



14º Congresso Nacional de
MEIO AMBIENTE

Poços de Caldas

26 a 29 SET 2017

www.meioambientepocos.com.br

EIXO TEMÁTICO: AGROECOLOGIA E PRODUÇÃO AGRÍCOLA SUSTENTÁVEL
FORMA DE APRESENTAÇÃO: RELATO DE EXPERIÊNCIA

EXPERIÊNCIA DOS CONSUMIDORES DAS SACOLAS ORGÂNICAS ATRAVÉS DO PROJETO COMÉRCIO-JUSTO

WaniaKauana Bernardi¹

Pedro Henrique Weirich Neto²

Carlos Hugo Rocha³

Resumo

Este trabalho buscou identificar a opinião dos consumidores das sacolas orgânicas do projeto Comércio-justo sobre o processo de funcionamento das mesmas, para isso, foram aplicados questionários. Onde identificou-se que a produção e o consumo de produtos orgânicos são muito importantes tanto para o consumidor quanto para os produtores e que o processo das sacolas possui muitos benefícios, porém necessita de aperfeiçoamento. Através disso, verifica-se a necessidade de inserir maior variedade e menor quantidade de produtos nas sacolas e melhorar a divulgação.

Palavras Chave: Economia solidária; Agricultura familiar; Desenvolvimento rural sustentável;

INTRODUÇÃO

Com implicações significativas na década de 60 e 70 a “revolução verde” trouxe a invenção e disseminação de novas tecnologias, de custo elevado e pouco acessível, com o intuito de aumentar a produção agrícola. Porém, o agricultor de base familiar ficou a mercê

¹Técnico no Laboratório de Mecanização Agrícola/Universidade Estadual de Ponta Grossa. Campus Uvaranas. kawanna.bernardi@gmail.com. APRESENTADOR

²Prof. da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Campus Uvaranas. lama1@uepg.br.

³Prof. da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Campus Uvaranas. chrocha@uepg.br.



dessa tecnologia, intensificando assim a desigualdade social e a migração da população do campo para a cidade (SERRA, 2016).

Uma das maneiras para fortalecer a agricultura familiar é agregar valor aos seus produtos, sendo o desenvolvimento e comercialização de produtos diferenciados a melhor alternativa, produtos esses que tenham um caráter social, sabor diferenciado, apelo social implícito sobre o aumento da renda dos pequenos agricultores. Para isso, faz-se necessário a formação de redes de pequenos agricultores que organizados possam estabelecer mecanismos de certificação e rastreabilidade. Neste sentido, o Laboratório de Mecanização Agrícola (Lama) atua no auxílio a esses agricultores no processo, de adequação ambiental, produção, certificação orgânica e comercialização (BATALHA, 2005). Neste contexto, a forma justa de comércio trabalhada pelo Lama torna-se uma alternativa de renda aos agricultores e proporciona o fortalecimento da agricultura familiar.

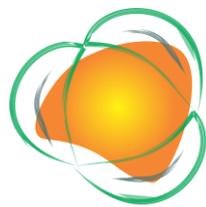
Contudo, observou-se que nos últimos meses o número de consumidores diminuiu, visto que anteriormente eram entregues cerca de 45 sacolas por semana, e hoje apenas 25 sacolas. Neste sentido, pretende-se aprimorar o método desenvolvido, identificando o posicionamento dos consumidores, quais suas opiniões e possíveis melhorias para que mais pessoas aderissem ao projeto e com uma taxa de êxodo menor.

METODOLOGIA

O projeto Comércio-Justo, vinculado ao Lama, teve início em maio de 2015 na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), visando atender com qualidade as necessidades dos consumidores que buscam uma alimentação saudável e ecológica, a preço acessível, e dos produtores familiares agroecológicos da região através de auxílio na produção e proporcionado uma venda garantida a um preço justo.

Para auxiliar esse processo, foi elaborado questionário, aplicado pessoalmente a 11 consumidores que fazem parte do grupo de consumo das sacolas orgânicas na UEPG. Cada questionário continha 10 perguntas relacionadas ao perfil dos consumidores e o funcionamento das sacolas orgânicas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO



A maioria dos consumidores entrevistados possui idade superior a 45 anos (63%), são mulheres (68%) e possuem ensino superior completo (46%). Os consumidores com menos instrução (27%) possuem ensino superior incompleto.

Sobre como ficaram sabendo das sacolas orgânicas, 37% mencionaram que foi através de professores da universidade, 27% por amigos, e os demais 36% ficaram sabendo por cartazes, por passarem pelo local da entrega e divulgação interna na universidade.

Em relação à satisfação com o projeto comércio-justo e o fato de estar auxiliando a agricultura familiar, a maior parte dos entrevistados acha ótimo, importante tanto para os agricultores quanto para os consumidores, pois proporciona às pessoas melhor qualidade de vida, e auxilia no desenvolvimento rural de forma sustentável.

Sobre a qualidade dos produtos, sabem que por não utilizarem agrotóxicos algumas vezes não vem com boa aparência, mas que por esse fator o produto é mais saboroso e saudável. Varias pessoas reclamaram da grande quantidade de determinados produtos, da pouca variedade e produtos que não são de consumo frequente, o que acaba resultando em desperdício.

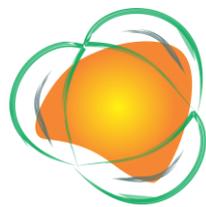
A respeito do local, a forma e o horário das entregas, grande parte dos entrevistados menciona estar satisfeito. Quanto ao aumento de participantes, foi unânime que a divulgação do projeto poderia ser melhorada, sendo sugeridas várias formas: rádio, cartazes, folders, redes sociais e boca a boca.

A maioria considera o preço justo e acessível, e importante o fato de não existir atravessador garantindo a ambos um preço justo por um produto de qualidade.

64% dos entrevistados responderam não ter reclamações. No entanto, sugerem a diminuição da quantidade de produtos das sacolas, diversificando, com mais legumes e frutas, porém sabem da dificuldade por se tratar de produtos sazonais, pois são produzidos agroecologicamente. Neste sentido, surge a proposta de se trabalhar com produtos menores e mais variados, buscando também não repetir os produtos por várias semanas seguidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante disso, pode-se concluir que as pessoas veem a produção e o consumo de produtos orgânicos muito importantes, por serem de qualidade, mais saborosos e que promovem o desenvolvimento rural de forma sustentável, auxiliando a agricultura familiar.



Segundo a pesquisa, o principal problema está relacionado a quantidade de produtos nas sacolas, pois sempre há desperdício, também produtos repetidos. Verifica-se que para melhorar o processo deve-se diminuir a quantidade enviada e aumentar a variedade das hortaliças e investir em divulgação.

Sendo assim, as características do processo de comercialização por sacolas podem ser melhor trabalhadas para atender as necessidades dos consumidores e facilitar o seu consumo de forma personalizada.

REFERÊNCIAS

BATALHA, M. O., BUAINAIN, A. M., FILHO, H. S. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. 2005. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/12/02O122.pdf>. Acesso em 03 jun 2017.

ROCHA, C. H., WEIRICH NETO, P. H., SOUZA, N. M. Sustentabilidade: a transformação vem da agricultura familiar. Ponta Grossa, 2016. 120 p.

SERRA, L. S., MENDES, M. R., SOARES, M. A., MONTEIRO, I. P. Revolução Verde: reflexões acerca da questão dos agrotóxicos. 2016. Disponível em: http://www.undb.edu.br/publicacoes/arquivos/revolu%C3%A7%C3%A3o_verde_e_agrot%C3%B3xicos_-_marcela_ruy_f%C3%A9lix.pdf. Acesso em 08 jul 2017.