

## SISTEMAS ALIMENTARES SUSTENTÁVEIS E COOPERAÇÃO: UM RELATO DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO DESENVOLVIDAS NA COOPERFAMÍLIA

**Eduarda Crysttna Zortea**

*Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) – Unidade Universitária de Erechim  
eduarda-zortea@uergs.edu.br*

**Eduarda Ramos Moretto**

*Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) – Unidade Universitária de Erechim  
eduarda-moretto@uergs.edu.br*

**Katlen Crhistian Tribuzy Bandeira**

*Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) – Unidade Universitária de Erechim  
katlen-bandeira@uergs.edu.br*

**Zenicleia Angelita Deggerone**

*Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) – Unidade Universitária de Erechim.  
zenicleia-deggerone@uergs.edu.br*

**Eixo 06. Ciências Sociais e Aplicadas**

### RESUMO

O objetivo desse estudo consiste em apresentar as atividades realizadas pela Incubadora Tecnosocial da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) na Unidade Universitária em Erechim no assessoramento da Cooperativa de Desenvolvimento Regional Ltda (COOPERFAMILIA) para promover a comercialização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar. Em termos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo do tipo relato de experiência, que buscou descrever as atividades de assessoramento realizadas entre abril de 2021 a dezembro de 2022 junto a Cooperfamília através da técnica de pesquisa-ação. As atividades extensionistas buscaram promover a divulgação dos produtos agroalimentares comercializados pela feira permanente e feira delivery, além de reforçar a importância da cooperativa para a inclusão social e produtiva dos agricultores familiares e fomentar o acesso a alimentos provenientes de sistemas alimentares sustentáveis.

Palavras-chave: Cooperativas. Comercialização. Sistemas alimentares sustentáveis.

### INTRODUÇÃO

O sistema agroalimentar compreende o conjunto de todas as atividades relacionadas à produção, processamento, distribuição, preparo, consumo e gestão dos resíduos que afetam a saúde, questões socioeconômicas e o meio ambiente (CARVALHO, 2022). No aspecto

distributivo dos sistemas alimentares, os canais de venda ou distribuição realizam a conexão entre ofertantes e compradores ao longo dos circuitos de venda.

Na região norte do estado do Rio Grande do Sul, na cidade de Erechim, a Cooperativa de Desenvolvimento Regional Ltda (COOPERFAMILIA), foi totalmente afetada pelas restrições sanitárias impostas para conter a Covid-19, tais restrições afetaram todo o funcionamento da cooperativa, desde a produção, distribuição e a comercialização dos alimentos. A interrupção das aulas nas redes municipal e estadual de ensino impactou diretamente a dinâmica de comercialização da cooperativa, assim como na produção desses alimentos, haja vista que os agricultores familiares atuavam quase que exclusivamente nos mercados institucionais de alimentos.

Tendo em vista esta contextualização, o objetivo desse trabalho consiste em apresentar as atividades realizadas pela Incubadora Tecnosocial da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) na Unidade Universitária em Erechim no assessoramento mercadológico da Cooperativa de Desenvolvimento Regional Ltda (COOPERFAMILIA) para promover a comercialização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

Esse estudo é um recorte do projeto de extensão intitulado “Implantação de uma Incubadora Social on-line na Unidade da Uergs em Erechim (RS)”. Trata-se de um estudo descritivo (GIL, 2014), do tipo relato de experiência, que buscou descrever as atividades de assessoramento realizadas junto a Cooperativa de Desenvolvimento Regional (COOPERFAMILIA).

Os dados coletados para a organização deste estudo foram apurados através da técnica de pesquisa-ação, que coletou informações entre os anos de 2021 e 2022, quando foi dividida em quatro etapas: fase exploratória, fase de planejamento, fase de ação e fase de avaliação (THIOLLENT, 1997). Esta divisão foi adotada com o objetivo de realizar um diagnóstico da Cooperativa, propor ações com o objetivo de ampliar a divulgação e comercialização dos produtos agroalimentares oferecidos através da feira permanente e delivery da Cooperfamlia e por fim avaliar as ações implementadas pelos pesquisadores.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A Cooperativa de Desenvolvimento Regional Ltda (COOPERFAMILIA) foi construída por 20 agricultores familiares que buscaram, através da cooperação, aperfeiçoar

seus sistemas produtivos e de comercialização. A cooperativa tem atuado nos Mercados Institucionais, através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE); e nos Mercados de Proximidade através da Feira Permanente, criada em 2018 para ofertar o excedente dos produtos produzidos e através da Feira *Delivery*, criada em 2020 com o propósito de ofertar os alimentos da agricultura familiar pela internet. No entanto, as vendas pela internet encontraram resistência, pois as práticas de consumo tradicionais são marcadas, sobretudo pelas compras presenciais, porém os espaços de venda físico e digitais contribuíram para o escoamento dos produtos agroalimentares.

Visando reforçar a importância do consumo de alimentos provenientes de sistemas alimentares sustentáveis, a Incubadora Tecnosocial da Uergs em Erechim/RS passou a assessorar mercadologicamente a Cooperfamlia. As atividades desenvolvidas pela Incubadora iniciaram com a realização de um diagnóstico situacional da cooperativa, quando buscou-se conhecer o ambiente organizacional, identificando seus pontos fortes e fracos, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente externo.

A partir do diagnóstico realizado pode-se constatar que a falta de divulgação dos produtos comercializados pela feira permanente e virtual era um dos principais problemas mercadológicos. E para tentar minimizar essa dificuldade e ampliar a comercialização dos alimentos, a Incubadora estabeleceu duas linhas de ação: i) Ampliar a divulgação dos produtos oferecidos pela Feira Permanente nas redes sociais; ii) Produzir conteúdo digital sobre a cooperativa para ser divulgado nas redes sociais.

As atividades de assessoramento iniciaram em agosto de 2021, quando a Incubadora passou a organizar um cronograma semanal de divulgação dos produtos. Os materiais eram produzidos e divulgados nas redes sociais (*instagram, facebook*) da Feira Permanente, buscaram dar visibilidade aos produtos, a marca e dar informações explícitas de interesse dos consumidores. A Figura 1 apresenta alguns desses materiais produzidos para dar visibilidade aos produtos comercializados, e informar os consumidores sobre a disponibilidade dos produtos ao longo da semana.

A elaboração dessas publicações não se limitaram apenas à oferta dos produtos oferecidos pela cooperativa, mas incorporaram elementos que reforçam a importância do consumo dos alimentos produzidos pela agricultura familiar. Essa estratégia está assentada no conceito de marketing de relacionamento (KOTLER, 2005). Este tipo de marketing segundo

Lovatto *et al.* (2021) objetiva fidelizar o consumidor através da construção de relacionamentos a longo prazo, alicerçado no estreitamento das relações, no sentido de atrair, manter e aumentar o relacionamento, bem como despertar mais sensibilização sobre a responsabilização de quem compra sobre o que está sendo consumido e os modos de produção envolvidos.

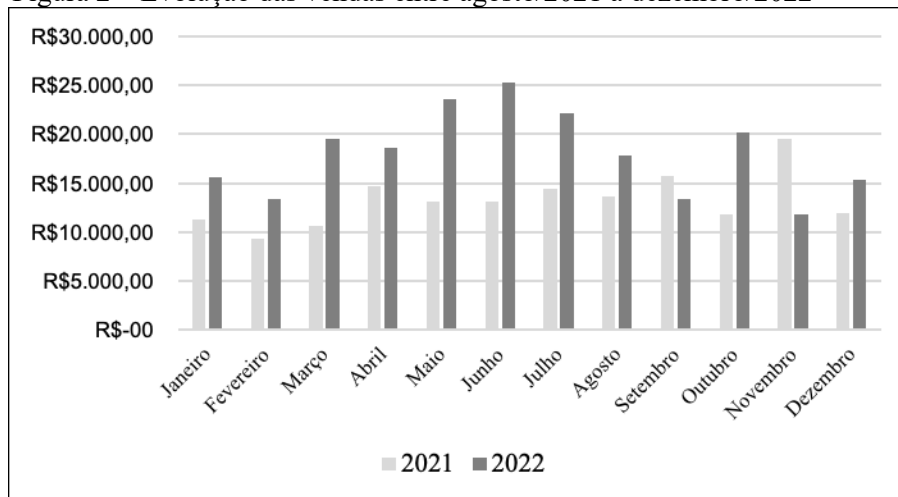
Figura 1 - Materiais produzidos para divulgar os produtos comercializados pela cooperativa



Fonte: Feira Permanente (2023).

No campo comercial, desde que iniciaram as atividades de divulgação dos produtos comercializados pela cooperativa, verificou-se um crescimento no faturamento das feiras permanente e *delivery*, conforme informações apresentadas na Figura 2.

Figura 2 – Evolução das vendas entre agosto/2021 a dezembro/2022



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2023).

Os dados revelam um baixo crescimento das vendas nos cinco primeiros meses de assessoria (agosto a dezembro/2021). Porém, a partir de janeiro/2022, constatou-se o crescimento na receita da feira permanente e feira *delivery*, quando em 2021 o faturamento médio mensal foi de R\$ 12.386,92, enquanto que em 2022 o rendimento médio mensal foi de R\$ 16.810,33. Esses resultados revelam que as divulgações dos produtos nas mídias sociais

começaram a apresentar efeitos significativos a partir do segundo semestre, considerando os dois anos de assessoria, pode-se inferir que as ações desempenhadas de um modo geral contribuíram para aumentar o valor da receita média e tem reforçado a importância da cooperativa na promoção de sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia demonstrou a fragilidade existente em torno da produção e comercialização agroalimentar, por isso, se torna preponderante que as organizações coletivas (cooperativas e associações) da agricultura familiar, desenvolvam ações de comunicação e de marketing para dar visibilidade à produção agroalimentar local e expandir o comércio de alimentos produzidos pela agricultura familiar, especialmente nos mercados territoriais.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, A. M. de. Sistemas alimentares como sistemas complexos. In: MARCHIONI, D. M. L.; CARVALHO, A. M. de. (org.). **Sistemas Alimentares e Alimentação Sustentável**. 1 ed. Santana de Parnaíba/SP: Manole, 2022. p. 32-43.

FEIRA PERMANENTE. **Agnoline. Batata-doce. Banana. Benefícios que as frutas e verduras proporcionam**. Erechim, 05 nov. 2023. Instagram: @feirapermanente. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CkklslgN8M/>. Acesso em: 14 mai. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

KOTLER PA. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall; 2005.

LOVATTO, A. B, et al. Relacionamento e fidelização entre agricultores e consumidores em grupos de venda direta de alimentos agroecológicos em Florianópolis-SC. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 3, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/D7vBgHfjLX8qzXMxvRQq-PfS/?lang=pt#>. Acesso em: 30 abr. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.227676>.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-Ação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.