamentos para trabalho (ferramentas, itens de segurança e artigos para artesanato), com 14%; Sacolão/varejão/produtos orgânicos, naturais e integrais, com 12%; representam boas oportunidades de negócios na área de comércio para a comunidade. Na área de serviços, ganham destaque os serviços de estética, tais como cabeleireiro (16%), salão de beleza (8%) e manicure (4%).

O gráfico abaixo apresenta todos os itens citados em forma de ranking, do item mais citado ao menos citado, com as barras coloridas conforme a área de atividade (comércio ou serviços) e tendo o total de entrevistas (50) como base para os percentuais apresentados.

Gráfico 1 - Necessidades sentidas pelos entrevistados

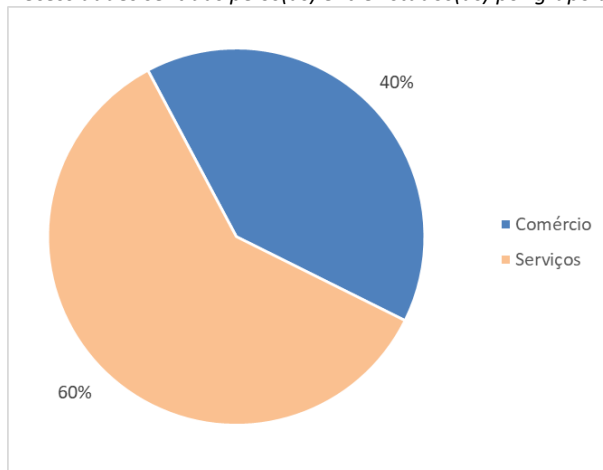


Para aprofundar o entendimento sobre as necessidades, os itens do gráfico acima foram classificados por grupos e subgrupos².

O primeiro gráfico mostra a distribuição dos itens citados por grupos. Neste caso, observa-se que 60% do total das respostas (162) referiam-se a serviços, enquanto 40% se referiam a atividades comerciais.

² O 1. **grupo Comércio**, teve como classificação os seguintes Subgrupos e atividades: 1.1 **subgrupo alimentos**: grãos em geral e Sacolão/Varejão/prod. orgânicos, naturais e integrais; 1.2 **subgrupo domicílio**: Loja de cama, mesa e banho, Loja de eletrônicos, Loja de móveis/madeira beneficiada, Loja utensílios domésticos; 1.3 **subgrupo estética**: Loja de cosméticos; 1.4 **subgrupo produtos para consumo em geral**: Mercado com produtos locais, Produtos artesanais em geral e Supermercado; 1.5 **subgrupo produtos para trabalho**: Artigos e equipamentos para trabalho e Fertilizantes; 1.6 **subgrupo saúde**: Farmácia; 1.7 **subgrupo vestuário**: Loja de calçados, Loja de lingerie e Loja de roupa. O 2. **grupo Serviços**, teve como classificação os seguintes subgrupos e atividades: 2.1 **subgrupo cultura**: Biblioteca, Cinema e Música; 2.2 **subgrupo domicílio**: Energia (solar), Internet e Manutenção de eletroeletrônico; 2.3 **subgrupo estética**: Cabeleireiro, Manicure e Salão de beleza; 2.4 **subgrupo financeiros**: Banco e Lotérica; 2.5 **subgrupo gerais**: Correio; 2.6 **subgrupo saúde**: Atendimento médico, Dentista e Massagista; 2.7 **subgrupo técnicos**: Assessoria para plantar e produzir, Curso profissionalizante e Mecânica de motos e motores; 2.8 **subgrupos vestuário**: Loja de costura e Sapateiro.

Gráfico 2 - Necessidades sentidas pelos(as) entrevistados(as) por grupo de atividade



Na sequência foi apresentada a divisão por subgrupos. No grupo de comércio, merece destaque as atividades no subgrupo vestuário (lojas de roupas, lingerie etc.), citadas por 46% das pessoas entrevistadas. Já no grupo de serviços, destacam-se os de saúde, citados por todos os(as) entrevistados(as).

Gráfico 3 - Necessidades sentidas pelos(as) entrevistados(as) por subgrupo de atividade: Comércio

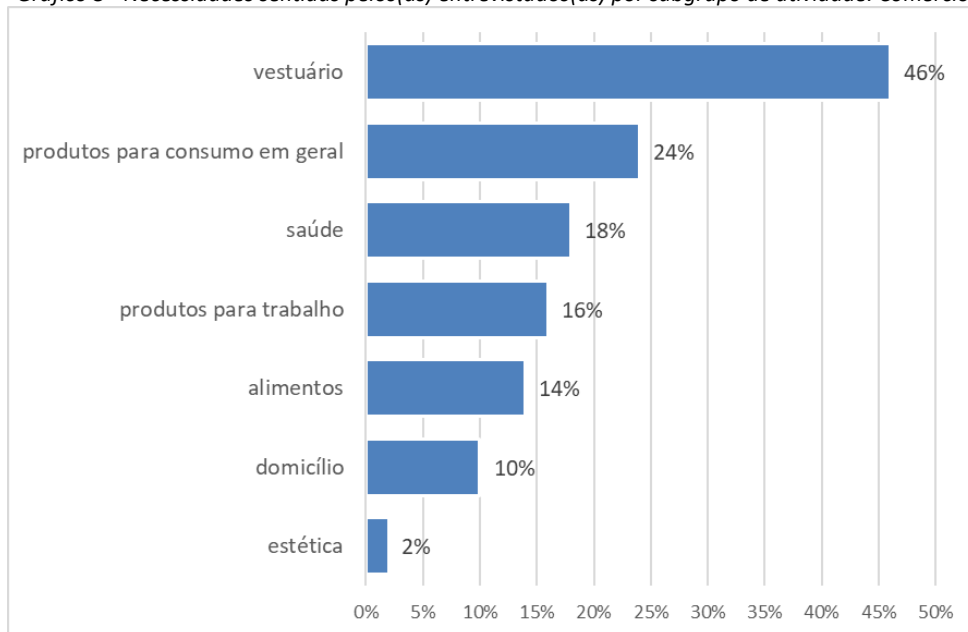
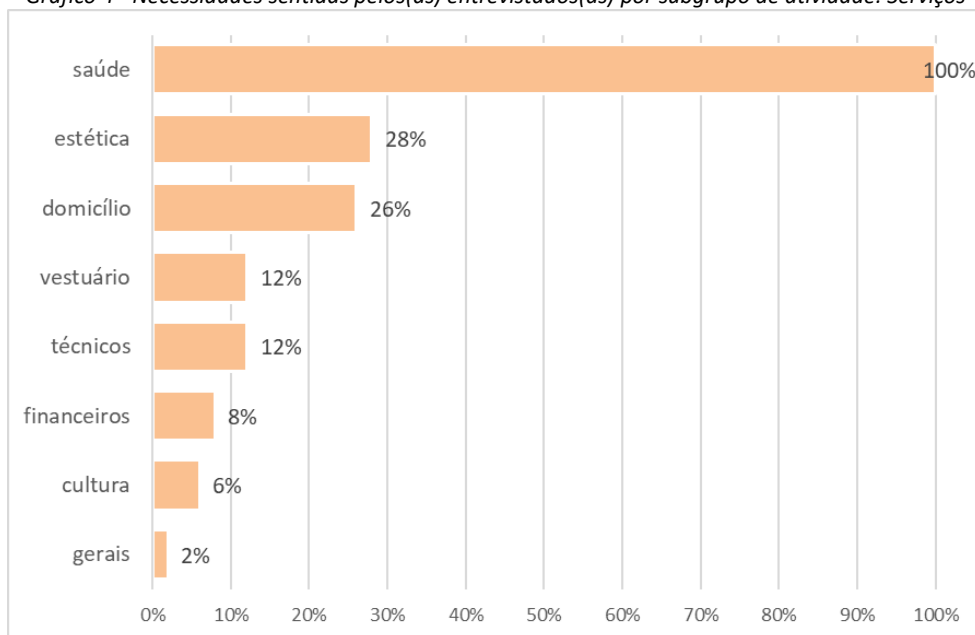


Gráfico 4 - Necessidades sentidas pelos(as) entrevistados(as) por subgrupo de atividade: Serviços



Em seguida, foi perguntado a cada entrevistado(a) sobre o consumo e a autoprodução mensal familiar de diversos gêneros alimentícios, divididos em seis grupos:

- 1) grãos, farinhas e/ou cereais;
- 2) ervas, temperos e/ou condimentos;
- 3) frutas;
- 4) verduras, legumes, raízes e/ou sementes;
- 5) carnes e laticínios;
- 6) produtos naturais e/ou industrializados

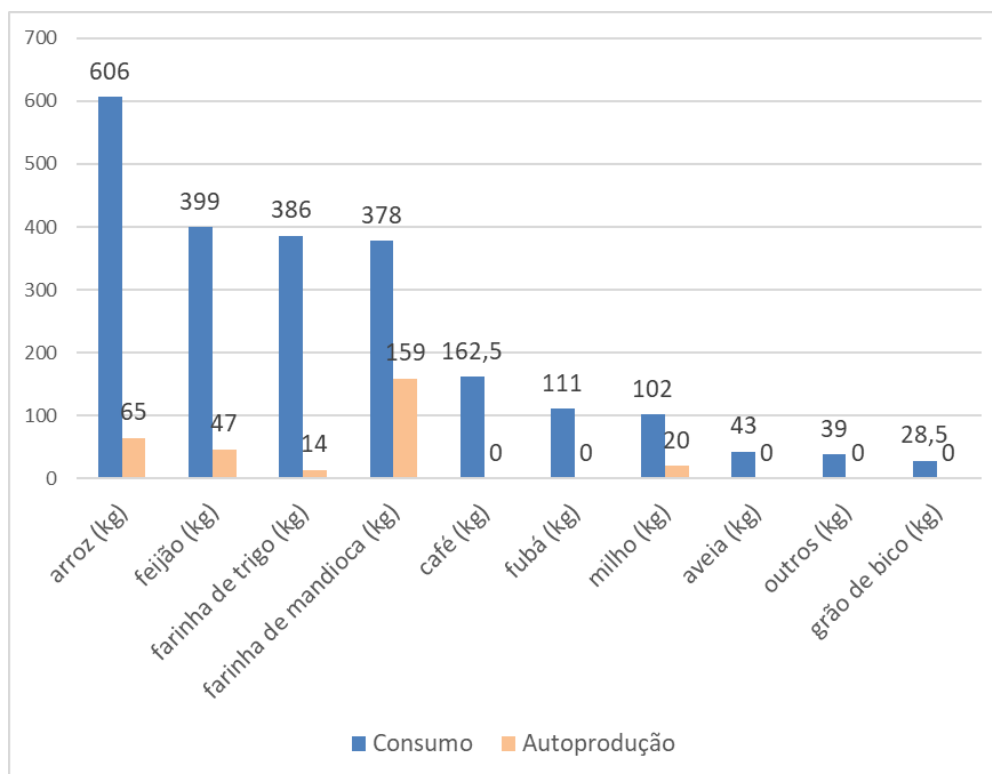
Os resultados são apresentados em gráficos que trazem a comparação entre o consumo e a autoprodução de cada item e em tabelas, que trazem as médias de consumo mensal por domicílio e por pessoa, além de estimativas sobre o potencial de consumo para todo o setor censitário.

3.1.1 Grãos, farinhas e/ou cereais

O primeiro grupo analisado, grãos, farinhas e/ou cereais, tem o arroz como item de maior consumo, com 606 kg consumidos por mês no total dos domicílios pesquisados e média de 3,6 kg por pessoa. Feijão (399 kg), farinha de trigo (386 kg) e farinha de mandioca (378 kg) apresentaram consumo bastante significativo, com aproximadamente 2,5 kg por pessoa para cada um dos itens. Entre os itens auto produzidos, a farinha de mandioca é a mais comum, com 159 kg.

Outros itens, que somaram 39 kg consumidos, mas não são produzidos são farinha integral, gergelim, milho de pipoca e trigo integral.

Gráfico 6 - quantidades de grãos, farinhas e/ou cereais consumidos e autoproduzidos mensalmente



Após a apresentação do dado sobre consumo e autoprodução, segue uma apresentação das médias mensais por domicílio e por pessoa, bem como o potencial de consumo.

A tabela abaixo dispõe nas linhas todos os valores para cada um dos itens de grãos, farinhas e cereais. A primeira coluna, que ordena a tabela, traz os valores brutos consumidos mensalmente nos domicílios pesquisados, e estão de acordo com o gráfico acima. As quatro colunas seguintes, agrupadas sob o título “**dados da amostra: consumo**”, traz os cálculos sobre os domicílios pesquisados, nesta ordem: a quantidade de domicílios onde se consome cada um dos produtos, o seu valor percentual sobre o total da amostra (nessas duas colunas, portanto, os dados referem-se aos domicílios, em todas as outras referem-se a unidade de medida do produto observado), a média mensal de consumo por domicílio e a média mensal per capita de consumo de cada uma dos itens.

Por fim, as duas últimas colunas trazem cálculos sobre o **potencial de consumo** para o setor censitário onde se localiza o Mapiá.

PONTO DE ATENÇÃO:

O potencial de consumo é apenas de um exercício, uma vez que a amostra, apesar de significativa, não é representativa do total da população. Observa-se isso, por exemplo, pela grande diferença entre a média de moradores por domicílio aferida pelos dados do CENSO 2010 do IBGE (6,6) e a média observada na amostra (3,1).

Como exercício, foram observados dois cenários: na coluna “total domicílio/mês” está o resultado do cálculo do total de consumo para o total de domicílios do Mapiá (144), levando-se em consideração o percentual de domicílios que a pesquisa levantou que consome cada um dos produtos.

Assim, por exemplo, para o item arroz, utilizamos a seguinte fórmula:

Total domicílios mês =
(n domicílios Mapiá X % de domicílios que consomem o item) X média mensal de consumo por domicílio.

Ou seja:
 $(144 \times 94\%) \times 12,894$
 $135,36 \times 12,894 \text{ kg} = 1.745,3\text{kg}$

É, portanto, um cálculo mais conservador, pois faz a projeção do consumo utilizando-se de dados de domicílios que possuem média de 3,2, além de não utilizar a totalidade dos domicílios, mas se restringindo ao percentual de domicílios que consomem o item arroz levantado na pesquisa.

O segundo cálculo, exposto na coluna “total da população”, traz a multiplicação da média de consumo mensal per capita para o total de habitantes do setor censitário (958 pessoas).

São, portanto, duas estimativas, uma mínima (caso os demais domicílios do Mapiá consumam tanto quanto os da amostra), e uma máxima (caso todos os moradores consumam a mesma média que os da amostra). No caso do arroz, o exercício nos revela um consumo mensal mínimo de 1,7 t e máximo de 3,5 t.

Esse cálculo é sensível à quantidade de pessoas e domicílios que realmente consome o produto, forma pela qual as médias foram calculadas. Por conta disso, o grão de bico, por exemplo, embora tenha consumo total bruto de apenas 28,5 kg, sendo o item de menor consumo, quando projetado sobre a totalidade de domicílios e pessoas, fica em 5º dos 9 itens pesquisados, embora seu mercado seja de apenas 26% dos domicílios (conforme coluna % domicílios). Estes cálculos foram utilizados em todos os grupos de produtos pesquisados.

A tabela a seguir traz a totalidade dos resultados para os grãos, farinhas e cereais. Além do arroz, o feijão, a farinha de trigo e a farinha de mandioca superam o consumo mensal de 1 t.

Tabela 1 – Quantidade consumida de grãos, farinhas e cereais, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

GRÃOS, FARINHAS e/ou CEREAIS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população

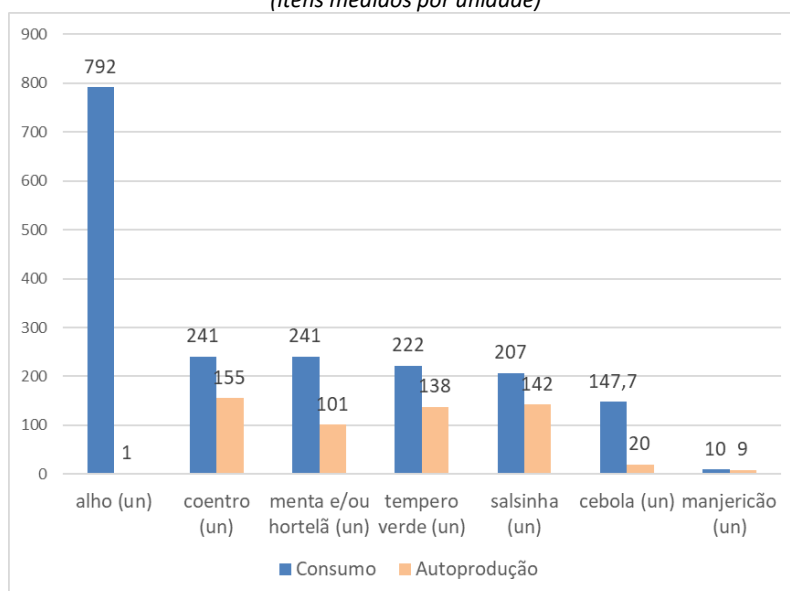
arroz (kg)	606,0	47	94,0%	12,894	3,639	1745,3	3.486,2
feijão (kg)	399,0	45	90,0%	8,867	2,376	1149,1	2.276,3
farinha de trigo (kg)	386,0	45	90,0%	8,043	2,247	1088,6	2.152,2
farinha de mandioca (kg)	378,0	47	94,0%	8,578	2,529	1111,7	2.422,4
café (kg)	162,5	43	86,0%	5,842	0,507	319,7	485,5
fubá (kg)	111,0	19	38,0%	5,667	0,634	293,8	607,0
milho (kg)	102,0	18	36,0%	2,192	0,236	82,1	225,9
aveia (kg)	43,0	18	36,0%	2,389	0,386	123,8	369,8
grão de bico (kg)	28,5	13	26,0%	3,779	1,097	468,0	1.050,7

3.1.2 Ervas, temperos e/ou condimentos

O segundo grupo de alimentos pesquisado foi o das **ervas, temperos e/ou condimentos**. Neste caso, há variedade entre as unidades de medida para cada produto, alguns em unidades, outros em quilos e até mesmo em litros. Os gráficos de comparação entre consumo e autoprodução foram divididos pelas unidades de medida.

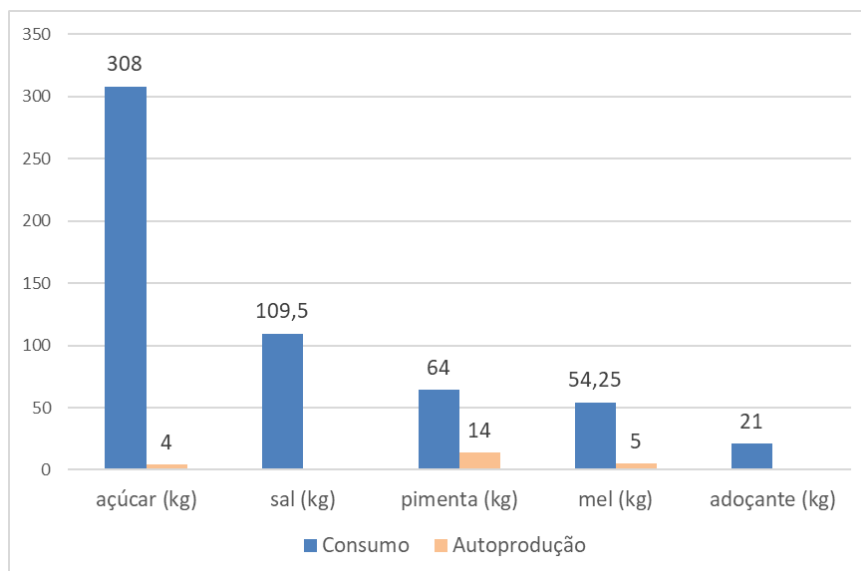
Entre os itens avaliados por unidade, o alho se destaca. No entanto, nota-se que alguns temperos vendidos em maço, superam as 200 unidades mensais, são eles: menta ou hortelã (241 unidades), coentro (241 unidades), tempero verde (222 unidades) e salsinha (207). Estes itens também são produzidos em quantidades significativas, acima de 100 unidades mensais, embora bem abaixo do que é consumido.

Gráfico 7 - Quantidades de ervas, temperos e/ou condimentos consumidas ou produzidas mensalmente (itens medidos por unidade)



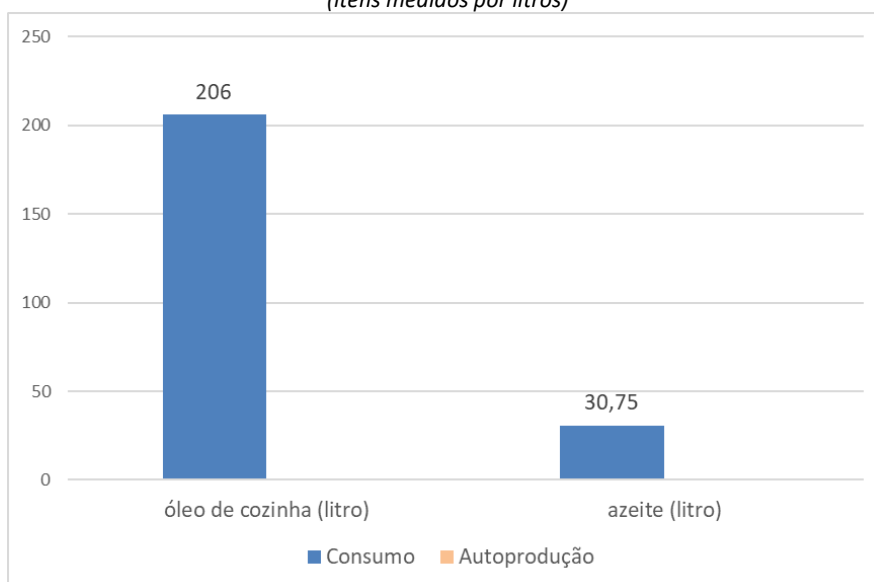
Entre os itens consumidos por quilo, ganham destaque o açúcar (308 kg), quase três vezes mais consumido que o sal (109,5 kg), segundo item de maior consumo. O açúcar, apesar da quantidade consumida, possui produção insignificativa na amostra. Pimenta, mel têm pouco consumo e produção.

Gráfico 7 - Quantidades de ervas, temperos e/ou condimentos consumidas ou produzidos mensalmente(itens medidos por quilos)



Dois itens pesquisados são consumidos por litros: o óleo e o azeite. Desses, apenas o óleo de cozinha em quantidade significativa: 206 litros, e nenhuma produção.

Gráfico 7 - Quantidades de ervas, temperos e/ou condimentos consumidas ou produzidos mensalmente (itens medidos por litros)



Vários outros itens foram citados. Porém, como são consumidos por litro, unidades ou quilos, os quantitativos não dão conta de esclarecer as quantidades de cada um. Vale, no entanto, verificar a diversidade de outras ervas, temperos e/ou condimentos citados, alguns mais comum, como açúcar mascavo, alho poro, cebolinha, maxixe, mostarda, óleo de coco, óleo de milho, pepino, pimentão, salsa e chicória, mas também outras características da região, como nirá e orelha de macaco.

Voltando aos itens estimulados na pesquisa, a tabela abaixo traz as médias mensais por domicílio e pessoa, bem como as projeções.

Quase todos os domicílios consomem alho (92%) e açúcar (94%), mais de 80% também consomem óleo de cozinha (86%) e cebola (86%). Se os três primeiros itens já haviam ganhado destaque quando apresentados os gráficos com dados brutos sobre consumo mensal, aqui a cebola passa a se destacar pelo alcance de residências.

No entanto, na projeção do potencial de consumo, todos os itens destacados anteriormente continuam como os principais. O alho, por exemplo, tem estimativa mínima de aproximadamente 2,3 mil cabeças por mês e máxima de 5,6 mil. O açúcar, entre os itens avaliados por quilo, tem potencial mínimo de aproximadamente 900 kg, e máximo de 2 t.

Tabela 1 – Quantidade consumida de ervas, temperos e/ou condimentos, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

ERVAS, TEMPEROS e/ou CONDIMENTOS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população
alho (un)	792,0	46	92,0%	17,217	5,870	2281,0	5.623,7
açúcar (kg)	308,0	47	94,0%	6,553	2,095	887,0	2.007,4
coentro (un)	241,0	29	58,0%	8,310	2,202	694,1	2.109,4
menta e/ou hortelã (un)	241,0	23	46,0%	10,478	1,646	694,1	1.576,9
tempero verde (un)	222,0	25	50,0%	8,880	2,176	639,4	2.084,4
salsinha (un)	207,0	28	56,0%	7,393	1,773	596,2	1.698,1
óleo de cozinha (lt)	206,0	43	86,0%	4,791	1,345	593,3	1.288,7
cebola (un)	147,7	43	86,0%	3,435	1,134	425,4	1.086,6
sal (kg)	109,5	36	72,0%	3,042	0,732	315,4	701,2
pimenta (kg)	64,0	21	42,0%	3,048	0,348	184,3	333,8
mel (kg)	54,3	25	50,0%	2,170	0,384	156,2	367,9

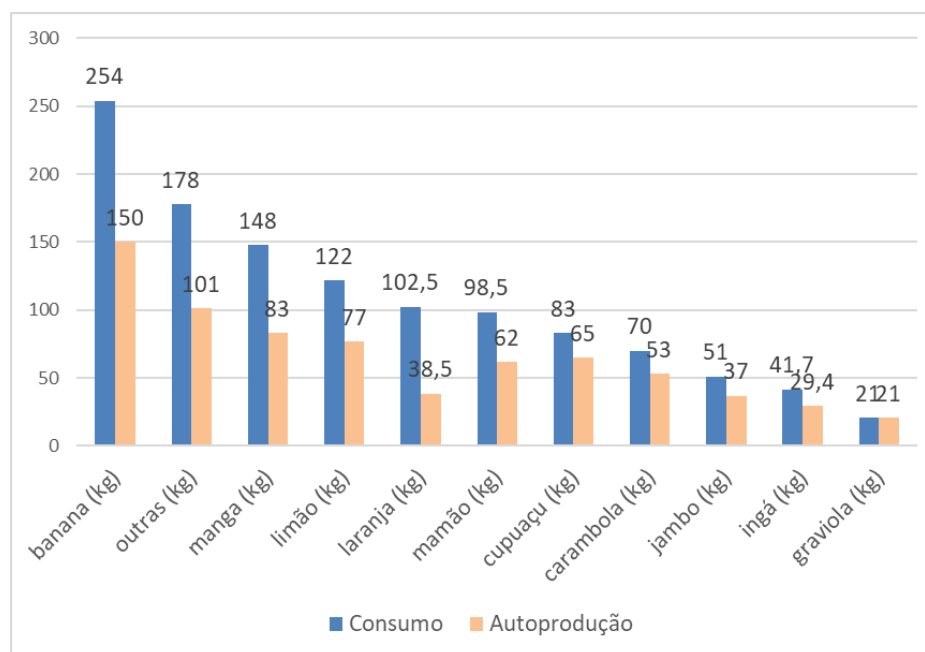
azeite (lt)	30,8	22	44,0%	1,398	0,217	88,6	208,1
adoçante (kg)	21,0	8	16,0%	2,625	0,115	60,5	109,8
manjerição (un)	10,0	5	10,0%	2,000	0,063	28,8	60,4

3.1.3 Frutas

As frutas são muito consumidas pelas famílias entrevistadas e também o grupo com maior quantidade e variedade de autoprodução.

Entre os itens listados e, portanto, estimulados no questionário, a banana é o item mais consumido (254 kg) e produzido (150 kg). Manga, limão e laranja têm consumo mensal entre 100 kg e 150 kg. Por outro lado, frutas como cupuaçu, carambola, jambo, ingá e graviola, apesar de serem as menos consumidas, variando de 20 kg a 83 kg, são as que proporcionalmente são mais produzidas (em relação ao consumo). A graviola tem consumo e autoprodução idênticas, de 21 kg.

Gráfico 8 - Quantidade de frutas consumidas e autoproduzidas mensalmente



A banana é também o item presente em quase todos os domicílios (96%). A segunda fruta com maior quantidade de consumo, a manga, foi citada em 72% dos domicílios. O mamão, apesar de ser a quinta fruta em quantidade de consumo, é a terceira mais presente nos domicílios (74%). As médias e projeções de potencial de consumo seguem a ordem do consumo bruto, ou seja, a banana tem a maior média mensal domiciliar (5,3 kg), por pessoa (2 kg) e tem potencial de consumo mensal em toda a Vila variando de 732 kg a quase 2 t. Manga e limão também tem estimativa máxima na casa de 1 t, cada.

Tabela 1 – Quantidade consumida de frutas, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

FRUTAS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população
banana (kg)	254,0	48	96,0%	5,2917	2,0739	731,5	1.986,8
manga (kg)	148,0	36	72,0%	4,1111	1,0765	426,2	1.031,3
limão (kg)	122,0	39	78,0%	3,1282	1,0511	351,4	1.007,0
laranja (kg)	102,5	31	62,0%	3,3065	0,7402	295,2	709,1
mamão (kg)	98,5	37	74,0%	2,6622	0,7643	283,7	732,2
cupuaçu (kg)	83,0	31	62,0%	2,6774	0,6180	239,0	592,1
carambola (kg)	70,0	24	48,0%	2,9167	0,5058	201,6	484,6
jambo (kg)	51,0	18	36,0%	2,8333	0,2972	146,9	284,7
ingá (kg)	41,7	23	46,0%	1,8130	0,3388	120,1	324,6
graviola (kg)	21,0	13	26,0%	1,6154	0,1650	60,5	158,1

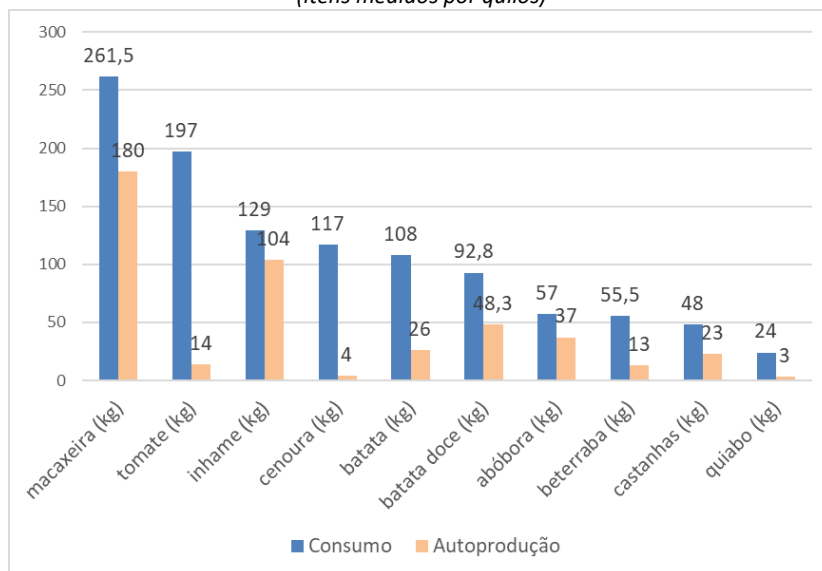
Várias outras frutas foram citadas. Juntas, têm quantidades significativas de consumo (178 kg) e de autoprodução (101 kg). São elas araçá, bacaba, buriti, cajá, coquinho, goiaba, maracujá, melão, tangerina, abacate, cacau, caju, melancia, uva, biribá, abacaxi, pera, maçã e açaí. Como se observa, algumas são características da região e que podem, a partir de uma análise mais detalhada, ser aproveitadas para produção de bebidas ou comidas.

3.1.4 Verduras, legumes, raízes e/ou sementes

O grupo das **verduras, legumes, raízes e/ou sementes** também apresenta números significativos de consumo e autoprodução e a análise dos resultados foi dividida por itens avaliados por quilos e outros por unidades.

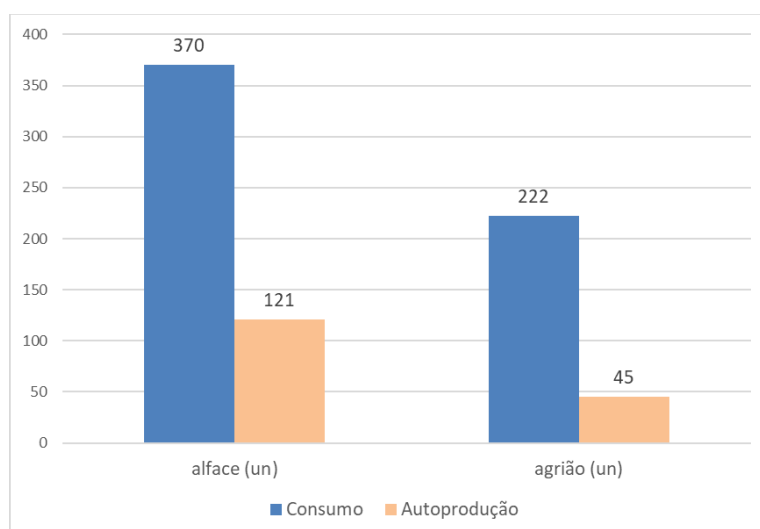
Entre os itens avaliados por quilos, a macaxeira é a mais consumida (261,5 kg) e produzida (180 kg). O inhame destaca-se por também ser um item com autoprodução (104 kg) próximo ao consumo (126 kg). Tomate (197 kg) e cenoura (117 kg), apesar de serem consumidos em grande quantidade, tem autoprodução muito baixa.

Gráfico 9 - Quantidades de verduras, legumes, raízes e/ou sementes consumidas e produzidos mensalmente (itens medidos por quilos)



Os dois itens avaliados por unidades possuem volumes grandes de consumo bruto. A alface chega a 370 unidades, enquanto o agrião chega a 220 unidades, mas possuem autoprodução pequena em comparação com os números de consumo.

Gráfico 9 - Quantidades de verduras, legumes, raízes e/ou sementes consumidas e produzidos mensalmente (itens medidos por unidades)



Demais itens citados como outros foram couve e cebolinha.

Analisando a presença desses itens nos domicílios, a macaxeira é a única espécie que supera os 90%. A Alface, produto de maior consumo entre os avaliados por unidades, foi citado em 66% dos domicílios, com média de consumo por domicílio de 11 unidades/mês, e por pessoa em 3,3

unidades/mês. Seu potencial de consumo mensal para todo Mapiá fica entre 1 mil e 3,2 mil unidades.

Já entre os itens avaliados por quilo, a macaxeira e o tomate têm médias de consumo semelhantes por domicílio e por pessoa. A média mensal de consumo domiciliar de macaxeira é de 5,7 kg, enquanto a de tomate é de 5,3 kg. Já a média de consumo mensal de macaxeira por pessoa é de 1,9 kg, e a de tomate é de 1,8 kg. A diferença se dá pelo alcance de cada produto nas residências. Enquanto a macaxeira está presente nas mesas de 92% dos domicílios, o tomate está em 74%. Claramente a autoprodução, como apresentado anteriormente, que pode se traduzir na facilidade e condições para o cultivo dessas espécies faz toda a diferença para seu consumo.

Com relação aos potenciais de consumo na comunidade, a macaxeira fica entre 700 kg e 1,8 t. O tomate também chega próximo de 2 t em sua estimativa máxima, e tem 640 kg como mínima. Quase todos os demais itens também ocupam a casa das centenas na menor estimativa, mostrando-se um grupo de alimentos que pode vir a ter mais saída se houver uma maior diversificação do cultivo.

Tabela 1 – Quantidade consumida de verduras, legumes, raízes e/ou sementes, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

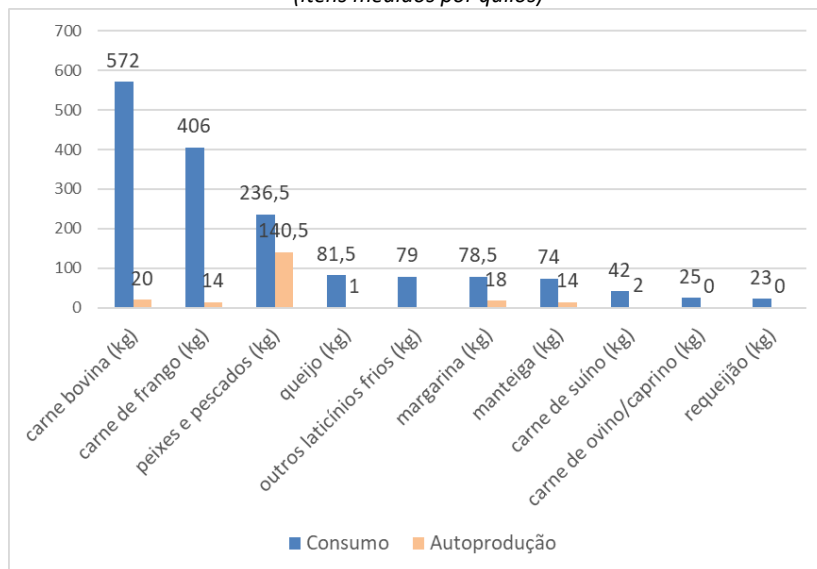
VERDURAS, LEGUMES, RAÍZES e/ou SEMENTES	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população
alface (un)	370,0	33	66,0%	11,2121	3,3175	1065,6	3.178,1
macaxeira (kg)	261,5	46	92,0%	5,6848	1,8825	753,1	1.803,4
agrião (un)	222,0	22	44,0%	10,0909	1,9388	639,4	1.857,4
tomate (kg)	197,0	37	74,0%	5,3243	1,7758	567,4	1.701,3
inhame (kg)	129,0	37	74,0%	3,4865	0,9952	371,5	953,4
cenoura (kg)	117,0	30	60,0%	3,9000	0,7583	337,0	726,5
batata (kg)	108,0	33	66,0%	3,2727	0,8121	311,0	778,0
batata doce (kg)	92,8	27	54,0%	3,4370	0,5121	267,3	490,6
abóbora (kg)	57,0	28	56,0%	2,0357	0,4273	164,2	409,4
beterraba (kg)	55,5	24	48,0%	2,3125	0,3870	159,8	370,8
castanhas (kg)	48,0	19	38,0%	2,5263	0,4267	138,2	408,8
quiabo (kg)	24,0	13	26,0%	1,8462	0,1834	69,1	175,7

3.1.5 Carnes e laticínios

Os itens do grupo de **carnes e laticínios** foram divididos em os avaliados em quilos e os avaliados em litros.

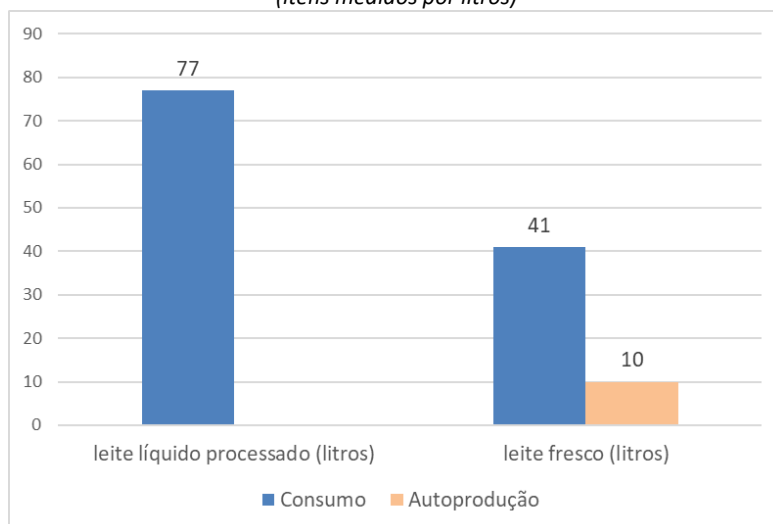
Entre os avaliados em quilos, três se destacam no consumo: carne bovina (572 kg), carne de frango (406 kg) e peixes e pescados (236,5 kg). Peixes e pescados também tem uma quantidade alta de autoprodução: 140,5 kg.

Gráfico 10 - Quantidades de carnes e laticínios consumidas e autoproduzidas mensalmente (itens medidos por quilos)



Nos itens avaliados em litros, o leite processado se sobressai, com 77 litros consumidos/mês. O leite fresco tem consumo de apenas 41 litros, e a autoprodução corresponde a apenas ¼ do consumo: 10 litros.

Gráfico 10 - Quantidades de carnes e laticínios consumidas e autoproduzidas mensalmente (itens medidos por litros)



Ovos foi o item pesquisado que não foi incluído nos gráficos por ser o único avaliado em unidades. Este item tem consumo mensal de 2.753 unidades mensais só nas 50 famílias pesquisadas, com produção mensal de 880 unidades.

Ovos, peixes e pescados são itens que podem se apresentar como uma boa fonte de renda para algumas famílias, mas vejamos quais as médias de consumo e as estimativas.

Todos os itens destacados anteriormente na análise estão presentes na cesta de quase todos os domicílios.

Os ovos, consumidos em 96% dos domicílios, tem média mensal domiciliar de 57 unidades e média por pessoa de 20 unidades. Seu potencial de consumo mínimo aproxima-se das 8 mil unidades, podendo a chegar a quase 19 mil.

As carnes bovina e de frango estão presentes nas refeições de 92% dos domicílios. A carne bovina, no entanto, apresenta médias maiores: 12,4 kg/mês por domicílio e 3,7 kg/mês por pessoa, com potencial mínimo de 1,6 t de consumo mensal, enquanto a carne de frango tem média de 8,9 kg/mês por domicílio e 2,8 kg/mês por pessoa. Ambas superam a quantidade de 1 t na estimativa mínima.

Apesar desses números significativos para carnes bovina e de frango, quem parece estar mais estruturado para a criação são os peixes e pescados, atividade já em prática por parte dos moradores do Mapiá. Atualmente, seu potencial de consumo mensal mínimo é de 681 kg, e máximo de 1,8 t. Uma avaliação mais detalhada das espécies e da viabilidade de ampliação desta atividade na região pode dar início a uma atividade produtiva próspera, fazendo o produto chegar a um maior número de famílias.

Tabela 1 – Quantidade consumida de carnes e laticínios, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

CARNES e LATICÍNIOS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população
ovos (un)	2.753,0	48	96,0%	57,3542	19,7168	7928,6	18.888,7
carne bovina (kg)	572,0	46	92,0%	12,4348	3,6792	1647,4	3.524,7
carne de frango (kg)	406,0	46	92,0%	8,8261	2,7817	1169,3	2.664,9
peixes e pescados (kg)	236,5	41	82,0%	5,7683	1,8779	681,1	1.799,0
queijo (kg)	81,5	28	56,0%	2,9107	0,6174	234,7	591,5
margarina (kg)	78,5	31	62,0%	2,5323	0,5801	226,1	555,7
leite líquido processado (lt)	77,0	9	18,0%	8,5556	0,6427	221,8	615,7
manteiga (kg)	74,0	31	62,0%	2,3871	0,5030	213,1	481,9

carne de suíno (kg)	42,0	12	24,0%	3,5000	0,2198	121,0	210,5
leite fresco (lt)	41,0	10	20,0%	4,1000	0,2282	118,1	218,6
carne de ovino/caprino (kg)	25,0	7	14,0%	3,5714	0,1858	72,0	178,0
requeijão (kg)	23,0	12	24,0%	1,9167	0,1355	66,2	129,8

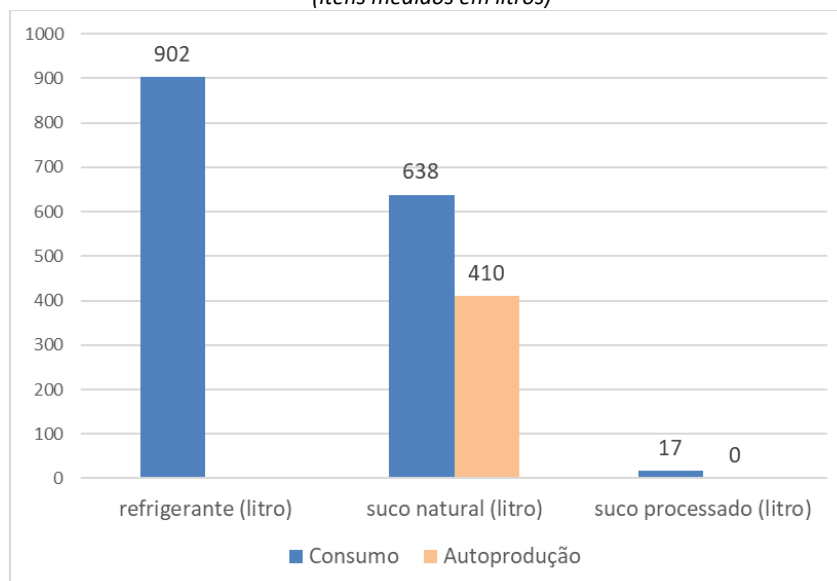
Além dos itens que constam do gráfico, os(as) entrevistados(as) citaram também a carne de caça e algas, com 11 kg mensais consumidos e 10 kg produzidos.

3.1.6 Produtos naturais e/ou industrializados

Por fim, o sexto item de alimentos refere-se aos **produtos naturais e/ou industrializados**. Este grupo, que teve a análise de seus itens divididos em litros, pacotes e quilos, possui também grande demanda, embora pouca produção.

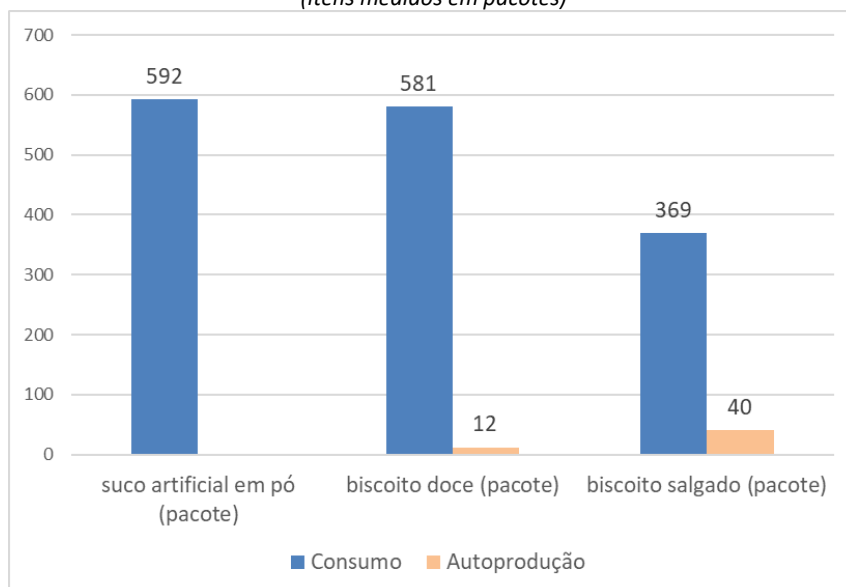
Entre os itens consumidos em litros, o refrigerante foi o item com maior quantidade consumida no mês (902 litros), bem à frente do suco natural, com consumo mensal de 638 litros e produção de 410 litros. Este é um dado bastante relevante pois o preço de um refrigerante no Mapiá é alto, tendo em vista as grandes quantidades de consumo e de produção de frutas, conforme analisado no item 4.x. Há aí um elemento de hábito que promove o consumo de um produto externo, de alto custo, a despeito da potencialidade local.

Gráfico 11 - Quantidades de produtos naturais e/ou industrializados consumidos e autoproduzidos mensalmente (itens medidos em litros)



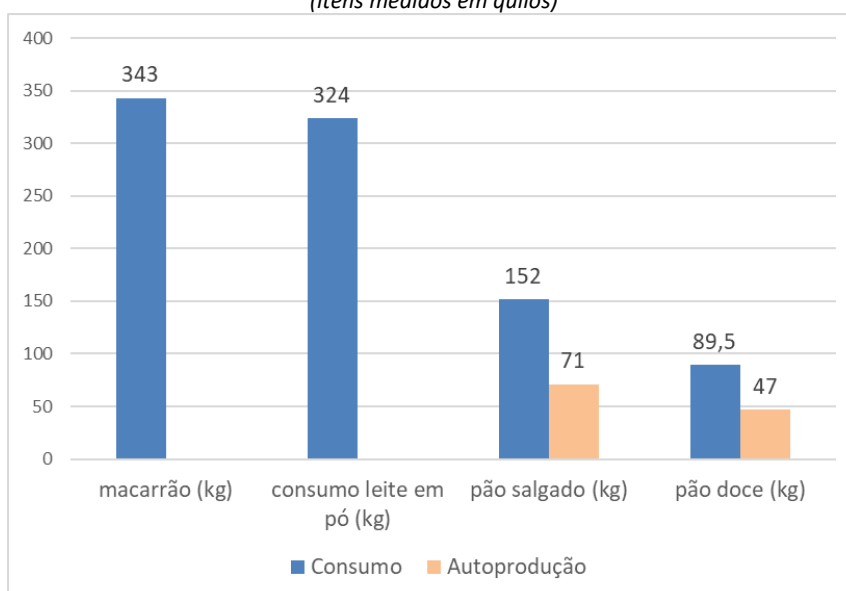
Dos itens avaliados em pacotes, o suco artificial em pó (592 pacotes) e o biscoito doce (581 pacotes) ficaram próximos das 600 unidades/mês. O item de maior produção é o biscoito salgado (40 kg), valor bem abaixo do consumo (369 kg).

Gráfico 11 - Quantidades de produtos naturais e/ou industrializados consumidos e autoproduzidos mensalmente (itens medidos em pacotes)



Por fim, entre os itens avaliados em quilos o macarrão (343 kg) e o leite em pó (324 kg) são os que se destacam. Por outro lado, estes são os itens não produzidos. Os pães doce e salgado, embora com consumo bem abaixo dos dois anteriores, possuem proporção de autoprodução acima de 50% do consumo: o pão salgado tem consumo/mês de 152 kg e produção de 71 kg, enquanto o pão doce tem consumo/mês de 89,5kg e produção de 47 kg.

Gráfico 11 - Quantidades de produtos naturais e/ou industrializados consumidos e autoproduzidos mensalmente (itens medidos em quilos)



Entre todos os grupos de alimentos, este é que o que apresenta a maior quantidade com grandes percentuais de entrada nos domicílios. Dos dez itens pesquisado, oito estão presentes em aproximadamente 80% dos domicílios, ou mais. Esses dados mostram que os hábitos de alimentação na comunidade estão voltados para produtos industrializados, a despeito das dificuldades de acesso a esses produtos.

Corroborando com esta análise a quantidade e variedade de itens citados na categoria “outros”, que vai de carnes e frutas a produtos em pó. São eles: carne, jabá, sardinha e atum; abacaxi e pêssago; doce de leite e goiabada; creme de leite e leite condensado; maionese, tapioca, além de produtos citados pelas marcas: Neston e Nescau. Esses produtos, juntos, são consumidos mensalmente na quantidade de 181 unidades.

Como citado anteriormente, é grande a quantidade consumida de refrigerante: 22,5 litros/mês por domicílio, 6,5 litros/mês por pessoa, com estimativa mínima mensal de aproximadamente 2,6 mil litros para o Mapiá. Outro produto artificial, o suco em pó é também muito consumido, com 15,5 pacotes/mês por residência, com estimativa de 1.7 mil pacotes no mês para a comunidade.

Por outro lado, o suco natural está presente em mais domicílios que o refrigerante (88%, contra 80% do refrigerante), mas seu consumo é 7 litros inferior por residência (14,5 litros) e um litro a menos por pessoa (5,4 litros) em média. Seu potencial de consumo mensal na Vila varia de 1,8 mil litros a 5,1 mil litros.

Os biscoitos são muito mais consumidos que os pães, embora façam parte da dieta de certa pouco mais de 80% das famílias, e também superaram os 1 mil pacotes mensais na menor estimativa.

Tabela 1 – Quantidade consumida de produtos naturais e/ou industrializados, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

PRODUTOS NATURAIS e/ou INDUSTRIALIZADOS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	Média mensal per capita	Total domicílios/mês	Total da população
refrigerante (lt)	902,0	40	80,0%	22,5500	6,5880	2597,8	6.311,3
suco natural (lt)	638,0	44	88,0%	14,5000	5,3822	1837,4	5.156,1
suco artificial em pó (pcte)	592,0	38	76,0%	15,5789	4,0213	1705,0	3.852,4
biscoito doce (pcte)	581,0	42	84,0%	13,8333	4,5889	1673,3	4.396,2
biscoito salgado (pcte)	369,0	44	88,0%	8,3864	2,8132	1062,7	2.695,0
macarrão (kg)	343,0	48	96,0%	7,1458	2,3953	987,8	2.294,7
consumo leite em pó (kg)	324,0	43	86,0%	7,5349	2,1106	933,1	2.022,0
pão salgado (kg)	152,0	42	84,0%	3,6190	1,0961	437,8	1.050,1
pão doce (kg)	89,5	31	62,0%	2,8871	0,7180	257,8	687,8

suco processado (lt)	17,0	4	8,0%	4,2500	0,1280	49,0	122,6
----------------------	------	---	------	--------	--------	------	-------

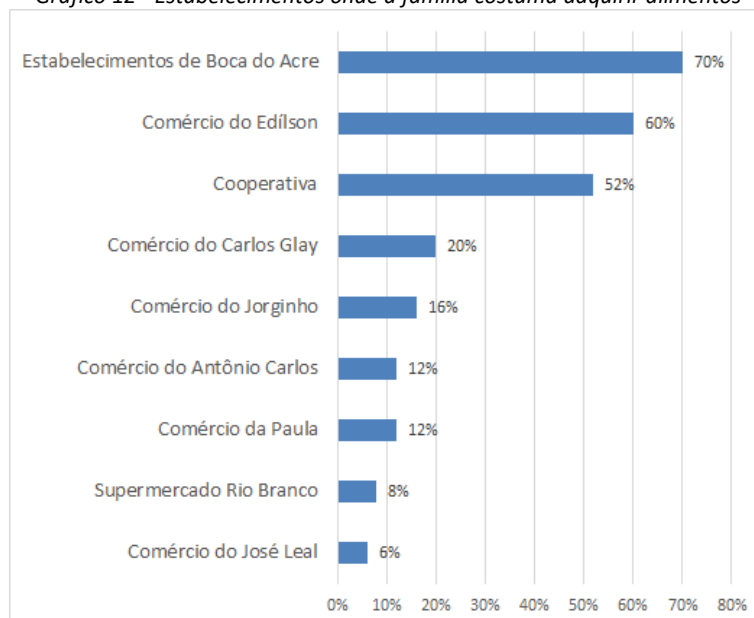
Após a sequência de questões sobre o consumo e autoprodução de vários grupos de alimentos, os(as) entrevistados(as) responderam espontaneamente em quais estabelecimentos comerciais compram os produtos. As respostas foram agrupadas, corrigindo diferenças na escrita, chegando ao resultado apresentado no gráfico abaixo, que foi elaborado em forma de ranking. Assim, temos o percentual de entrevistados (dentre os 50) que citaram cada um dos estabelecimentos. Por ser uma resposta de múltipla escolha, a soma dos percentuais supera os 100% , pois cada respondente poderia citar até três estabelecimentos.

Os estabelecimentos de Boca do Acre (citados como “Supermercado Boca do Acre”, “supermercado rua” e “Mercantil Sâmia”) foram lembrados por 70% dos entrevistados.

Outros comércios, definidos possivelmente pelos nomes de seus proprietários, também tiveram muitas citações. Entre esses, o comércio do Edilson, localizado no Mapiá, foi citado por 60% das pessoas entrevistadas.

A cooperativa, estabelecimento da igreja que abastece algumas famílias com doações e vende outros produtos, com preços mais barato, também teve muitas citações, superando os 50%.

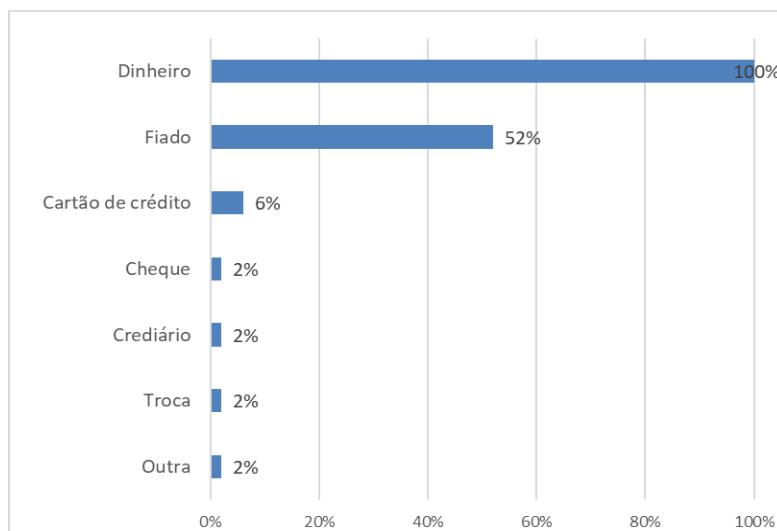
Gráfico 12 - Estabelecimentos onde a família costuma adquirir alimentos



Para a compra dos itens de alimentação, todos(a)s entrevistados(a)s utilizam dinheiro, e mais da metade deixam para pagamento posterior (fiado). Esta última forma, aliás, é um dos motivos pelos quais o Comércio do Edilson, citado por 60% dos(as) entrevistados(as), é reconhecido, além da variedade de produtos.

Outras formas de pagamento ainda são pouco utilizadas, como cartões, cheques ou crediário.

Gráfico 13 - Formas de pagamento para compra de alimentos



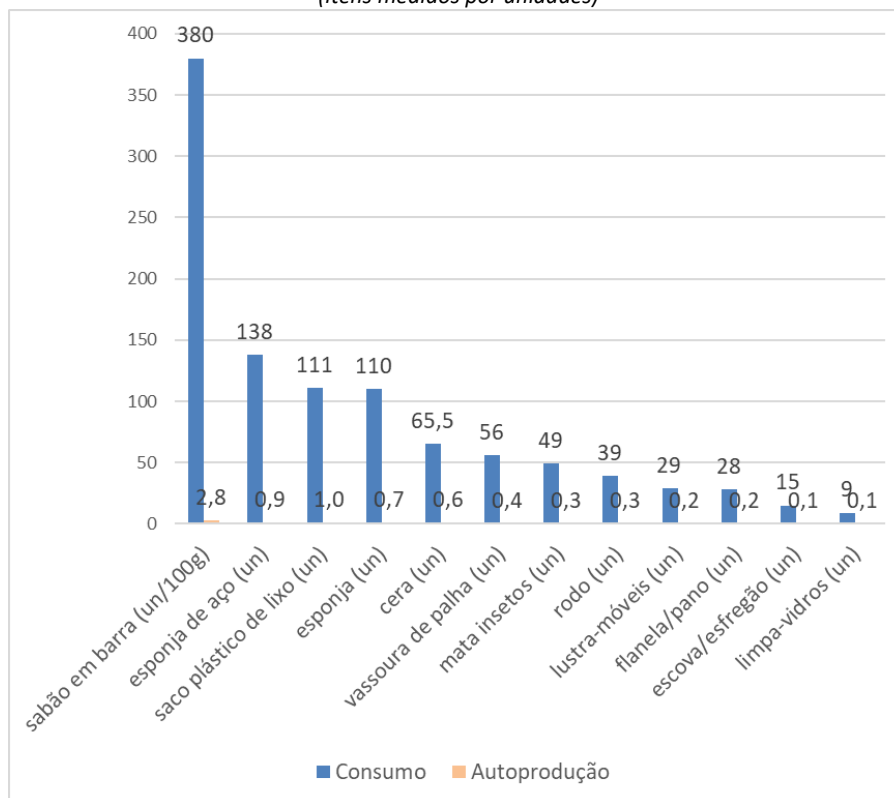
3.1.7 Materiais e/ou produtos de limpeza, beleza e higiene pessoal

Da mesma forma que os itens de alimentação, também foi perguntado aos(as) entrevistados(as) quais as quantidades consumidas, e eventualmente produzidas, pelas famílias, durante 1 (um) mês, de vários **materiais e/ou produtos de limpeza, beleza e higiene pessoal**. Praticamente não há autoprodução de nenhum dos itens dos dois grupos de produtos.

Iniciando pelos **materiais e/ou produtos de limpeza**, a análise está dividida em dois grupos: um dos itens avaliados em unidades, e outro com itens avaliados por litros. Além desses, um item ficou fora dos gráficos por ser o único avaliado em quilos: o sabão em pó, que superou os 200 kg de consumo no período pesquisado.

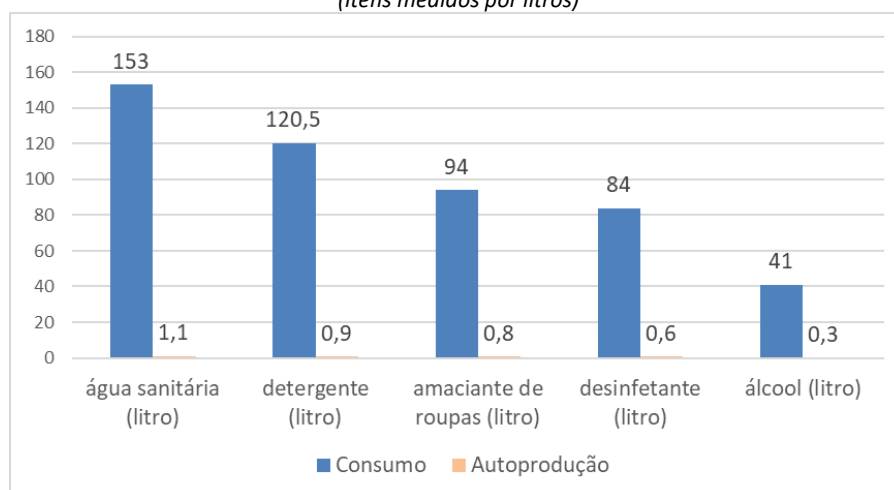
Entre os produtos adquiridos por unidades, observamos que o sabão em barra é disparado o item mais consumido, com 380 unidades de 100g por mês para o total dos domicílios pesquisados. Esponjas de aço (138 unidades), saco plástico de lixo (111 unidades) e esponja (110 unidades) foram os outros itens que somaram mais de 100 unidades cada. Ainda assim, trata-se de quantitativos modestos, já que se trata do consumo de 50 domicílios e são produto de uso diário.

Gráfico 14 - Materiais e/ou produtos de limpeza consumidos mensalmente (itens medidos por unidades)



Dos itens consumidos por litros, a água sanitária (153 litros) e o detergente (120,5 litros) são os mais utilizados.

Gráfico 14 - Materiais e/ou produtos de limpeza consumidos mensalmente (itens medidos por litros)



Complementando a análise, a tabela abaixo traz as médias por domicílios. Excepcionalmente para este caso não foi calculada média por pessoa, já que se trata de produtos consumidos por domicílio.

Verifica-se que apesar das quantidades semelhantes, apenas o sabão em barra (94%), o sabão em pó (90%) e água sanitária (90%) são utilizados em quase todos os domicílios.

Destaca-se na análise quatro itens, nem tanto pela quantidade do consumo, mas por serem produtos que podem ser produzidos ou substituídos por outro: sabão em barra, que certamente é o principal produto desse grupo, com média mensal de 8 unidades de 100g por domicílio e potencial de 1 mil para o Mapiá; detergente, utilizado em 72% dos domicílios, com 3,3 litros/ mês consumidos por domicílios e aproximadamente 400 litros/mês para a comunidade; e a vassoura de palha, presente em 60% dos domicílios, com média mensal de 2 unidades por mês e 187 unidades estimadas para o Mapiá. São produtos para os quais podem ser pensadas alternativas de substituição.

Um outro ponto importante refere-se aos sacos de lixo. Como será apresentado mais adiante, a forma predominante do descarte de lixo é a queima. Não por acaso, os sacos de lixo são consumidos por apenas 26% dos domicílios. Embora a coleta seletiva não tenha sido um item citado como uma necessidade pelos entrevistados, um olhar mais atento a essa questão pode indicar outras formas de descarte, incluindo estratégias de diminuição de resíduos domiciliares, reutilização e reciclagem, dado o alto consumo de produtos industrializados, provavelmente embalados em plásticos e metais.

Tabela 1 – Quantidade consumida de materiais e/ou produtos de limpeza, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

MATERIAIS e/ou PRODUTOS DE LIMPEZA	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo			Potencial de consumo. Total domicílios/mês
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média mensal por domicílio	
sabão em barra (un/100g)	380,0	47	94,0%	8,0851	1094,4
sabão em pó (kg)	202,5	45	90,0%	4,5000	583,2
água sanitária (lt)	153,0	45	90,0%	3,4000	440,6
esponja de aço (un)	138,0	33	66,0%	4,1818	397,4
detergente (lt)	120,5	36	72,0%	3,3472	347,0
saco plástico/saco de lixo (un)	111,0	13	26,0%	8,5385	319,7
esponja (un)	110,0	33	66,0%	3,3333	316,8
amaciante de roupas (lt)	94,0	39	78,0%	2,4103	270,7
desinfetante (lt)	84,0	35	70,0%	2,4000	241,9
cera (un)	65,5	32	64,0%	2,0469	188,6
vassoura de palha (un)	56,0	30	60,0%	1,8667	161,3
mata insetos (un)	49,0	25	50,0%	1,9600	141,1
álcool (lt)	41,0	24	48,0%	1,7083	118,1
rodo (un)	39,0	34	68,0%	1,1471	112,3
lustra-móveis (un)	29,0	16	32,0%	1,8125	83,5
flanela/pano (lt)	28,0	12	24,0%	2,3333	80,6
escova/esfregão (lt)	15,0	13	26,0%	1,1538	43,2

limpa-vidros (un)	9,0	8	16,0%	1,1250	25,9
-------------------	-----	---	-------	--------	------

Os produtos de **beleza e/ou higiene pessoal** foram quase todos avaliados em unidades. Entre esses, destacam-se o papel higiênico (510 unidades/mês), a fralda descartável infantil (422 unidades/mês) e o sabonete em barra (282 unidades/mês).

Com relação às fraldas descartáveis, considerando que há 6 crianças com menos de 3 anos nos domicílios pesquisados, a quantidade total é pequena, correspondendo a média de 2,3 fraldas por dia, por criança, apesar do dado absoluto os destacar entre os itens pesquisados.

Escova e pasta para higiene bucal superaram as 100 unidades mês, o que demonstra ser um número razoável para a quantidade de pessoas total dos domicílios (155).

O gráfico seguinte mostra os quantitativos para absorventes (pacotes com 8 unidades), com consumo de 96 pacotes por mês, e lenços umedecidos, com consumo de apenas 22 pacotes por mês.

Por serem itens sem a avaliação de autoprodução, não foi elaborada tabela com o detalhamento das médias de consumo/mês por domicílio e pessoas.

Gráfico 15 - Produtos de beleza e/ou higiene pessoal consumidos mensalmente
(itens medidos por unidades)

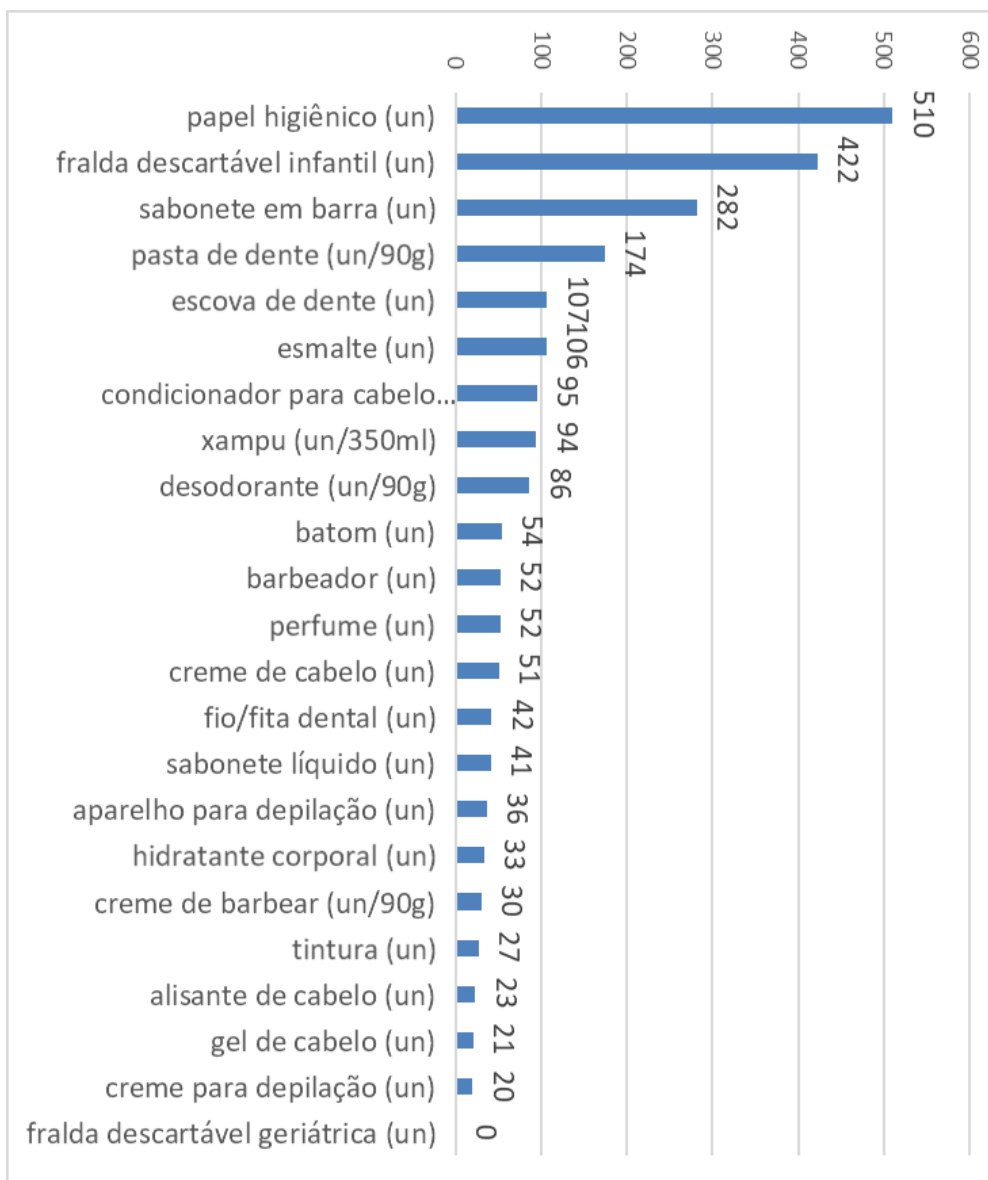
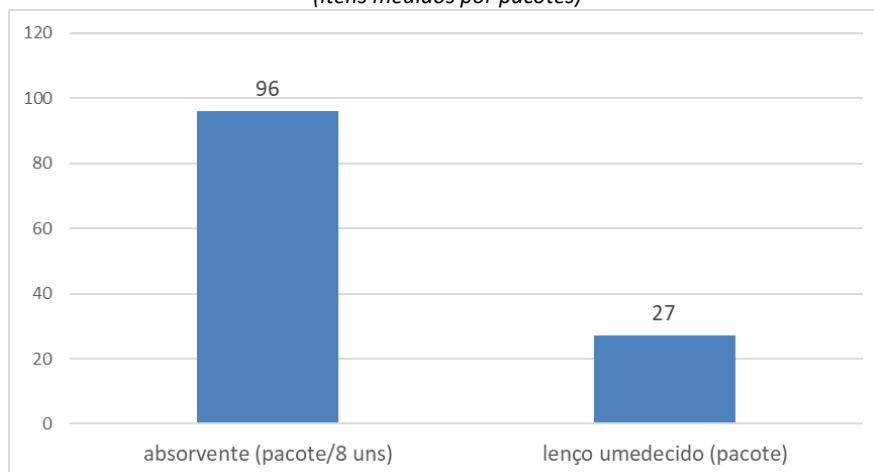


Gráfico 15 - Produtos de beleza e/ou higiene pessoal consumidos mensalmente (itens medidos por pacotes)



Da mesma forma que a compra dos alimentos, também para os materiais e/ou produtos de limpeza os(a)s entrevistados(a)s recorrem aos mesmos estabelecimentos e em proporções semelhantes. Superam 50% de citações pelos entrevistados: estabelecimentos de Boca do Acre (68%), Comércio do Edílson (56%) e a cooperativa (52%).

Também neste caso, o dinheiro e o fiado são as formas predominantes de acertar as contas: 98% e 50%, respectivamente.

Gráfico 16 - Estabelecimentos onde a família costuma adquirir materiais e/ou produtos de limpeza, beleza e higiene pessoal

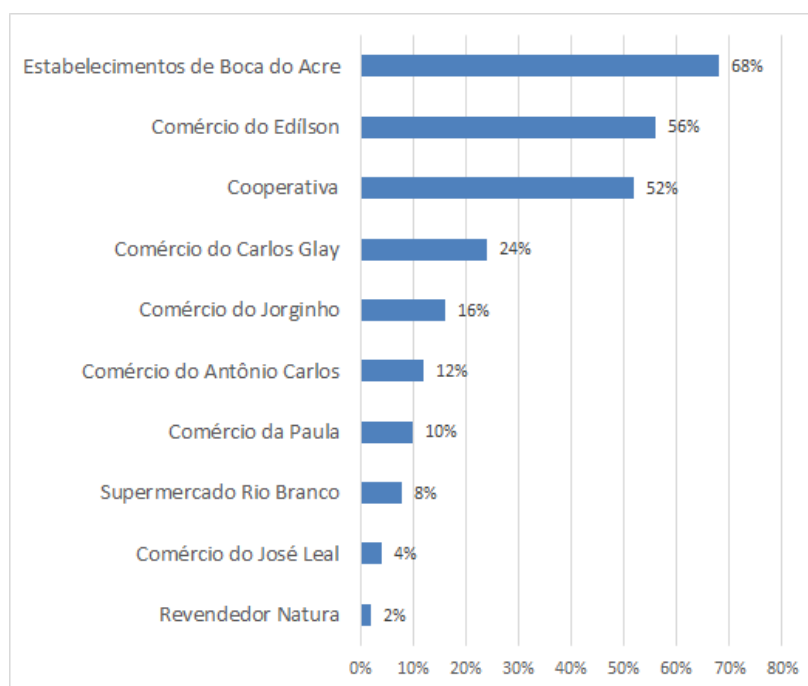
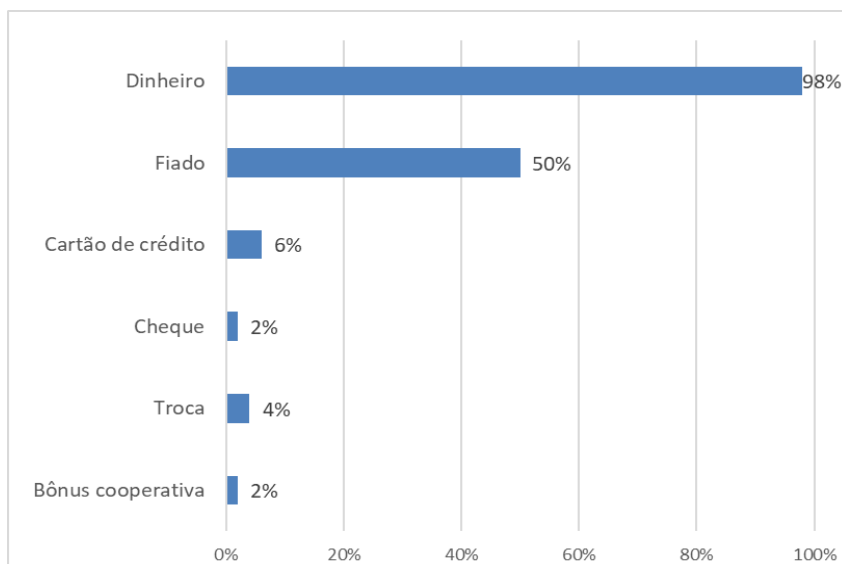


Gráfico 17 - Formas de pagamento na compra dos materiais e/ou produtos de limpeza, beleza e higiene pessoal



3.1.8 Artigos de vestuário

Fechando o levantamento de itens de consumo, foi perguntado aos(a)s entrevistados(a)s o consumo anual de **artigos de vestuário** realizado pelas suas famílias. Ou seja, quantas peças de roupas e calçados são compradas no período 1 (um) ano.

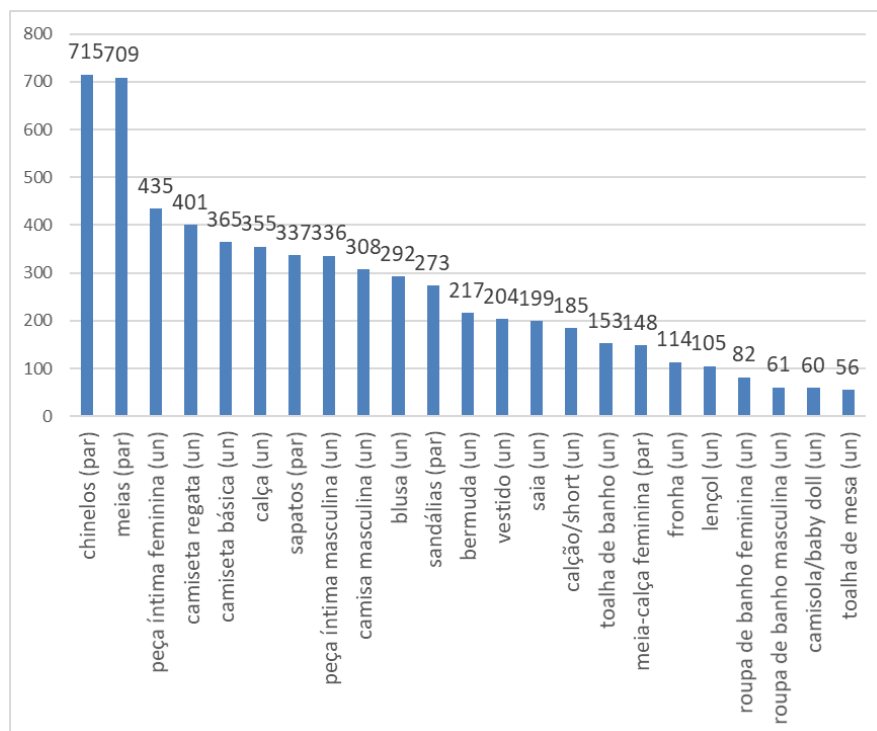
Embora os números absolutos sejam grandes, afinal estamos falando 155 pessoas, a média individual aparenta ser relativamente baixa.

Chinelos e meias são os principais itens consumidos, com 715 e 709 pares anuais no total, respectivamente. As peças íntimas femininas aparecem em terceiro lugar, com consumo anual total de 435 unidades. Camisetas (regata e básica) superam as 350 unidades anuais, cada uma, seguido de calças, com 337 unidades, e sapatos, com 337 pares/ano.

Como observado no início do relatório, os entrevistados identificam que comércio de artigos de vestuário é insuficiente no Mapiá. Para todas os principais itens citados neste grupo, também foram citadas lojas entre as necessidades (loja de roupas, de calçados e de lingerie), bem como estabelecimentos para ajustes (sapateiro) ou fabricação sob medida (loja de costura).

Embora não seja um foco do projeto, as habilidades com para fabricação ou tratamento de artigos do vestuário são sempre procuradas.

Gráfico 18 - Artigos de vestuário consumidos anualmente



Apenas como informação adicional, a tabela abaixo traz os quantitativos das médias de consumo de cada item, por domicílio e por pessoa, bem como as estimativas de potencial de consumo anuais.

Tabela 1 – Quantidade consumida de roupas e calçados, número e percentual de domicílios que consomem cada um dos itens, média mensal de consumo por domicílio e por pessoa, e estimativa de consumo mensal para o setor censitário.

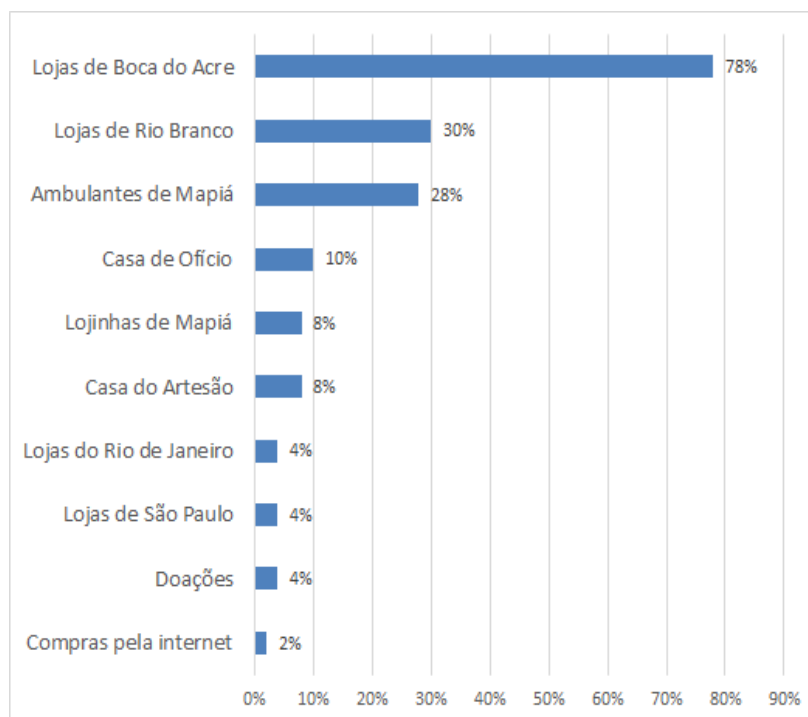
ROUPAS e CALÇADOS	Qtde. total consumida	Dados da amostra: consumo				Potencial de consumo	
		Qtde Domicílios	% Domicílios	Média anual por domicílio	Média anual per capita	Total domicílios/ano	Total da população
chinelos (par)	715,0	46	92,0%	15,5435	5,0637	2059,2	4.851,1
meias (par)	709,0	46	92,0%	15,4130	5,6232	2041,9	5.387,0
peça íntima feminina (un)	435,0	40	80,0%	10,8750	3,1854	1252,8	3.051,6
camiseta regata (un)	401,0	44	88,0%	9,1136	2,6270	1154,9	2.516,7
camiseta básica (un)	365,0	43	86,0%	8,4884	2,8422	1051,2	2.722,9
calça (un)	355,0	45	90,0%	7,8889	2,9549	1022,4	2.830,8
sapatos (par)	337,0	46	92,0%	7,3261	2,3225	970,6	2.225,0
peça íntima masculina (un)	336,0	37	74,0%	9,0811	2,4253	967,7	2.323,5
camisa masculina (un)	308,0	41	82,0%	7,5122	2,2645	887,0	2.169,4
blusa (un)	292,0	38	76,0%	7,6842	1,8772	841,0	1.798,4
sandálias (par)	273,0	41	82,0%	6,6585	1,9877	786,2	1.904,2
bermuda (un)	217,0	37	74,0%	5,8649	1,5416	625,0	1.476,8

vestido (un)	204,0	37	74,0%	5,5135	1,3619	587,5	1.304,7
saia (un)	199,0	37	74,0%	5,3784	1,4717	573,1	1.409,8
calção/short (un)	185,0	34	68,0%	5,4412	1,2834	532,8	1.229,5
toalha de banho (un)	153,0	42	84,0%	3,6429	1,0094	440,6	967,0
meia-calça feminina (par)	148,0	23	46,0%	6,4348	0,7742	426,2	741,6
fronha (un)	114,0	36	72,0%	3,1667	0,8338	328,3	798,7
lençol (un)	105,0	37	74,0%	2,8378	0,7846	302,4	751,6
roupa de banho feminina (un)	82,0	17	34,0%	4,8235	0,4260	236,2	408,1
roupa de banho masculina (un)	61,0	17	34,0%	3,5882	0,3294	175,7	315,5
camisola/baby doll (un)	60,0	24	48,0%	2,5000	0,3512	172,8	336,5
toalha de mesa (un)	56,0	23	46,0%	2,4348	0,3736	161,3	357,9

Diferente dos alimentos e produtos de limpeza, beleza e higiene, as compras de vestuário são realizadas em outros estabelecimentos, mas também na maioria dos casos fora da comunidade. As lojas de Boca do Acre são o local de aquisição para 78% das famílias.

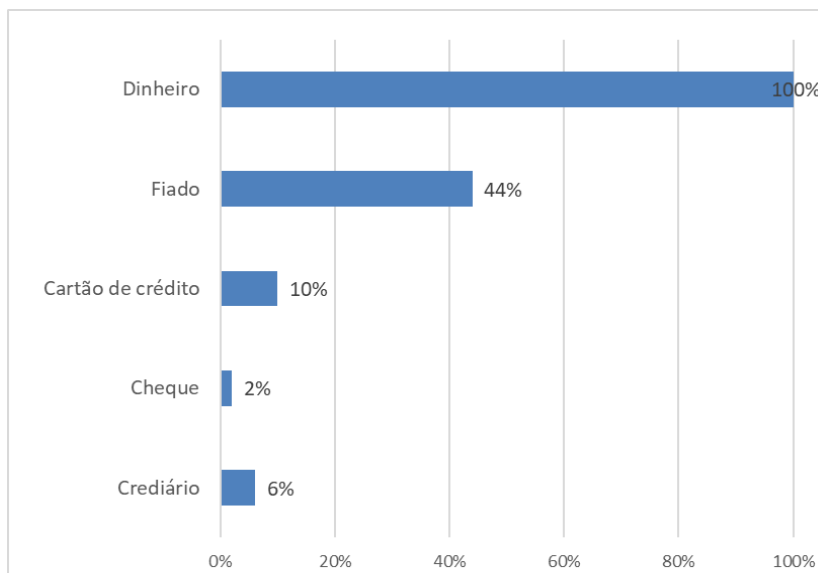
Neste caso, no entanto, ganham destaque os vendedores ambulantes do Mapiá (28%) e as lojas do Mapiá (20%), com percentuais significativos, embora ainda bem abaixo da concorrência externa.

Gráfico 19 - Estabelecimentos onde a família costuma adquirir produtos de vestuário



Assim como nos demais itens, a forma de pagamento mais utilizada para compra das peças de roupas e calçados é o dinheiro (100%), com grande quantidade de compras para pagamento posterior (fiado), com 44%. Para estes itens o cartão de crédito e crediário são pouco utilizados.

Gráfico 20 - Formas de pagamento na compra de artigos de vestuário



3.1.9 Despesas dos domicílios

Em relação às despesas de sua família, foi perguntado qual o gasto mensal com o consumo de vários itens.



Os dados aqui expostos são de fundamental importância para a aferição de um problema diagnosticado no planejamento do programa AmaGaia.

Em primeiro lugar, saber o tamanho do furo no balde. Isto é, para além do potencial de consumo, quanto dos rendimentos das famílias permanecem no Mapiá, sustentando empreendimentos, gerando renda e empregos, e quanto vai para outras regiões?

Por outro lado, o cruzamento de informações traz informações sobre a quantidade de recursos que as famílias têm disponível para cada um dos itens pesquisados anteriormente, complementando assim a análise anterior e servindo de subsídio para pensar em novos negócios.

Com esse objetivo, relacionamos nas tabelas abaixo os valores gastos por mês por domicílio e por predominância na localidade onde são realizadas as compras, estimando o consumo mensal e anual por domicílio e por pessoa. A intenção é dar pistas sobre o potencial de consumo das famílias e quanto dinheiro há disponível na comunidade para compras em cada grupo de itens.

PONTO DE ATENÇÃO:

A pesquisa foi aplicada em diferentes meses, e sabe-se que o comportamento do consumidor sofre variações a depender da época do ano. Como foram aplicados questionários de setembro a dezembro de 2018 e de abril a junho de 2019, supõe-se que a pesquisa não registra um fiel padrão de consumo. Por este motivo estamos tratando os dados como um exercício. Eventualmente, uma pesquisa junto ao comércio pode trazer elementos complementares a essas informações.

Com calçados e vestuários, as famílias gastaram aproximadamente R\$ 5,5 mil, representando uma média de apenas R\$ 161 por domicílio. Importante observar que apenas 16% desse montante foi gasto totalmente ou em maior parte na localidade.

Outros dois pontos a serem observados nesta e nas próximas tabelas é que famílias maiores optam por comprar fora da localidade, e embora as médias por domicílio sejam maiores para as compras fora da localidade, as médias por pessoa são menores.

Tabela 9 – Gasto total mensal com produtos de vestuário e calçado, com projeção para o ano e médias por domicílio e por pessoa

Local da compra	Qtde. de Domicílios	Qtde. de Pessoas	Valores/mês (R\$)			Estimativa Valores/ano (R\$)		
			Total	Média por domicílio	Média por pessoa	Total	Média por domicílio	Média por pessoa
Exclusivamente no Mapiá	1	1	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Maior parte no Mapiá	7	13	800,00	114,29	61,54	9.600,00	1.371,43	738,46
Maior parte em Boca do Acre	21	82	3.780,00	180,00	46,10	45.360,00	2.160,00	553,17
Exclusivamente em Boca do Acre	5	17	800,00	160,00	47,06	9.600,00	1.920,00	564,71
Exclusivamente em local mais distante que Boca do Acre	0	0	-	-	-	-	-	-
Totais	34	113	5.480,00	161,18	48,50	65.760,00	1.934,12	581,95

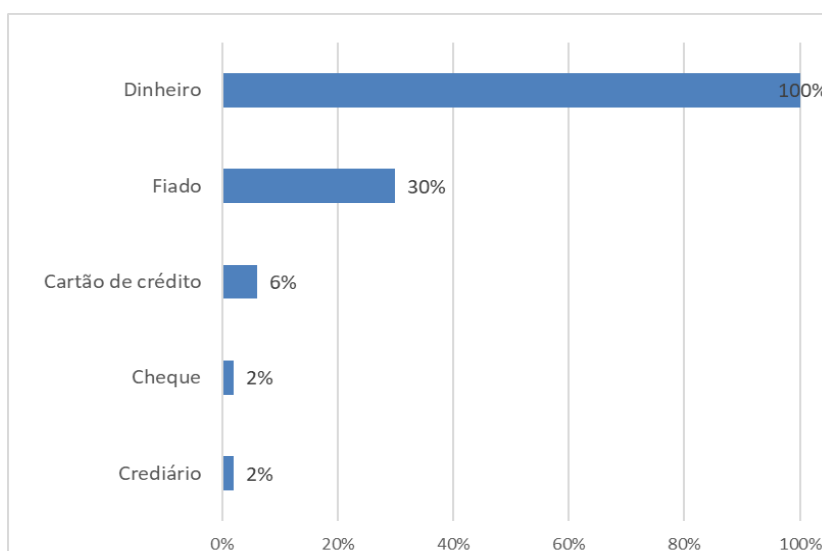
Para outras despesas, sobretudo com serviços, o gasto total chega a quase R\$ 21 mil, mas ainda assim só 17% é gasto totalmente ou na maior parte na localidade: R\$ 3.655,00. A estimativa para esses serviços e produtos, no ano, chega a R\$ 250 mil e quase R\$ 1,9 mil por pessoa.

Tabela 10 – Gasto total, mensal, com outras despesas (energia, água, gás, internet, lazer, beleza, educação, transporte e medicamento), com projeção para o ano e médias por domicílio e por pessoa.

Local da compra	Qtde. de Domicílios	Qtde. de Pessoas	Valores/mês (R\$)			Estimativa Valores/ano (R\$)		
			Total	Média por domicílio	Média por pessoa	Total	Média por domicílio	Média por pessoa
Exclusivamente no Mapiá	3	3	300,00	100,00	100,00	3.600,00	1.200,00	1.200,00
Maior parte no Mapiá	10	18	3.355,00	335,50	186,39	40.260,00	4.026,00	2.236,67
Maior parte em Boca do Acre	28	100	14.320,00	511,43	143,20	171.840,00	6.137,14	1.718,40
Exclusivamente em Boca do Acre	5	17	1.865,00	373,00	109,71	22.380,00	4.476,00	1.316,47
Exclusivamente em local mais distante que Boca do Acre	1	2	1.000,00	1.000,00	500,00	12.000,00	12.000,00	6.000,00
Totais	47	132	20.840,00	443,40	157,88	250.080,00	5.320,85	1.894,55

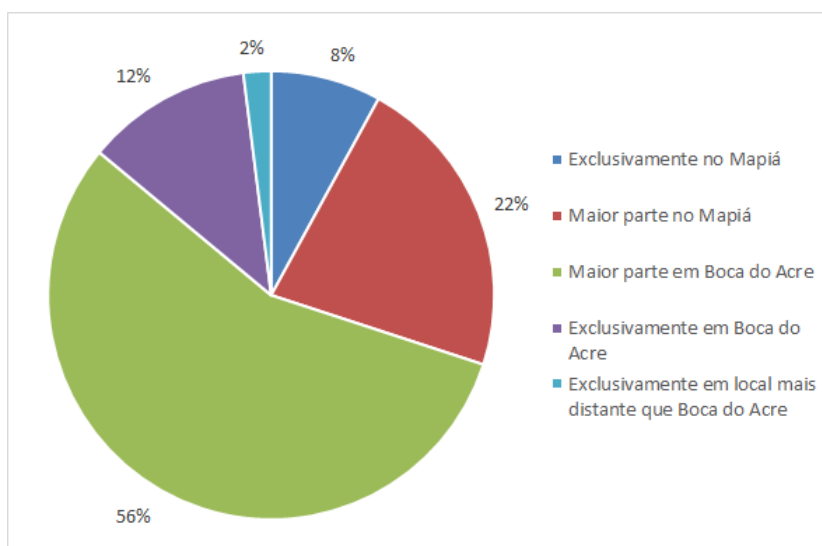
Também para a aquisição desses serviços, as formas de pagamento seguem o que se observou para os demais itens apresentados anteriormente. Dinheiro é a forma de pagamento utilizada por todas as famílias, e aqui se registra o menor percentual para o fiado, embora ainda em percentual significativo: 30%. Provavelmente este resultado deve-se a característica das atividades, que requer o pagamento mensal, em boleto, ou antecipado.

Gráfico 21 - formas de pagamento dos serviços mensais



Como já citado na observação do direcionamento dos gastos e dos estabelecimentos, a maioria das famílias pesquisadas costuma fazer suas compras fora da Vila Céu do Mapiá, dirigindo-se predominantemente até Boca do Acre: são 70% das famílias que têm essa preferência, das quais 14% compram exclusivamente fora.

Gráfico 22 - Predominância de local para realização de compras em geral



O principal motivo para as famílias pesquisadas saírem da Vila Céu do Mapiá para fazerem a maior parte ou a totalidade de suas compras é o preço. Como se observou nas duas tabelas acima, a compra fora da localidade gera economia quando avaliado os valores por pessoa.

Essa informação é muito importante porque para efetuar as compras fora do Mapiá, as famílias têm um considerável custo com transporte, mas ainda assim declararam que o preço é menor fora da comunidade.

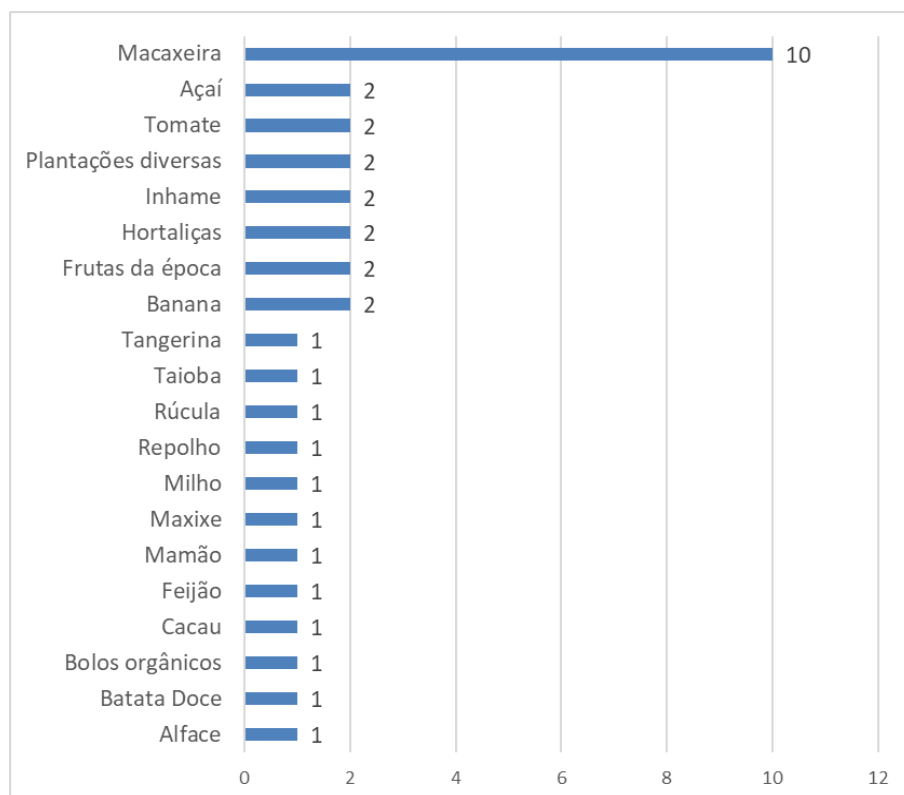
Tabela 1 - Principais motivos pelos quais as famílias fazem a maior parte das compras fora do Mapiá

Motivos	
1º motivo	Preço mais elevado
2º motivo	Opções de pagamento restritas
3º motivo	Pouca disponibilidade dos produtos que necessito
4º motivo	Baixa variedade de produtos
5º motivo	Qualidade inferior dos produtos
6º motivo	Outro motivo

Do total de 50 domicílios pesquisados, em 23 os entrevistados(as) declararam exercer atividade produtiva. No entanto, apenas 15 informaram quais eram os itens produzidos. Devido ao baixo número de respondentes, o gráfico abaixo foi elaborado com o número absoluto de domicílios

por item. Foram citados 20 itens, sendo apenas um já transformado, o bolo orgânico. Todos os demais itens são cultivados, dentre os quais a macaxeira se destaca, sendo produzida em 10 domicílios. Todos os demais itens são produzidos por um ou duas famílias.

Gráfico 24 - Atividades produtivas por família



4.1 MÓDULO II – ALIMENTAÇÃO E MORADIA

Neste bloco as questões tiveram como objetivo levantar as características das moradias das famílias pesquisadas, bem como as formas de acesso a serviços de saneamento e energia e a aquisição de diversos aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos.

A primeira questão deste bloco levantou o gasto mensal familiar com alimentação. Assim como para os itens de vestuário e calçado e outras despesas, apresentados anteriormente, também foi elaborada uma tabela com os valores declarados, a partir dos quais se buscou verificar as médias para domicílios e pessoas, bem como uma estimativa anual.

Como se vê na tabela a seguir, o gasto com alimentação supera os R\$ 38 mil mensais, maior que todos os anteriormente levantados. O gasto com a alimentação é também o que, proporcionalmente, mais deixa recursos no Mapiá, embora também em quantidade muito baixa (21,3%).

Tabela 11 - Gasto total mensal com alimentação, com projeção para o ano e médias por domicílio e por pessoa

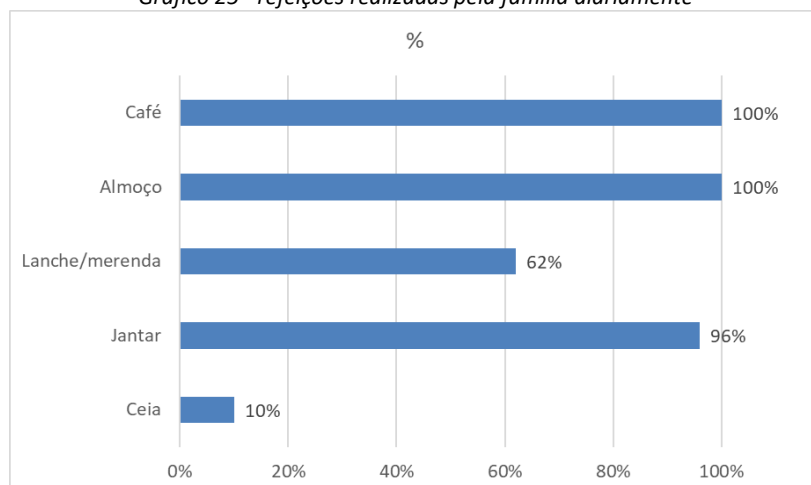
Local da compra	Qtde. de Domicílios	Qtde. de Pessoas	Valores/mês			Estimativa Valores/ano		
			Total	Média por domicílio	Média por pessoa	Total	Média por domicílio	Média por pessoa
Exclusivamente no Mapiá	3	3	1.250,00	416,67	416,67	15.000,00	5.000,00	5.000,00
Maior parte no Mapiá	10	21	6.880,00	688,00	327,62	82.560,00	8.256,00	3.931,43
Maior parte em Boca do Acre	24	90	24.110,00	1.004,58	267,89	289.320,00	12.055,00	3.214,67
Exclusivamente em Boca do Acre	4	16	4.900,00	1.225,00	306,25	58.800,00	14.700,00	3.675,00
Exclusivamente em local mais distante que Boca do Acre	1	2	1.000,00	1.000,00	500,00	12.000,00	12.000,00	6.000,00
Totais	42	132	38.140,00	908,10	288,94	457.680,00	10.897,14	3.467,27

Com todas as ressalvas colocadas anteriormente para a análise dessas informações, temos ao menos uma ideia do quanto estaria disponível. É importante lembrar que além do preço dos produtos – que os entrevistados alegam serem mais caros na localidade – há também um custo extra do transporte para se adquirir os produtos em outra localidade, conforme foi observado quando da análise dos motivos que fazem as famílias saírem do Mapiá para fazer suas compras.

Esse contexto parece demonstrar o estado ainda pouco desenvolvido do comércio local em variedade de produtos, qualidade e preços. Algo que precisará ser trabalhado de maneira estratégica para que o quadro seja revertido e para que a localidade possa ficar com a maior parte dos recursos.

Os gastos com alimentação cobrem as três principais refeições realizadas diariamente por todas as famílias (100%), conforme gráfico: café, almoço e jantar. Também merece destaque que 62% dos entrevistados declararam que o lanche/merenda é consumido diariamente no domicílio.

Gráfico 25 - refeições realizadas pela família diariamente



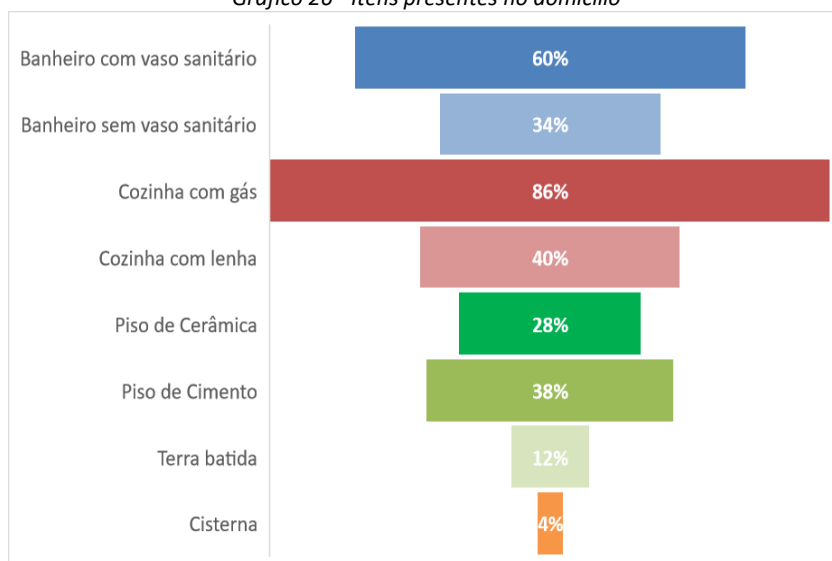
Todos(a)s entrevistados(a)s declararam que nos últimos 12 (doze) meses, não aconteceu de faltar comida na sua casa.

Passamos a seguir para as características da moradia.

As residências possuem em média 4,3 cômodos. Embora haja diferenças entre as construções, as características mais comuns (maiores percentuais) indicam para uma residência com banheiro equipado por vaso sanitário (60%), cozinha com gás (86%) e piso de cimento (38%).

Especificamente no caso da cozinha, no qual os percentuais ultrapassam os 100%, observa-se que há mais de um tipo de modo para cozinhar alimentos: o gás e a lenha.

Gráfico 26 - Itens presentes no domicílio



Os poços (52%) funcionam como principais fontes de água, mas é muito comum também a utilização dos igarapés (46%) e cacimbas (30%). Já as fontes de energia predominantes são a solar (54%) e os geradores (48%).

Gráfico 27 - Fontes da água utilizadas no domicílio

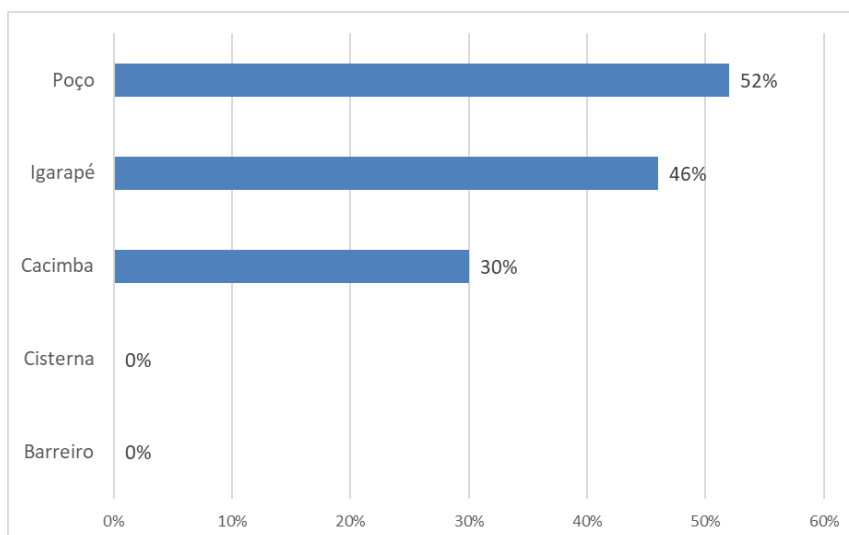
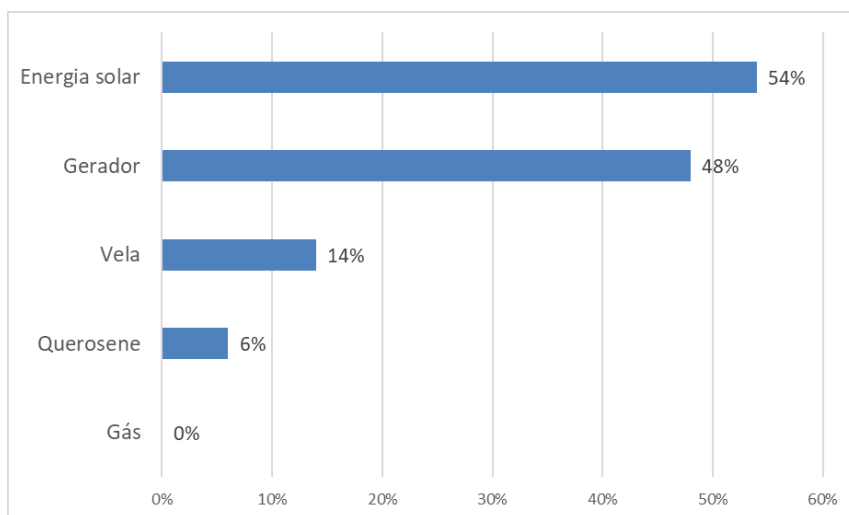


Gráfico 28 - Fontes da energia utilizadas no domicílio



As casas são predominantemente construídas em madeira (68%). Há percentual elevado de residências com teto de alumínio (41%), mas também de telha de madeira, popularmente conhecida como cavaco (23%).

Gráfico 29 - Material predominante na construção do domicílio

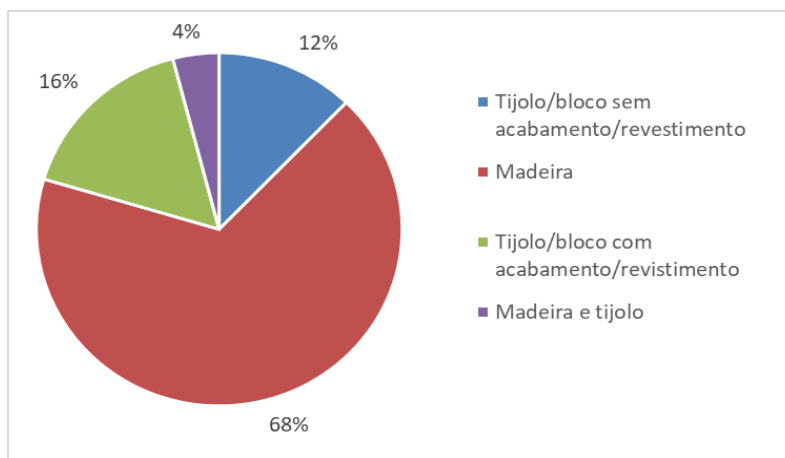
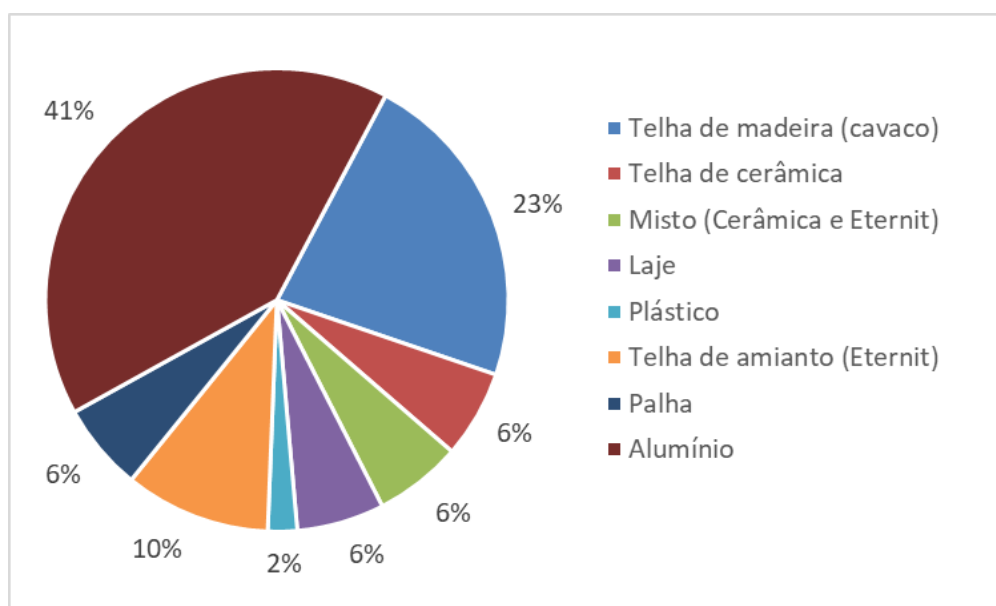
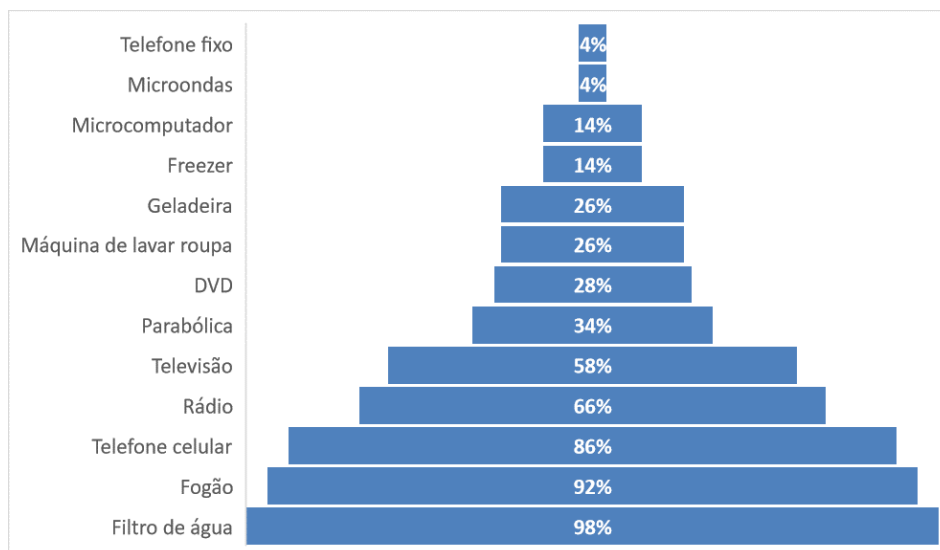


Gráfico 30 - Material predominante na construção do teto do domicílio



Filtro de água (98%), fogão (92%) e celular (86%) são os itens mais comuns nos domicílios. A maioria também possui rádio e televisão, mas apenas 26% possuem geladeira, o que certamente é um aspecto que impacta nos hábitos de consumo das famílias quanto a capacidade de armazenagem de alimentos.

Gráfico 31 - Aparelhos domésticos no domicílio



O tipo predominante de escoamento do banheiro ou sanitário dos domicílios pesquisados é a fossa negra (59%), mas já há fossa séptica em 1/3 dos domicílios. E em praticamente todos os domicílios (96%) o lixo é queimado ou enterrado.

Gráfico 32 -Escoamento do banheiro ou sanitário do domicílio

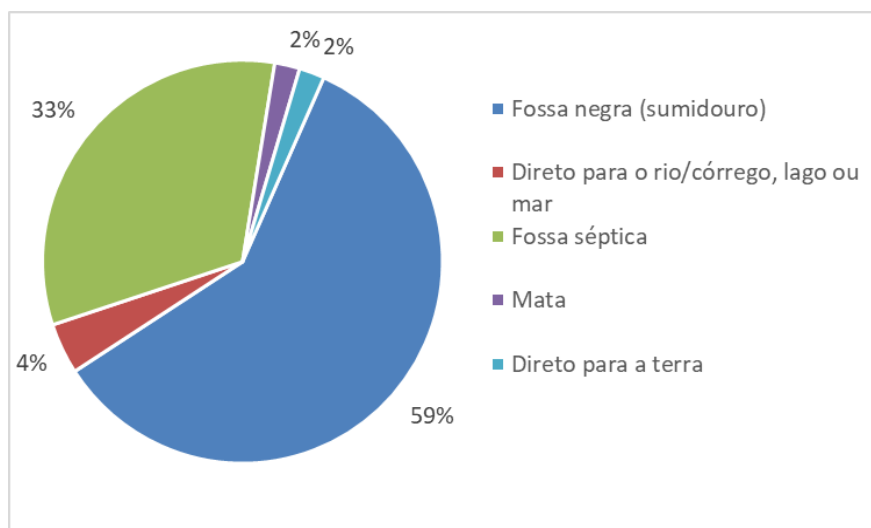
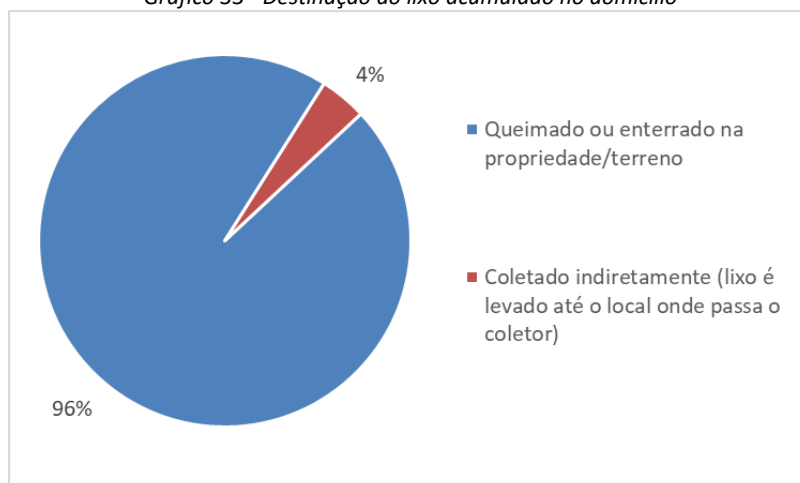


Gráfico 33 - Destinação do lixo acumulado no domicílio

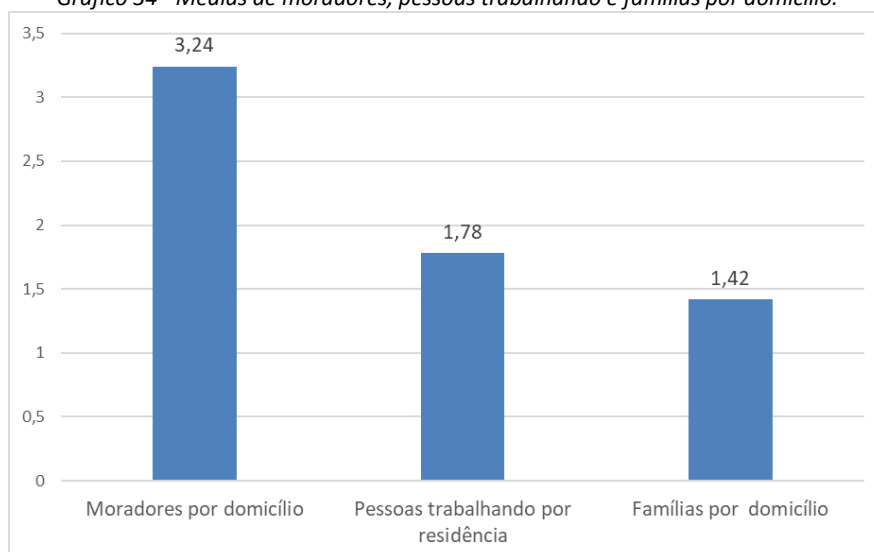


4.2 MÓDULO III – PERFIL DEMOGRÁFICO E SOCIOECONÔMICO

O terceiro e último bloco reúne as questões mais detalhadas sobre a composição familiar, incluindo trabalho, renda, fontes de renda, escolaridade, entre outros.

As 50 famílias pesquisadas são compostas por um total de 155 pessoas. Há uma média de 3,2 moradores por domicílio, dos quais 2, também em média, trabalham. A média de famílias por domicílio é de 1,4. São 14 domicílios com mais de uma família.

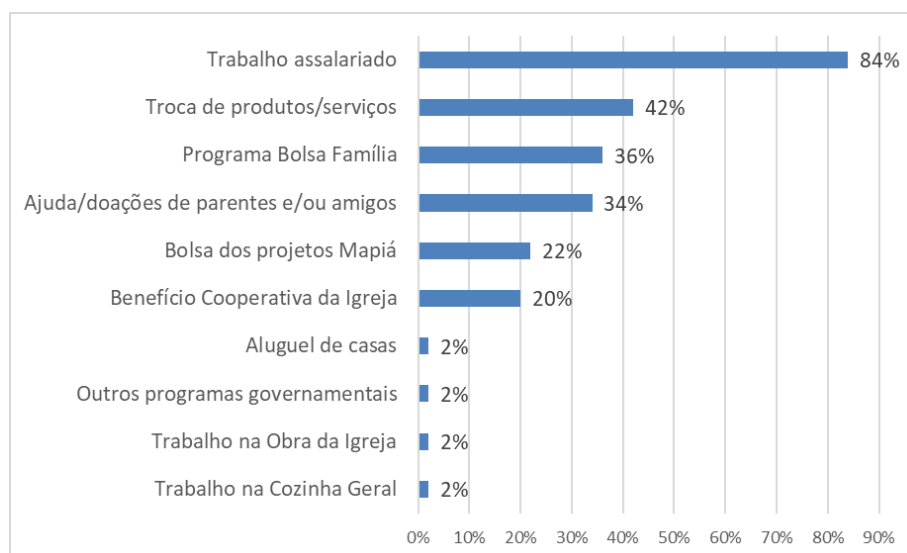
Gráfico 34 - Médias de moradores, pessoas trabalhando e famílias por domicílio.



O trabalho assalariado é a principal fonte de renda para 84% das famílias. Importante destacar que os trabalhos nos negócios fomentados (como a cozinha geral e o manejo madeireiro) também são trabalhos assalariados.

Outras fontes, no entanto, foram citadas: a troca de produtos/serviços tem percentual significativo (42%) indicando um hábito da localidade; 36% com Bolsa-Família e 34% de doações e ajudas de parentes e amigos são também percentuais significativos que compõem a renda dos moradores.

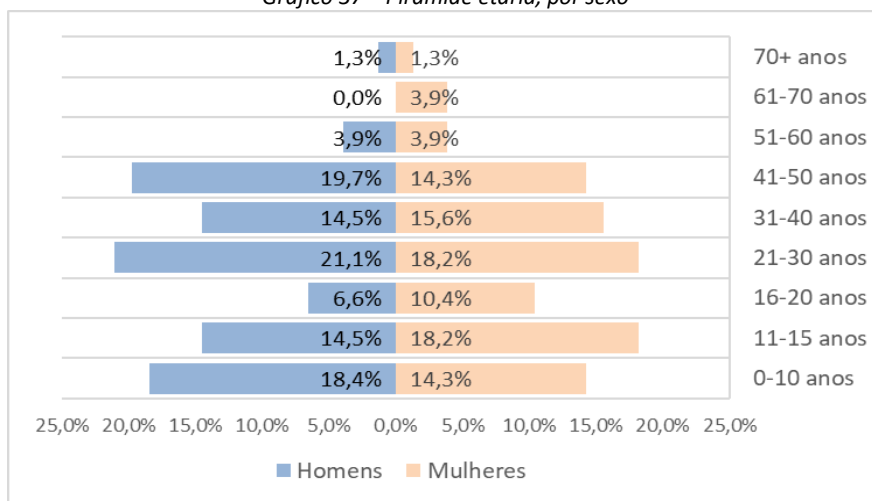
Gráfico 35 - fontes de renda dos membros dos domicílios



Por fim, foi realizado um levantamento do perfil familiar com várias informações sobre cada um dos membros que compõe as famílias, tais como a posição no grupo familiar, sexo, idade, estado civil, escolaridade, a situação ocupacional e no que trabalha, bem como a renda mensal. A seguir, apresentamos os resultados gerais desse perfil.

A média de idade é de 28 anos, sendo 28,2 anos de idade para as mulheres e 26,9 anos para os homens. O gráfico abaixo mostra a divisão por idade e por gênero. Os percentuais mostram os totais para homens e para mulheres separadamente.

Gráfico 37 – Pirâmide etária, por sexo

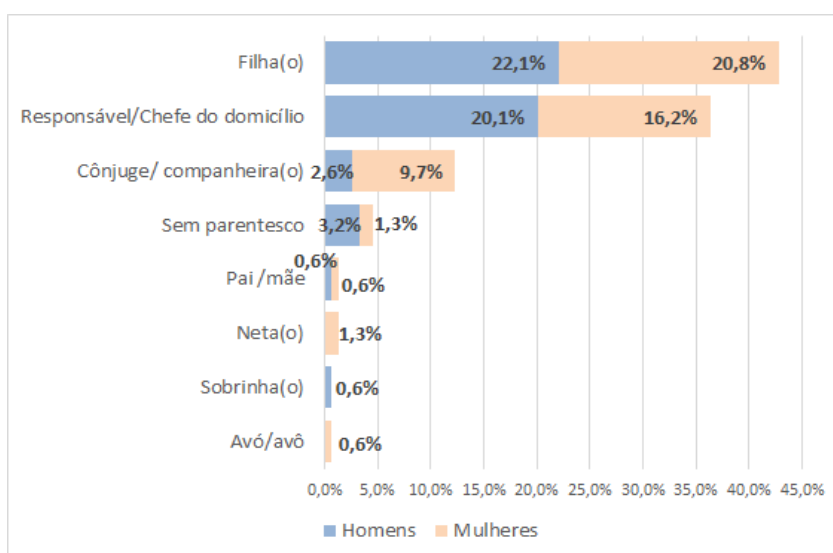


Todos os demais gráficos deste módulo também apresentarão a divisão por gênero. No entanto, os percentuais se referirão ao total da amostra.

Como será observado, não há diferenças significativas entre os gêneros quanto a nível de escolaridade e situação de ocupação. Porém, quando se trata de renda, a desigualdade é enorme: **a renda média das mulheres é 41% menor que a renda média dos homens.**

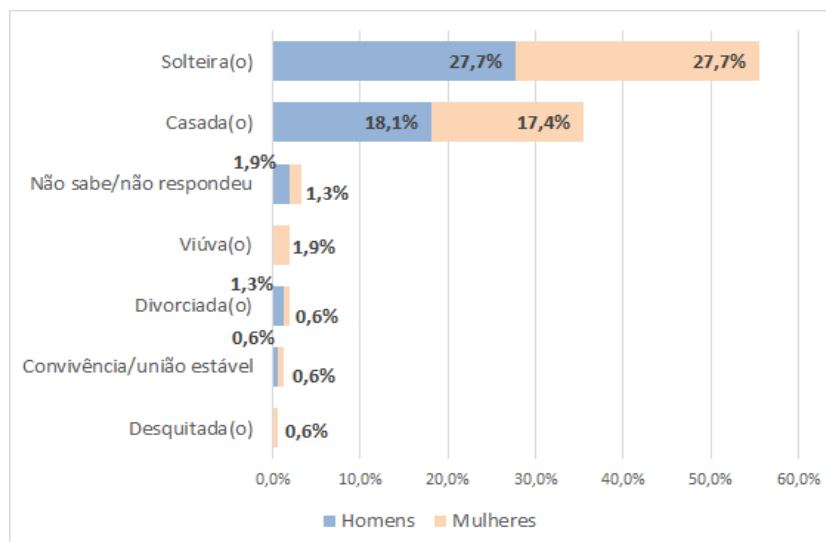
Pouco mais de 1/3 da amostra (36%) é composta por responsáveis pelos domicílios, número somente inferior ao total percentual de filhos e filhas (43%), o que confirma que Vila Céu do Mapiá é uma comunidade com predominância de jovens em sua população.

Gráfico 36 - posição dos membros dos domicílios no grupo familiar



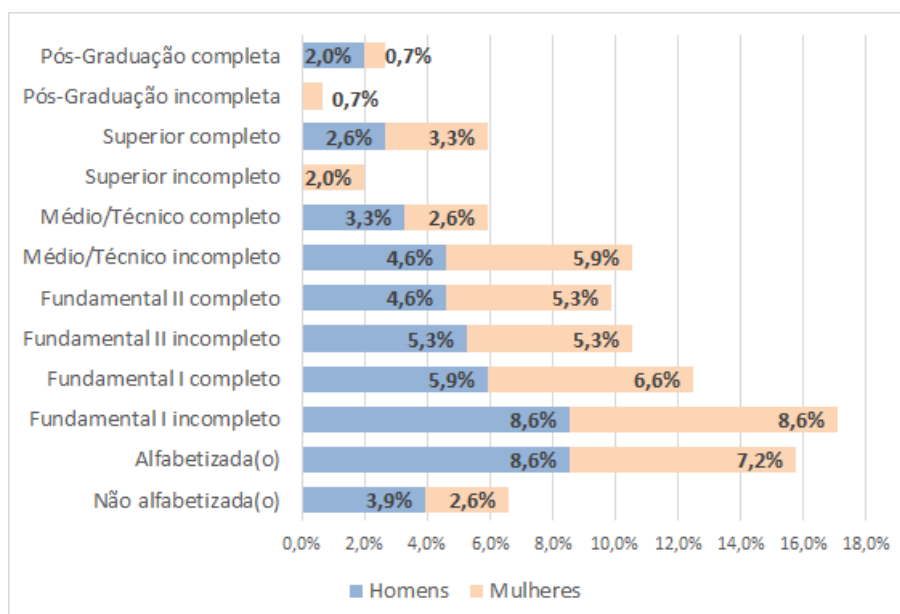
Com relação ao estado civil, a absoluta maioria é solteira (55%) e 36% declararam-se casadas.

Gráfico 38 - estado civil dos membros das famílias



A escolaridade é baixa entre os membros das famílias entrevistadas, 40% das pessoas não chegou a completar o Ensino Fundamental I (antigo primário), percentual que chega a 63% se continuarmos até o Fundamental II, ainda incompleto. Apenas 11% chegou ao ensino superior ou foi além. Vale destacar que 37% dos membros dos domicílios estudam atualmente, percentual composto por 20% de mulheres e 17% de homens.

Gráfico 39 - nível de escolaridade dos membros das famílias

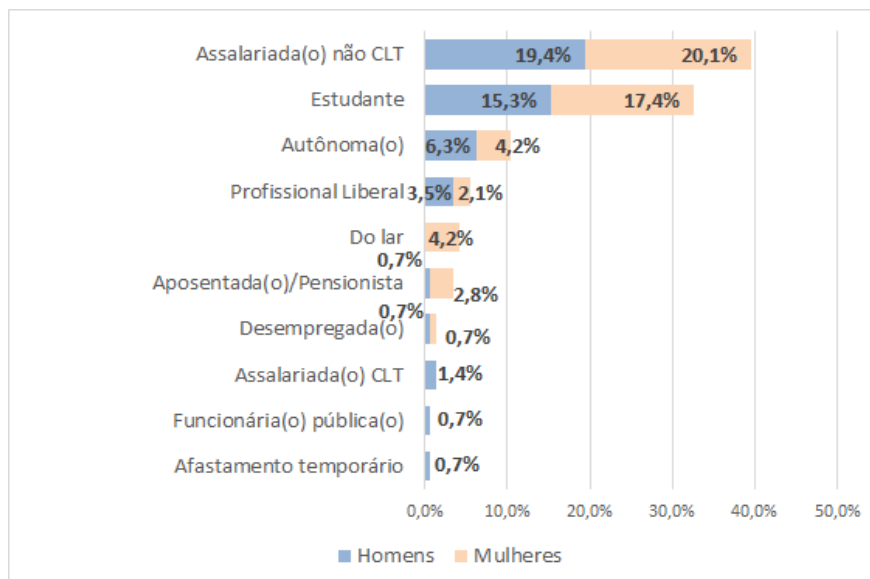


A maioria dos membros das famílias são **trabalhadores assalariados sem carteira assinada (40%)**, enquanto outros 33% são estudantes. Há 16% de autônomos(a)s e profissionais liberais, ou

seja, pessoas que trabalham por conta própria. **Apenas 1,4% estão trabalhando atualmente com carteira assinada.**

O desemprego é praticamente nulo entre os membros dos domicílios pesquisados.

Gráfico 40 - situação ocupacional



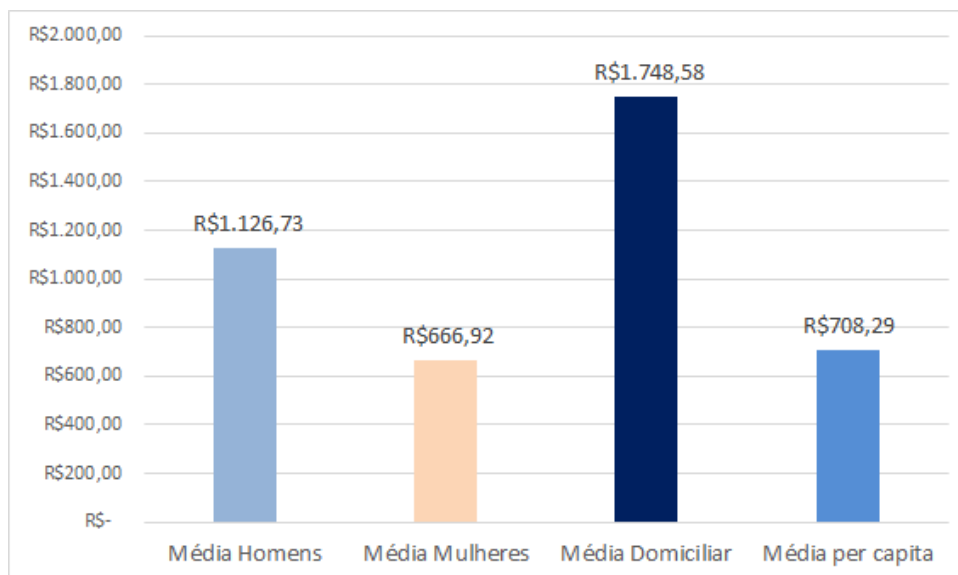
Se o desemprego não é um problema no Mapiá, a análise sobre a renda apresenta um quadro muito preocupante.

A massa de renda, somados todos os valores declarados pelos membros das famílias e recebidos de todas as fontes, é de R\$ 87.487,00 mensais. O gráfico a seguir apresenta quatro informações sobre a renda média mensal: a renda de homens, a renda de mulheres, a renda domiciliar e a renda per capita para o conjunto da amostra.

A média de renda mensal dos homens é de R\$ 1.126,73, enquanto a renda média das mulheres é de apenas R\$ 666,92. As **mulheres**, portanto, **apresentam renda média 41% inferior à média dos homens e 33% inferior até mesmo que o salário mínimo, o que demonstra uma situação de precariedade do trabalho.**

A **renda domiciliar média é de R\$ 1.748,58**, e a **renda domiciliar per capita**, calculada pela média dos rendimentos per capita de cada domicílio, ficou em **R\$ 708,29**.

Gráfico 41 - Médias da renda mensal de homens, mulheres, domicílios e per capita



Levando-se em consideração os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgada em fevereiro de 2019 (período entre o primeiro e segundo campo), temos que **a renda média domiciliar *per capita* dos domicílios pesquisados (R\$ 708,29) é 48% menor que a nacional (R\$ 1.373,00) e 11% menor que a do Estado do Amazonas (R\$ 791,000).**

Estratégias de desenvolvimento local, como as desenvolvidas no projeto, com incentivo a abertura de novos empreendimentos, com especial atenção a situação das mulheres, são fundamentais para mudar esse quadro e promover equidade, justiça social e melhor qualidade de vida às famílias.

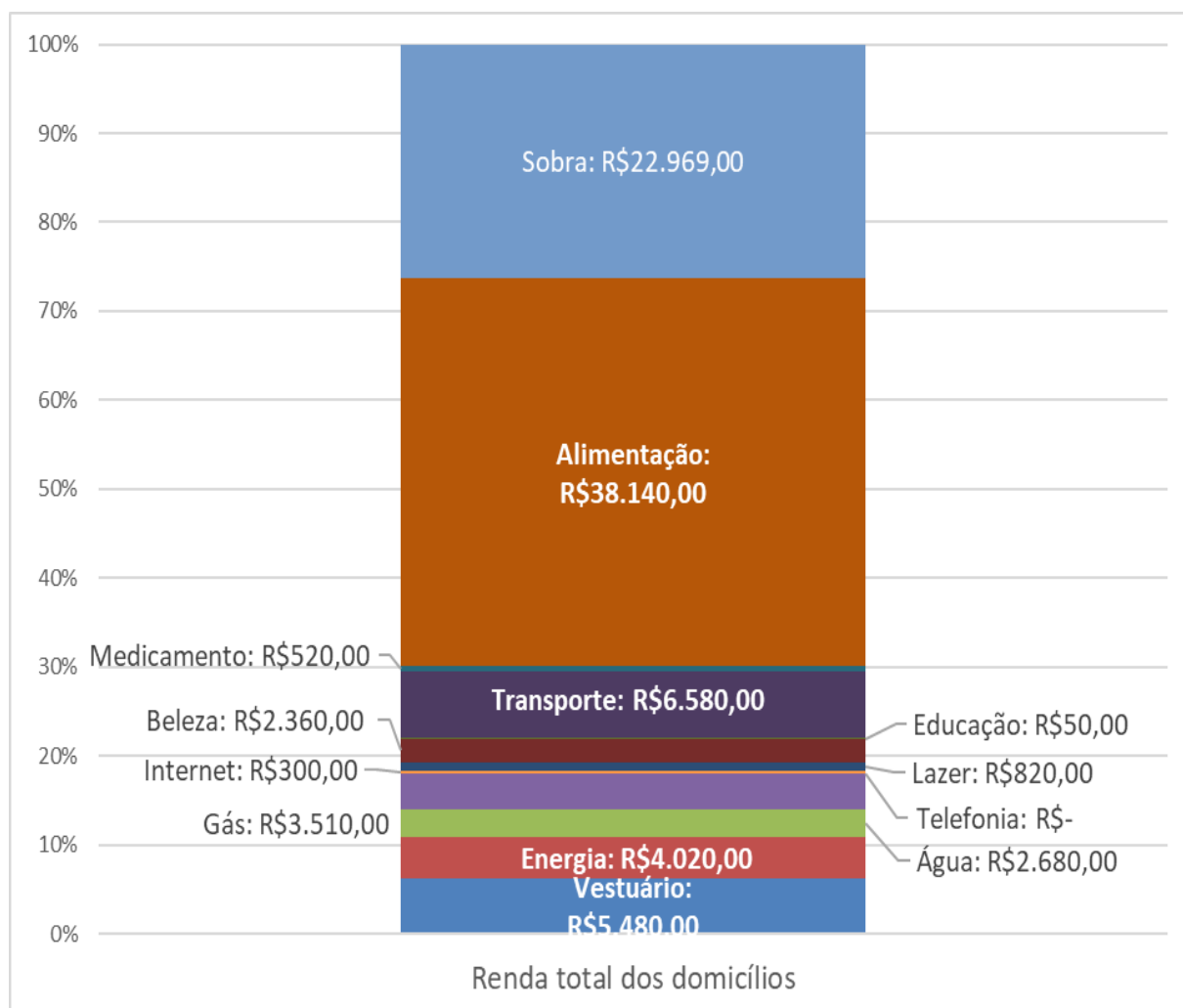
Adicionalmente às questões, foram realizados outros cruzamentos a fim de verificar o impacto dos gastos familiares declarados pelos entrevistados sobre o total da renda dos domicílios, bem como o impacto dos rendimentos provenientes dos negócios fomentados na comunidade pelo projeto AmaGaia.

Embora os números sejam importantes para uma análise mais detalhada, há que se ter cuidado para fazer qualquer afirmação, pois em alguns casos os entrevistados não informaram a renda ou deixaram de informar os gastos, não sendo possível fazer aferições precisas, mas servindo como um exercício e estimativa.

Para o cálculo, o total das despesas declaradas foram subtraídas do total de rendimentos domiciliares, chegando-se a assim as proporções de cada gasto sobre o total de rendimento e verificando o quanto sobra da renda.

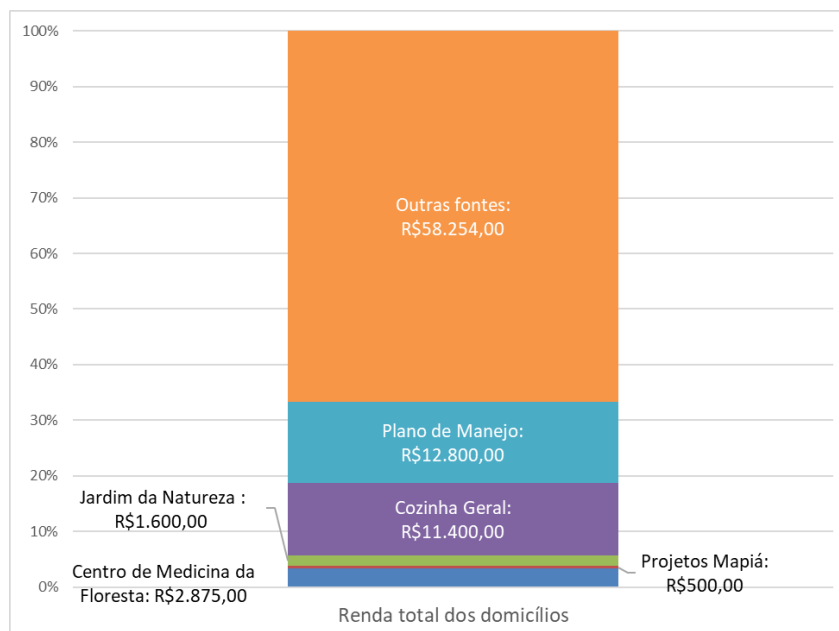
Nota-se que a **alimentação é o item com maior peso no orçamento familiar, consumindo 44% de toda a renda dos domicílios pesquisados**. Outras despesas somam 30%, sobrando 26% da renda, classificada no gráfico abaixo como “saldo” (a diferença entre o total da renda das famílias pesquisadas e o total de valores gastos com os itens de consumo).

Gráfico 42 – Distribuição dos gastos com os itens de consumo pesquisados sobre o total dos rendimentos dos domicílios



Para avaliar o impacto dos negócios fomentados na região sobre o rendimento das famílias, separamos apenas os dados dos 26 domicílios nos quais há pelo menos um membro participando dos negócios. Nestes casos, mais da metade dos rendimentos (55%) das famílias vem das atividades desenvolvidas nesses negócios. O gráfico abaixo detalha esse quadro.

Gráfico 43 – Distribuição dos rendimentos dos projetos sobre o total dos rendimentos dos domicílios



5. CONCLUSÃO

O objetivo do mapeamento do consumo das famílias de Vila Céu do Mapiá é levantar informações para trazer subsídios imediatos para o fomento a ações voltadas aos seguintes objetivos:

- 1) Incremento de renda na comunidade;
- 2) Criação de postos de trabalhos;
- 3) Aquecimento da economia local;
- 4) Redução das tensões sociais na comunidade;
- 5) Oportunidades para a geração de oportunidades de engajamento de jovens e resgate de jovens problemáticos;
- 6) Fomentar o consumo através de feira coletiva do produtor local.

A pesquisa confirmou os gargalos identificados durante o planejamento das atividades, como o baixo número de opções para compras, a ausência de produção organizada de frutas, verduras, raízes, grãos e demais alimentos para o consumo local, gerando uma fuga de recursos, direcionados sobretudo para Boca do Acre e Rio Branco, onde as famílias se abastecem.

Mais que isso, indicou também que os produtos ofertados na localidade são mais caros que os adquiridos fora, além da baixa variedade e, muitas vezes, da qualidade inferior.

Por outro lado, há um mercado interessante na comunidade, com consumo significativo e variado de alimentos, muitos dos quais já se são produzidos, embora em quantidade sempre inferior ao consumo.

A seguir há uma relação de itens que agrupam critérios que os tornam como potenciais produtos para produção: quantidade bruta significativa de consumo, utilização pela quase totalidade dos domicílios pesquisados, média de consumo mensal significativa tanto para o domicílio, quanto por pessoa, autoprodução em quantidade significativa. Alguns reúnem todas as qualidades, outros a maior parte. São eles:

- 1) grãos, farinhas e/ou cereais: arroz e farinha de mandioca, por serem itens presentes na dieta de quase todas as famílias. No caso da farinha, por ser um item que tem já tem uma produção significativa.
- 2) ervas, temperos e/ou condimentos: alho e açúcar. São os dois principais itens com consumo significativo por domicílio. A cebola, embora com menor quantidade geral de consumo, está presente na quase totalidade dos domicílios, e pode ser um item interessante para a produção;
- 3) frutas: principal grupo de alimentos, podendo servir de base para outras produções, tais como sucos naturais, doces, frutas secas, pousas. A banana é o principal item, presente na quase totalidade de domicílio e já com produção significativa. Manga, limão e mamão também são bastante procuradas e merecem uma melhor avaliação, assim como as frutas citadas como “outros”: araçá, bacaba, buriti, cajá, coquinho, goiaba, maracujá, melão, tangerina, abacate, cacau, caju, melancia, uva, biribá, abacaxi, pera, maçã e açaí. Todas citadas de maneira espontânea e com consumo razoável.
- 4) verduras, legumes, raízes e/ou sementes: a macaxeira é o principal item deste grupo, pois além do seu consumo, serve de base para outros itens. O inhame também aparece como uma espécie já cultivada e que pode ter boas chances de aproveitamento. Pelas verduras, a alface é que a que mais se destaca.
- 5) carnes e laticínios: ovos e peixes são os que mais se destacam. Os ovos pela quantidade consumida, os peixes pela presença de rios e pequenos igarapés. É recomendado estudos pensando no impacto ambiental, viabilidade do aumento dessa criação e a diversidade. A carne de frango, com consumo significativo, também aparece como uma excelente oportunidade.

- 6) produtos naturais e/ou industrializados: o suco natural é o principal item. Embora perca para o refrigerante no consumo doméstico, tem grande potencial pela variedade de frutas produzidas e consumidas.

É importante registrar que nenhuma família pesquisada declarou produzir para venda, mas apenas para seu próprio consumo, o que indica que se há habilidade para a produção de diversos itens, falta ainda a habilidade para encarar essa atividade como uma ação empreendedora, como fonte de renda para a família.

Enfim, essas são as informações de consumo levantadas pela pesquisa. Será importante a análise técnica para avaliar quais dessas espécies de alimentos podem ser cultivados, mas nos parece viável a produção e a estruturação dos negócios, articulação de parceiros, recursos e estratégias para viabilizar os empreendimentos.

De todo modo, os resultados mostram que os projetos já desenhados, como a Feira do Produtor e o programa de soberania alimentar são essenciais para o desenvolvimento local. No entanto a pesquisa indicou que as famílias carecem ainda de um apoio para organizar a produção com as variadas possibilidades que o consumo nos mostra.

Também ficou evidente a importância dos negócios e projetos já em desenvolvimento, como o Centro de Medicina da Floresta, a Cozinha Geral e o Plano de Manejo Madeireiro, que já promovem impacto na renda das famílias da comunidade.

Outra importante ação, é a implementação do Banco Comunitário e da moeda social. Além de segurar recursos no Mapiá, esse instrumento também poderia ajudar comerciantes que hoje fazem muitas vendas para pagamento posterior. A proximidade de comerciantes e clientes é um ponto positivo para a estratégia, pois aponta já existir um ambiente de confiança mútua.

Por fim, três pontos que não foram levantados no mapeamento são recomendáveis para melhor compreender os desafios colocados e trazer novos dados e ideias de ações são:

1. Realizar pesquisa ou um levantamento breve de informações junto aos comerciantes do Mapiá e de Boca do Acre. Seria interessante averiguar a procedência dos produtos, e tentar enxergar as redes já estabelecidas;
2. O papel dos canoeiros e os custos dos transportes para levar as famílias para fazerem suas compras em outras localidades ou, até mesmo, para a busca e entrega, por eles próprios, dos itens que as famílias necessitam. Uma maior exploração de como se dá essa forma de trabalho pode ser interessante para se pensar ações e organização desses prestadores de serviços;
3. Mapear o impacto econômico dos festivais e visitantes para o comércio do Mapiá. Isto é, qual a quantidade de turistas vem para a região, em quais datas, por quanto tempo permanecem

e quais os produtos de interesse. Neste caso, um levantamento com hospedarias ou pousadas e famílias que recebem os visitantes seria interessante.

Este terceiro ponto está totalmente relacionado ao Desenvolvimento da Agência de Turismo de Base Comunitária do Mapiá. Qualificar possíveis profissionais dessa área se faz fundamental, a começar, por exemplo, por uma formação para mapeamento da região, trabalhar com dados e informações históricas, receptividade de turistas, entre outras ações.

Mais importante: priorizar jovens e mulheres nos projetos a serem desenvolvidos, pelas características da população e pelo atual quadro de desigualdade de renda entre gêneros do Mapiá.

6. ANEXOS

6.1 ANEXO I – QUESTIONÁRIO

6.2 ANEXO II - RELATÓRIO DE CRÍTICA DA PESQUISA

Com o final do primeiro campo, com a aplicação de 17 questionários, observou-se algumas dificuldades referente as unidades de medida utilizadas para alguns itens. Alguns foram ajustados para a continuidade da pesquisa, outros foram notados já ao final, através de testes de outliers e de médias per capita para observação de dados discrepantes.

Em outros casos, ocorreu erro na inclusão de dados. As incoerências foram ocasionadas porque o questionário estruturado na Plataforma KoBoToolbox permitia apenas a inclusão de números inteiros para as questões sobre consumo e autoprodução. No entanto, quando aplicado em formulário impresso, em algumas vezes foram anotadas medidas quebradas, como 0,5 kg. No momento da inclusão na plataforma, observamos casos em que foi digitado 05 kg, aumentando significativamente a quantidade de consumo. Como realizamos o ajuste na base de dados em excel, extraída da plataforma, inserimos os valores como foram preenchidos no formulário. No caso do exemplo, 0,5 kg.

A seguir, descrevemos os itens e ajustes realizados.

Ajuste geral

Cebola (kg): esta questão ficou entre outras nas quais as medidas eram por unidades, o que fez com que os respondentes também respondessem em unidades, pois as quantidades, por quilos, ficaram bastante elevadas. Desse modo, consideramos o peso de 100g para cada cebola e refizemos os cálculos levando em consideração que as respostas foram por unidade. Todos os questionários foram revisados e na maioria dos casos houve ajuste.

Correções pontuais identificadas por número do questionário:

Q2. Alho: resposta 200 unidades/mês. Descartado, pois a média per capita dava mais de 1 cabeça de alho por dia.

Q2. Queijo: consumo digitado como autoprodução. Substituído.

Q8. Pimenta: resposta 50kg/mês. Descartado, pois a média per capita dava 330 g por dia. Como não foi perguntado qual o tipo de pimenta, optamos por descartar essa resposta.

Q15. Absorvente (pacote com 8 unidades): resposta 10 pacotes/mês. Descartado, pois essa quantidade é para apenas uma pessoa (residência com apenas uma pessoa).

Q15. Sapatos e sandálias (pares): resposta 10 pares de cada/ano. Apesar de ser uma quantidade alta em comparação com a média per capita dos demais questionários, optamos por permanecer com as quantidades já que é como foram declaradas.

Q101. Amaciante de roupas (litro): resposta 0,5 litro/mês. Digitado 5 litros/mês. Corrigido.

Q102. Erro de digitação: Grão de bico, Café, Pimenta, Cebola, Laranja, Batata Doce, Beterraba, Peixes e pescados, Queijo, Margarina, Pão Salgado, Pão Doce, Sabão em Pó, Detergente, Amaciante, Cera. Todos esses itens foram respondidos como 0,5 (quilos, litros ou unidades), mas digitados como 5 (quilos, litros ou unidades). Além deles, houve erro no preenchimento dos itens Tempero Verde, Manjerição e Macaxeira. Todos corrigidos.

Q103. Erro de digitação: Ingá (kg), resposta: 700 g consumo/mês e 400 g consumo/mês. Digitado como 7 kg e 7 kg. Corrigidos para 0,7 e 0,4

Q109. Erro de digitação: Azeite, Sal, Pimenta, Mamão e Batata Doce. Todos esses itens foram respondidos como 0,5 (quilos, litros ou unidades), mas digitados como 5 (quilos, litros ou unidades). Corrigidos.

Q 114. Erro de digitação: Pão salgado (kg): resposta 150 pães. A resposta foi ajustada multiplicando a quantidade de pães por 50g cada, totalizando 7,5 kg. Corrigido.

Q107. Erro de digitação: Pão doce (kg): resposta 1 kg, digitado 5kg. Corrigido.

Q 115. Apresenta muitas questões sem respostas (2.1, 2.2, 17 e parte da 33), além de ter respondido a 2.3 com unidade, impossibilitando a conversão e sendo descartadas.

6.3 ANEXO III - RELATÓRIO DE DADOS DA PLATAFORMA KOBOTOOLBOX