



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



MapOrgânico: mapeamento participativo de circuitos curtos de comercialização na região de Campinas (SP)

Organic Map: participative mapping of commercialization short food supply chain

FAGUNDES, Giovanna Garcia¹; TASSI, Maria Elisa von Zuben²; CRISCUOLO, Cristina^{3,4}; PINTO, Daniela Maciel^{3,5}; ALVAREZ, Ivan André^{3,6}.

¹Universidade Estadual de Campinas, giovanna@unicamp.br; Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região, contato@anc.org.br²; Embrapa Monitoramento por Satélite³, cristina.criscuolo@embrapa.br⁴; daniela.maciel@embrapa.br⁵; ivan.alvarez@embrapa.br⁶

Tema gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

Resumo

Um diagnóstico de demandas para a ampliação da comercialização e do acesso a produtos orgânicos em Campinas e região indicou o mapeamento de pontos de venda como fundamental para fomentar a consolidação de mercados regionais. Neste Contexto, foi criado o MapOrgânico, uma ferramenta para mapeamento participativo de pontos de comercialização, produzido a partir da aplicação *My Maps*, do *Google*. Na interface criada, os usuários podem cadastrar unidades de produção, feiras, grupos de consumo, entre outros. A inserção dos pontos ocorre por meio de um formulário eletrônico, preenchido pelo interessado. Posteriormente, o pedido e os dados são validados pela equipe do projeto e disponibilizados para acesso público. O mapa, além da identificação geográfica, comporta informações como local, horário de funcionamento, certificação, tipo de produto oferecido. Em seis meses foram cadastrados 31 pontos de comercialização, agregados em 11 diferentes categorias, em 9 municípios da região.

Palavras-Chave: economia regional; agricultura orgânica; mapa interativo.

Abstract

A diagnostic of demands for the expansion of the commercialization and the access to organic products indicated that mapping the points of sale was fundamental to the consolidation of regional markets in Campinas (SP) and region. In this context, MapOrganic was created for map these points, produced from Google's My Maps tool. In the interface created, users can register production units, fairs, consumption groups, among others. The insertion of the points occurs through an electronic form, filled out by the interested party. Subsequently, the request and data are validated by the project team and made available for public access. The map, besides the geographical identification, includes information such as location, opening hours, certification, type of product offered. In six months, 31 marketing points were registered, aggregated in 11 different categories, in 9 municipalities of the region.

Keywords: regional economy; organic agriculture; interactive map.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Contexto

Segundo Silva (2015), os circuitos curtos de comercialização (CCC) são um importante meio para a emancipação socioeconômica de agricultores e agricultoras, em especial os familiares. Destaca-se neste Contexto a venda em via direta, que viabiliza a maior aproximação entre agricultores e consumidores, eliminando outros elos de intermediação na cadeia.

Estes circuitos alternativos buscam criar e consolidar novos caminhos para a produção de base ecológica, com princípios que segundo Darolt et al. (2013) extrapolam as questões meramente econômicas, ambientais e técnico produtivas. Estes são expressos em valores como autonomia, solidariedade, justiça social, segurança alimentar, dentre outros, contrapondo-se aos mecanismos de competição e impessoalidade de um mercado agroalimentar hegemônico e segregador. Vários autores reforçam esta colocação, e ainda destacam que os CCC têm potencial para diminuir os custos ao consumidor, assim como podem garantir um pagamento mais justo ao agricultor pelo seu trabalho (DAROLT, 2012; TASSI, 2009).

Em consonância com a importância desta questão, este assunto vem sendo discutido pelo movimento agroecológico de Campinas e região, em especial nos anos de 2014 e 2015, durante realização da XI e XII Semanas de Agricultura Orgânica de Campinas. Um diagnóstico de demandas para a ampliação da comercialização e do acesso a produtos orgânicos em Campinas e região, realizado durante este evento, indicou como prioridade para fomentar a consolidação de mercados regionais o mapeamento de pontos de venda de produtos orgânicos em CCC. Com este objetivo foi articulado um grupo de trabalho no âmbito da Rede de Agroecologia do Leste Paulista, reunindo profissionais da Embrapa Monitoramento por Satélite, Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região e do NEA Rede de Agroecologia da Unicamp. O presente relato de experiência técnica apresenta a análise do processo de construção e os dados obtidos por meio do mapeamento.

Descrição da experiência

Em agosto de 2016 teve início o desafio de elaborar uma ferramenta que permitisse o mapeamento participativo dos pontos de CCC de produtos orgânicos na região de Campinas de uma forma visualmente agradável e de fácil interatividade e acesso.

A partir de reuniões da equipe do projeto foram definidos os tipos de estabelecimentos de CCC de produtos orgânicos que poderiam ser mapeados. Foram incluídos: venda de cestas por agricultores diretamente para consumidores; venda direta na proprie-



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



dade; lojas de associações/cooperativas de produtores; feiras orgânicas; lojas de orgânicos independentes (não franquizadas); pequenos mercados de produtos naturais; lojas virtuais; venda de cestas em domicílio; grupos de CSA (Comunidade que apoia a Agricultura); grupos de consumidores responsáveis; refeições na propriedade (ex: café da manhã, almoços, entre outros)/Turismo Rural; barracas de produtos orgânicos em feiras convencionais; venda em beira de estrada; restaurantes, e por fim um espaço para outros tipos de locais de comercialização. Cabe ressaltar que neste primeiro momento o grupo optou por permitir a inclusão no mapa apenas de pontos de venda de produtos que tivessem algum tipo de garantia da conformidade orgânica.

Em seguida, foram definidas as informações necessárias para o cadastramento destes pontos, sendo elas: dados pessoais; nome, endereço, telefone, website do ponto de comercialização a ser registrado; dia da semana e horário de funcionamento; tipo de ponto de comercialização; certificação orgânica; tipo de mercadorias e serviços encontrados no local; um espaço para o usuário complementar as informações e um termo de responsabilidade pelas informações prestadas. Tais questões foram disponibilizadas em um formulário eletrônico onde o preenchimento foi, posteriormente, solicitado em listas de discussões e *mailings* de grupos e coletivos regionais. O preenchimento do formulário deve ser feito pelo(s) responsável(is) pelo ponto de comercialização a ser cadastrado e é necessário submeter um formulário para cada local de venda sob responsabilidade do usuário.

Na sequência, foram realizadas análises das ferramentas existentes para mapeamento e disponibilização de informações via WEB, considerando alguns critérios, tais como interatividade, baixo custo e habilidade em operar de forma amigável em plataformas convencionais (*PC*) ou em plataformas móveis (*mobile*). A ferramenta escolhida para a espacialização dos dados foi o *My Maps*, que é um serviço WEB oferecido pelo *Google* capaz de personalizar e compartilhar dados em formato de mapas. O mapeamento participativo realizado neste trabalho resultou no produto denominado “MapOrgânico”.

O acesso ao produto ocorre pelos portais da Embrapa Monitoramento por Satélite e da Associação de Agricultura Natural de Campina e Região. É possível consultar os pontos de comercialização de produtos orgânicos certificados por categoria ou individualmente. A inclusão de novos pontos de comercialização ocorre por meio de questionário eletrônico, disponível na mesma interface. O mapa foi lançado em outubro do ano de 2016, junto da XIII edição da Semana da Agricultura Orgânica e vem sendo divulgado por meio eletrônico e em eventos.



Através dos questionários já respondidos é possível obter melhor entendimento da disposição dos pontos de venda localizados na região e desta forma subsidiar decisões comerciais e de logística dos agricultores.

Resultados

Desde o lançamento do MapOrgânico até o momento (abril/2017), foram cadastrados 31 pontos de comercialização de produtos orgânicos, agregados em 11 diferentes categorias (Tabela 1). O mapeamento contribuiu para aumentar a visibilidade e a divulgação dos pontos de venda em escala regional, junto aos produtores, consumidores e interessados em Agroecologia.

Foram incluídos no MapOrgânico, pontos de comercialização localizados em Americana, Campinas, Cordeirópolis, Holambra, Ipeúna, Limeira, Mococa, Mogi-Guaçu e Rio Claro. Outros 13 (treze) pontos foram cadastrados no sistema por meio dos questionários, porém não foram disponibilizados no mapeamento por estarem em duplicidade a outros já existentes ou em situação de espera em relação à certificação dos produtos.

No município de Campinas, os pontos de comercialização cadastrados no MapOrgânico apresentaram concentração espacial em três sub-regiões: central (A), distrito de Barão Geraldo (B) e distrito de Sousas (C), conforme a Figura 1. Tal situação evidencia que o mercado de comercialização possui amplo potencial de expansão em regiões ainda não atendidas.

Tabela 1: Pontos de comercialização de produtos orgânicos registrados no MapOrgânico até abril de 2017.

Tipo de ponto de comercialização	Quantidade de pontos cadastrados no MapOrgânico
Feiras Orgânicas (compra direta do produtor)	8
Lojas de Orgânicos Independentes (não franqueadas)	5
Venda direta na propriedade	3
Pequenos Mercados de Produtos Naturais (orgânicos e convencionais)	4
Lojas Virtuais	2
Venda de Cestas em domicílio por empresa	2
CSA - Comunidade que apoia a agricultura	1
Barraca de Produtos Orgânicos em feira convencional	1
Venda de cestas por agricultores diretamente para consumidores	1
Restaurantes e Refeições na Propriedade	1
Outros tipos de comercialização	3

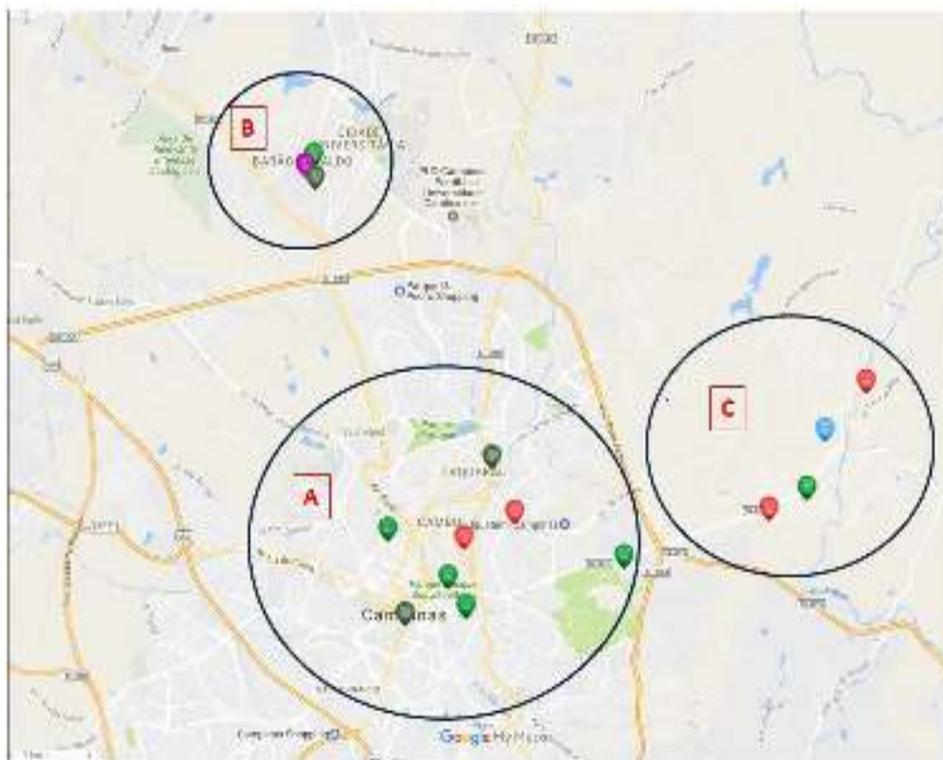


Figura 1: Concentração espacial dos pontos de comercialização de produtos orgânicos no Município de Campinas (SP).

Além do MapOrgânico, encontram-se disponíveis na internet outras ferramentas que realizam o mapeamento tais como: (1) o mapeamento de feiras orgânicas proposto e gerenciado pelo IDEC (IDEC, 2017); além do (2) aplicativo Resposta, iniciativa do Instituto Kairós e da Cooperativa de Trabalho EITA (KAIROS, 2017). A proposta do MapOrgânico possui alguns pontos que diferem das demais soluções existentes, que são: o foco em escala regional; a proposta de articular os atores das redes de CCC; e a inclusão, além das feiras, de outras categorias de estabelecimentos comerciais e experiências que atuam para o desenvolvimento dos circuitos curtos de comercialização. Entende-se que o resultado obtido com o MapOrgânico constituiu-se em um importante passo para aumentar a visibilidade dos pontos de comercialização de produtos orgânicos junto aos consumidores e públicos regionais. Contudo, para que o mapa fique mais completo e atualizado, ainda há que se realizar um trabalho mais intenso de divulgação por meio de campanhas e outras iniciativas.

O caráter contínuo do mapeamento contribui para manter as informações constantemente atualizadas e visa agregar novos dados e informações, de acordo com as necessidades apontadas pelos atores regionais. Com isso, espera-se que o mapeamento possa oferecer, cada vez mais, uma visão completa da cadeia produtiva agroecológica da região.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Referências Bibliográficas

DAROLT, M.R. **Conexão Ecológica**: novas relações entre agricultores e consumidores. Londrina: IAPAR, 2012. 162 p.

DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agrícolas**, v. 10 n. 2, p. 8-13., jun., 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Mapa de Feiras Orgânicas**. Disponível em: <<http://feirasorganicas.idec.org.br/>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Pesquisa Alimentos Orgânicos. Rota dos Orgânicos. **Revista do IDEC**, São Paulo, n. 162, p. 20-23, 2012.

INSTITUTO KAIROS. **Kairós lança aplicativo Resposta e Portal do Consumo Responsável**. Disponível em: <<http://institutokairos.net/2016/10/kairos-lanca-aplicativo-resposta-e-portal-do-consumo-responsavel/>>. Acesso em 10 abr. 2017.

SILVA, B. J. da. **Circuitos curtos de comercialização de produtos orgânicos: emancipação socioeconômica na agricultura familiar?** 2015. 121f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina.

TASSI, M. E. v. Z. **Certificação participativa e compra coletiva de alimentos ecológicos**: redes locais construindo mercados cooperativos, um estudo na região de Campinas. 2011. 188 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Carlos, Araras.

TASSI, M. E. v. Z.; ABREU, L. S. O mercado de alimentos orgânicos da Região Metropolitana de Campinas-SP. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA, 6.; CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE AGROECOLOGIA, 2., 2009, Curitiba. **Anais**: agricultura familiar e camponesa: experiências passadas e presentes construindo um futuro sustentável. Curitiba: ABA: SOCLA, 2009.