



Comércio virtual de alimentos da agricultura familiar: experiência da compra coletiva da Rede Anunciação de Agroecologia em Ponta Grossa-Paraná.

Virtual commerce of food from family: Experience of the Collective Purchase of the Anunciação de Agroecologia Network in Ponta Grossa-Paraná.

PAES, Fernanda de A.¹; SOUZA, N.M.²; GOMES, Aline L.³; MARQUES, Gabriela M.⁴; MELLO, Isabela R.⁵; SKOWRON, José B.O.⁶

¹ Bolsista do Programa Paraná mais Orgânico – Núcleo Lama/UEPG, fernanda.arruda.paes@gmail.com; ² Professora – Lama/UEPG, natalimaidl@uepg.br; ³ Bolsista do Programa Paraná mais Orgânico – Núcleo Lama/UEPG, aline.lima.gomes2014@gmail.com; ⁴ Bolsista Universidade Sem Fronteiras - Lama/UEPG, gabigomesm@hotmail.com; ⁵ Bolsista do Programa Paraná mais Orgânico – Núcleo Lama/UEPG, isabelarmello44@gmail.com; ⁶ Bolsista Universidade sem Fronteiras - Lama/UEPG, juniorskowron2@gmail.com

RELATO DE EXPERIÊNCIA TÉCNICA

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: A agricultura familiar, embora ocupe um lugar de destaque na produção e fornecimento de alimentos, encontra desafios no escoamento de seus produtos. Dentre os principais entraves destaca-se a logística de deslocamento e preços baixos pagos por intermediários. As vendas diretas são tidas como importantes meios de comercialização e o uso de plataformas virtuais tem se apresentado como alternativa para tecer estratégias de expansão e consolidação desses canais. O presente relato objetiva compartilhar desafios e potencialidades da experiência da Compra Coletiva da Rede Anunciação de Agroecologia, através do comércio virtual. Criada no contexto de pandemia, no município de Ponta Grossa/PR, o propósito da compra é fortalecer redes locais e regionais de produção e consumo. As compras são feitas no site e a operacionalização envolve uma rede de sujeitos entre técnicos, professores, agricultores, associações, cooperativas e universidade, em integração com o Circuito Sul da Rede Ecovida.

Palavras-Chave: agricultura familiar; agroecologia; circuitos curtos de comercialização; comércio virtual; compra coletiva.

Contexto

No Brasil, atribui-se à agricultura de base familiar cerca de 77% das unidades rurais produtivas e 23% das áreas de terras dedicadas a atividades agropecuárias, sendo responsável por 67% da população economicamente ativa na agricultura. Contribui com cerca de 60% da produção de itens básicos para alimentação da população, como arroz, feijão, milho, mandioca, hortaliças, leite e carnes (IBGE, 2006).

A agricultura familiar brasileira se insere em um cenário social bastante heterogêneo, reflexo da diversidade de contextos regionais e embora desempenhe um papel de grande relevância na produção e fornecimento de alimentos no país, enfrenta muitos desafios em comercializar sua produção.



Dificuldades de logística e transporte, devido às distâncias entre a propriedade e os locais de abastecimento, regularização sanitária para beneficiamento, deficiência na organização interna (associação e cooperativas) e preços baixos repassados por atravessadores são entraves enfrentados, especialmente para agricultores com produção em pequena escala e aqueles que não produzem *commodities* agrícolas (CRUZ e ASSIS, 2019).

Reconhece-se que as principais estratégias de comercialização da agricultura familiar são direcionadas às vendas em mercados institucionais (por meio de políticas públicas como o Programa Nacional de Alimentação Escolar e Programa de Aquisição de Alimentos) e aos mercados de proximidade, feiras ou circuitos curtos de comercialização onde, muitas vezes, envolve a relação direta entre agricultor e consumidor, marcada por relações de confiança e fidelização (CASSOL e SCHNEIDER, 2017).

Com relação às vendas diretas, o uso de sites e aplicativos (ex. WhatsApp, Instagram, Facebook) têm sido utilizados como ferramenta de divulgação e comercialização desses alimentos. Essas experiências vêm crescendo nos últimos anos e se mostraram como potenciais alternativas para superar as barreiras causadas pela pandemia de Covid-19, onde se acentuaram os desafios de comercialização da agricultura familiar, fruto do isolamento social, suspensão de feiras livres, aulas e mercado institucional (GAZZOLA e AQUINO, 2021).

Esse relato se propõe a apresentar a experiência da Compra Coletiva da Rede Anunciação de Agroecologia (RAA), a partir de sua criação, em julho de 2020, e os caminhos percorridos até agora. Objetiva-se, assim, refletir sobre as potencialidades e desafios encontrados na operacionalização do site e a logística do projeto. Pretende-se contribuir com o avanço de estratégias de comercialização local e regional nos territórios agroecológicos e da agricultura familiar através da rede regional de circuitos entre agricultores e consumidores com o uso de ferramentas virtuais.

Descrição da Experiência

A Rede Anunciação de Agroecologia (RAA), através do núcleo Maria Rosa de certificação participativa, associado à Rede Ecovida, envolve cerca de 470 agricultores, onde 47% são mulheres e 15% jovens, distribuídos em 14 municípios do Paraná. A Rede conta com a participação de 10 cooperativas, 8 associações e 36 grupos de agricultores orgânicos, além de parceiros institucionais como prefeituras, universidades e entidades de ATER e pesquisa em agroecologia.

O objetivo central da RAA é apoiar a comercialização de produtos orgânicos e a propagação da agroecologia através do apoio às Unidades de Referência (URs) relacionadas à produção agroecológica, agroindustrial e de beneficiamento de cereais nos municípios de atuação.

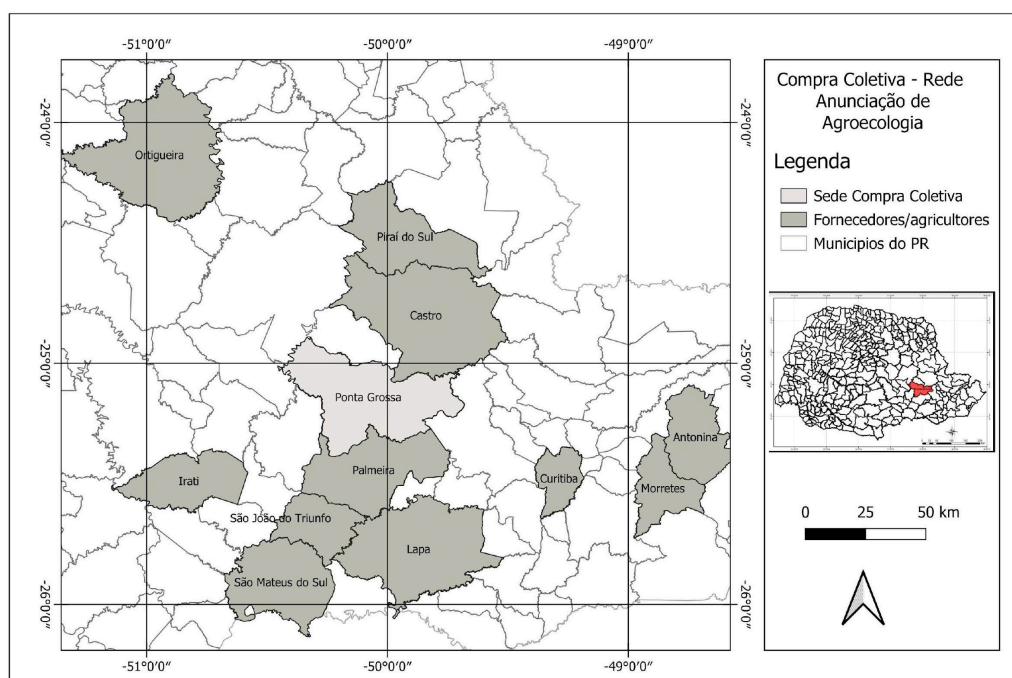


A Compra Coletiva é fruto do projeto de organização da RAA, financiado pelo BNDES e Fundação Banco do Brasil (Edital Ecoforte) e executado pela Cooperativa Terra Livre e Laboratório de Mecanização Agrícola da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Lama/UEPG) em parceria com organizações de produção, comercialização e certificação de alimentos orgânicos da agricultura familiar.

Localizada no município de Ponta Grossa/Paraná, a iniciativa envolve uma rede constituída por técnicos, extensionistas, professores e pesquisadores, universidade pública, agricultores, associações e cooperativas da Reforma Agrária e da agricultura familiar.

Criada em julho de 2020 com a participação de 10 grupos de produção com abrangência em diferentes regiões, como demonstrado no Mapa 1, envolve hoje 16 grupos e cerca de 70 compras mensais.

Mapa 1: Distribuição dos agricultores/fornecedores da Compra Coletiva por município.



Fonte: autores.

A Compra Coletiva RAA é realizada pela internet, por meio de encomenda mensal. O site fica disponível para receber compras por cinco dias e o período para organização dos pedidos é de treze dias (desde o fechamento dos pedidos no site até as entregas aos consumidores). A equipe do Lama separa e encaminha as listas de produtos para os agricultores-fornecedores para que realizem a entrega dos produtos nos locais de recebimento.

Devido à dinâmica de organização, a rede só trabalha com alimentos não-perecíveis. No site encontra-se uma diversidade de itens como: arroz, feijão,



derivados de milho crioulo (canjica, farinha tipo biju, quirera e fubá), erva mate, palmito, doces, geleias, café, bolachas artesanais e ecobags. Mais de 900 produtos foram comercializados ao longo de três anos do projeto.

Quando todos os produtos chegam à sede do Lama, as encomendas são separadas por técnicos e estagiários e são entregues em três pontos de retirada, distribuídos na cidade de Ponta Grossa, onde o consumidor sinaliza no site (no ato da compra) o local de preferência. Os locais foram estabelecidos por meio de entidades parceiras do projeto.

Durante o processo de consolidação da Compra Coletiva houve mudanças em sua estruturação, sendo que no início os pedidos eram realizados por meio de formulários no Google Forms e posteriormente migrou para o site na plataforma WordPress (*woocommerce*).

Para realizar a transição, a equipe técnica do Lama/UEPG fez parceria com um consumidor ativo da Compra Coletiva que tem experiência no uso da plataforma WordPress. Ele criou o site e o mantém ativo e o pagamento para o serviço é realizado de forma solidária através da troca por itens disponíveis no mês.

Optou-se por migrar dos formulários para o site devido ao aumento no número de encomendas, que tornou inviável o trabalho manual de contabilizar os pedidos. A criação do site otimizou os processos, uma vez que, a partir da plataforma, é possível extrair planilhas de Excel para organização de pedidos e pagamentos, separando-os por grupos de produção, o que facilita a operacionalização do trabalho.

Resultados

É possível elencar diversas potencialidades da experiência no formato de comércio virtual, dentre as quais destaca-se:

- a) Unir em um mesmo canal de vendas produtos oriundos de diferentes regiões e municípios, comercializados por cooperativas, associações e agricultores organizados em seus núcleos familiares;
- b) Adesão e fidelização dos consumidores;
- c) Canal direto de comercialização que articula produtores e consumidores para repasse de alimentos orgânicos, agroecológicos, agroflorestais e/ou da Reforma Agrária e agricultura familiar a preços acessíveis aos consumidores e justos para os produtores.

Isto se torna possível graças ao trabalho de “atravessadores sociais” (WEIRICH NETO et al, 2016) e parcerias institucionais, onde a “ponte” entre produtores e consumidores é realizada por intermédio de projetos de editais de fomento,



repassando valores muito próximos aos preços das próprias organizações de produção e distribuição.

Com relação às dificuldades encontradas ao longo da execução do projeto, destacamos:

- a) Captação de recursos para viabilizar a contratação de equipe técnica e logística, uma vez que a operacionalização é realizada a partir de projetos, vinculados a editais de fomento, em parceria com a universidade e com prazos de execução;
- b) Gestão da plataforma do site, onde a programação de ferramentas específicas é realizada por contratação de terceiros e a operacionalização da plataforma é realizada exclusivamente por técnicos vinculados ao projeto;
- c) Logística de entrega que viabilize o transporte e deslocamento. Em etapa inicial do projeto, a retirada dos produtos era realizada por técnicos nos pontos de produção/distribuição. Está sendo testada novo formato, onde os grupos se articulam entre si, por proximidade, para entregar em local mais próximo à Ponta Grossa.

Sobre perspectivas futuras de continuidade da Compra Coletiva RAA, considera-se:

- a) Aprimorar a gestão da plataforma do site de modo a viabilizar a descentralização parcial e permitir o acesso de técnicos e fornecedores de modo integrado;
- b) Configurar a interface do site de um modo mais didático e intuitivo, que facilite o acesso e a alimentação de informação pelos próprios agricultores e suas organizações;
- c) Fomentar maior participação dos consumidores, bem como aproximá-los dos agricultores-fornecedores, de modo a possibilitar relações de vínculos para além dos canais da Compra Coletiva;
- d) Organizar as metodologias e ferramentas utilizadas pela rede que permitam replicações em outros locais e territórios;
- e) Fomentar a integralização de circuitos de comercialização, otimizando a logística de deslocamento para que o mesmo transporte que realiza a entrega volte ao local de produção com produtos de outros agricultores-fornecedores da rede. Neste sentido, trabalha na integralização do Circuito Sul da Rede Ecovida.

Como experiência de integralização, a cooperativa COPRAUF, fornecedora da Compra RAA, gerencia um armazém do campo no município de Ortigueira/Paraná. No ato da entrega dos produtos na sede do Lama, a cooperativa retira sua encomenda feita pelo site. Dessa forma, fornece produtos mais acessíveis de sua região e leva produtos de outras regiões além do abastecimento de outros itens.



Por fim, considera-se a relevância de compartilhar experiências em venda direta como importante estratégia para tecer alternativas de comércio justo e expandir iniciativas que aproximem produtores e consumidores, auxiliando a consolidar ações entre campo e cidade.

Agradecimentos

Às organizações parceiras, Rede Ecovida, cooperativas, associações e agricultores envolvidos. Aos financiadores: BNDES e Fundação Banco do Brasil; Secretaria de Superintendência do Estado do Paraná (SETI/PR) através dos programas Paraná mais Orgânico e Universidade Sem Fronteiras pela concessão de bolsa.

Referências bibliográficas

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Org) Cadeiras curtas e redes agroalimentares alternativas. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2017.

CRUZ, S.F. ASSIS, T.R. Contribuições de três organizações para a comercialização da agricultura familiar no PNAE, no território sul litorâneo do Espírito Santo. Interações (Campo Grande), 20 (3), p. 737-752, 2019.

GAZOLLA, M. AQUINO, J.R. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. Estudos Sociedade e Agricultura, vol.29, num.2, jun-set, pp. 427-460, 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário, 2006.

SITE. Compra Coletiva Rede Anunciação de Agroecologia. Disponível em: <<https://pg.sitecompracoletiva.com.br/>> Acesso em: 01 de julho de 2023.

WEIRICH NETO, Pedro Henrique et al. O desafio da comercialização da produção agroecológica familiar. In: ROCHA, Carlos Hugo; NETO, Pedro Henrique Weirich; SOUZA, Nátali Maidl de (org.). **Sustentabilidade: a transformação vem da agricultura familiar**. Ponta Grossa: Estúdio Texto, 2016. p. 109-117.