

# **E-COMMERCE COMO ALTERNATIVA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: UMA EXPERIÊNCIA NO ASSENTAMENTO ELI VIVE.**

**Tecnologia e Produção**

**Coordenador da atividade: Rosangela Maria Pinto MOREIRA<sup>1</sup>**

**Universidade Estadual de Londrina (UEL)**

**Autores: Juliana Silva ROCHA<sup>2</sup>; Letícia Medeiros GIMENEZ<sup>3</sup>; Felipe Dias dos  
SANTOS<sup>4</sup>; Ana Luísa Faria Caetano de PAULA<sup>5</sup>; Fábio SAKURAY<sup>6</sup>.**

## **Resumo**

Uma plataforma online para a comercialização dos produtos agroecológicos pode impactar de forma positiva a comercialização das sacolas camponesas. Este trabalho relata sobre os desafios e experiências vivenciadas no projeto de extensão: “Fomento a sistemas agroecológicos para fortalecimento da autonomia de mulheres camponesas”, no qual um grupo de estudantes multidisciplinares da Universidade Estadual de Londrina trabalham conjuntamente com as mulheres camponesas do Assentamento Eli Vive 2. O objetivo do trabalho é relatar a importância da construção de um site que visa resolver diversas dificuldades encontradas e aperfeiçoando o trabalho de produção e comercialização de alimentos agroecológicos pelas camponesas. Uma breve experiência pôde ser obtida por meio do Google Formulários, onde as mulheres camponesas disponibilizam semanalmente uma lista de produtos de acordo com a sazonalidade da produção, e os consumidores com acesso para realizarem seus pedidos. No entanto, o desenvolvimento de uma plataforma online para a comercialização dos produtos está em fase de implantação, o que resulta em um maior alcance de potenciais consumidores, além da melhoria do sistema de pedidos e pagamentos e da aproximação de agricultoras e apoiadores. Desta forma, o impacto positivo será no sentido de fornecer autonomia às mulheres por meio da inclusão técnica e mercantil.

**Palavras-chave:** empoderamento feminino; inclusão mercantil; venda *online*.

## **Introdução**

Nos dias atuais, consumidores preocupados com o alimento que chega até a sua mesa, estão investindo na compra de produtos advindos de uma produção segura e sustentável, assim como, na remuneração justa do trabalhador. Para isso, diversos tipos de mercados solidários vêm sendo desenvolvidos, sendo considerado um nicho em grande

---

<sup>1</sup> Rosangela Maria Pinto Moreira, servidor docente, agronomia.

<sup>2</sup> Juliana Silva Rocha, colaborador, agronomia.

<sup>3</sup> Letícia Dias Gimenez, aluno, geografia.

<sup>4</sup> Felipe Dias dos Santos, aluno, geografia.

<sup>5</sup> Ana Luísa Faria Caetano de Paula, aluno, ciências biológicas.

<sup>6</sup> Fábio Sakuray, servidor docente, ciência da computação.

expansão. Uma alternativa a comercialização de alimentos de horta, produzidos de forma agroecológicos, são as plataformas e-commerce. Nestas plataformas é possível adquirir produtos online diretamente do produtor sem intermediários assim aproximando agricultores e consumidores, que apresenta vantagens para quem produz e para quem consome (LABIGALINI et al., 2015; LOPES; HOFFMAN, 2019; VERDE, 2018).

A comercialização online de produtos hortifruti é importante na geração de renda das famílias e na criação da autonomia de camponesas e camponeses, pois elimina o papel do atravessador. Para o consumidor, a facilidade de se realizar compras por site, o que economiza tempo e dinheiro, além de poder adquirir produtos saudáveis e de qualidade.

Tradicionalmente, a comercialização da produção camponesa se dá de forma patriarcal, onde o homem da casa é o gestor financeiro da família, independente da participação da esposa e dos filhos para a geração da renda, ficando a cargo das mulheres a produção de quintal, que é apenas para consumo interno, sem incremento na renda familiar (CAMPANHA e GODOY, 2017; PAULINO et. al, 2017). Visando o empoderamento feminino e a autonomia da mulher do campo, o projeto se estabelece na produção de quintal, sendo sua comercialização feita por meio de sacolas de produtos agroecológicos, nos moldes do CSA (Community Supported Agriculture – Agricultura Apoiada pela Comunidade). O escoamento da produção se dá através de mercado solidário, em que o trabalho das camponesas é respeitado e é cobrado um valor justo pelos produtos, capaz de competir com aqueles já oferecidos no mercado e possibilita a geração renda.

Portanto, o objetivo deste trabalho foi usar uma ferramenta virtual e-commerce para agilizar a comercialização das sacolas camponesas, visando a inclusão produtiva, mercantil e tecnológica de mulheres camponesas, aumentando a renda familiar. Também objetiva promover a aproximação da comunidade universitária com a realidade da agricultura camponesa.

## **Metodologia**

A ação está orientada em um novo e moderno sistema de comercialização da produção agroecológica das mulheres camponesas em situação de vulnerabilidade socioeconômica do assentamento Eli Vive 2, de forma a constituir um mercado justo e conseqüentemente um desafio na contribuição da autonomia financeira das mulheres camponesas. O Assentamento está localizado na fazenda Pininga, distrito de Lerroville, área rural do município de Londrina.

O projeto é estruturado por camponesas, mediadores e apoiadores. As mediadoras se comprometem com o fortalecimento dos princípios da intermediação da comercialização e produção de alimentos. As camponesas se comprometem com o fornecimento de alimentos de qualidade proveniente do manejo agroecológico; e, os apoiadores que, uma vez integrados ao projeto, assumem o compromisso de adquirir uma sacola semanal de alimentos frescos e livres de agrotóxicos (sacolas camponesas), divididos entre verduras, legumes, tubérculos, frutas e temperos, a um preço compatível com o dos convencionais comercializados em feiras e supermercados locais.

No início eram disponibilizadas sacolas prontas com sete itens em quantidade estimada para o consumo de uma família de três a quatro pessoas, obedecendo-se a sazonalidade segundo o calendário agrícola e a viabilidade econômica das mulheres. Atualmente, elas entregam os alimentos conforme a demanda de cada apoiador.

Constatou-se que camponesas tem grande potencial em aumentar a produção, bem como agregar outras agricultoras para este processo. Porém a dificuldade está na divulgação para adesão de novos parceiros de uma maneira fácil e eficiente. Assim surgiu a ideia de utilizar os meios de comunicação via celular. Neste modelo os apoiadores participam de um grupo de *WhatsApp* denominados de “Sacolas camponesas Sebec”, no qual semanalmente as mediadoras enviam um link do *Google* Formulários para o acesso a lista de produtos organizadas pelas camponesas. Neste formulário, além dos produtos disponíveis, constam as instruções do funcionamento e os locais de preenchimento: cadastro do apoiador, forma de pagamento, local de retirada da sacola e o pedido do apoiador. As camponesas recebem este pedido pela plataforma de respostas do *Google* formulário e confirmam individualmente por meio do *WhatsApp* com cada apoiador. Após a confirmação, o apoiador realiza o pagamento por meio de transferência bancária ou depósito na conta da AMCEV (Associação das mulheres camponesas do Eli Vive). Cada apoiador é responsável por trazer sua sacola ou caixa para levar os alimentos, pois a ideia é suprimir o empacotamento, banindo-se o uso de embalagens geradoras de custos e de resíduos. A distribuição da sacola, antes realizada em diversos locais, centralizou-se em um único ponto e data, na sala Fazenda Escola localizada no SEBEC, área central da Universidade Estadual de Londrina, às segundas-feiras das 11h30 às 14 horas.

Após esta breve experiência utilizando o Formulário do *Google*, está em fase de finalização uma plataforma e-commerce para comercialização dos produtos de forma mais eficiente. O objetivo maior deste site é a inclusão das mulheres no mercado e também sua autonomia frente aos desafios tanto da produção e venda, como da oferta e demanda que

regulam os canais de comércio. A página, hospedada no site da Universidade Estadual de Londrina, e desenvolvida com o sistema gratuito do *World Press*, buscou atenuar as dificuldades encontradas no sistema de pedidos do *Google* Formulário, tais como: forma de pagamento; valor mínimo da sacola; expansão do mercado; facilidade para montar as sacolas; controle dos pedidos, entre outros.

### **Desenvolvimento e processos avaliativos**

Tradicionalmente, a comercialização da produção camponesa se dá de forma patriarcal, onde o homem da casa é o gestor financeiro da família, independente da participação da esposa e dos filhos para a geração da renda, ficando a cargo das mulheres a produção de quintal, que é apenas para consumo interno, sem incremento na renda familiar. No entanto para este grupo de camponesas, inicialmente, foi observado que algumas não tinham apoio do seu companheiro para condução da horta, mas com o crescimento e comercialização da produção, esse cenário mudou, trazendo para ela autonomia e proporcionando maior renda na família. A convivência em grupo também foi beneficiada, pois as mulheres passaram a permanecer mais tempo juntas, expondo suas opiniões e levantando questões importantes do cotidiano para o grupo, além de momentos de descontração.

Antes da implantação do novo sistema, as entregas ocorriam em três centros distintos da Universidade, o Centro de Ciências Exatas, o Centro de Ciências Biológicas e o Centro de Estudos Sociais Aplicados, e atualmente as entregas são realizadas na sala da Fazenda Escola localizada no SEBEC. Este local de distribuição proporcionou uma maior visibilidade, pois está localizado em um ponto central da universidade, considerado estratégico, pois muitos estudantes e servidores passam por ele. Este ponto facilitou a logística de chegada e distribuição das sacolas, gerou novos vínculos com a comunidade da e contribuiu para o aumento do número de apoiadores. Em janeiro, quando o sistema de formulário eletrônico foi implementado, estavam cadastrados 129 apoiadores evoluindo para 348 potenciais consumidores. No entanto, o número médio de pedidos semanais é aproximadamente de 30 a 40 sacolas, neste sentido, faz-se necessário desenvolver ações que visam o envolvimento e comprometimento dos consumidores como apoiadores efetivos.

Este número de apoiadores ainda é muito pequeno frente à comunidade interna da Universidade e também frente à capacidade produtiva das mulheres, que vêm se

intensificando progressivamente durante o decorrer do projeto. Para tanto, somente o grupo do *WhatsApp* e do *Google* Formulários não supre todas as demandas. Pensando coletivamente e analisando as condições mercadológicas, viu-se a necessidade da implantação de um sistema que fornecesse as ferramentas essenciais para superar todos os desafios encontrados até o momento, assim, iniciou-se a construção de um *site*.

O *site* foi hospedado na página da Universidade Estadual de Londrina com o auxílio e colaboração do Professor Fábio Sakurai do Departamento de computação da UEL e do sistema livre e aberto de gestão de conteúdo para internet, o *Word Press*, assim foi possível construir um *site* para a montagem e venda das sacolas camponesas. A página pode ser acessada em: [www2.uel.br/projetos/agroecologicos](http://www2.uel.br/projetos/agroecologicos).

Esta plataforma oferece ferramentas essenciais para solucionar os principais problemas enfrentados no sistema mercadológico atual, tais como: o pagamento, facilitando e a realização deste e o recebimento pelas mulheres, assim como o controle e organização de toda a parte financeira da associação; o estabelecimento do preço mínimo obrigatório, necessário para obtenção de lucro; o controle do estoque dos produtos, que é subtraído automaticamente quando realizado uma compra; a observação dos produtos que tem mais ou menos saída; a facilidade de recebimento e organização dos pedidos para a montagem das sacolas individuais; e a aproximação do consumidor frente aos produtos ofertados, que são diversos e plurais, contendo inclusive PANCs (Plantas Alimentícias Não Convencionais).

O desenvolvimento do *site* atua como um passo largo de autonomia para o grupo de mulheres integrantes do projeto, pois com esta ferramenta a inserção mercantil é mais ampla, possibilitando a continuidade da comercialização. Também contribuiu para que os extensionistas participassem na integração de diversas áreas em busca de um objetivo, possibilitando, desta forma, uma intensa troca de conhecimentos, e proporcionando uma visão holística sobre os fatos e os desafios enfrentados.

### **Considerações Finais**

De acordo com o exposto os desafios estão relacionados com a produção e comercialização, portanto, buscou-se alinhamento entre os sistemas familiares de produção, a realidade presente em cada propriedade e a repercussão nas famílias dos apoiadores do projeto, de uma maneira fácil e eficiente. Portanto, uma plataforma online para a comercialização dos produtos agroecológicos pode impactar de forma positiva a

continuação das sacolas camponesas, além do projeto de extensão da Universidade. Mostrando-se ser uma ferramenta que colabora para a efetivação de um dos objetivos principais do projeto, o empoderamento das mulheres, sua autonomia e a inserção mercantil destas.

Os desafios para construção desta plataforma agregam muitos conhecimentos as/os extensionistas que estudam outras áreas, mas o diálogo e empenho de cada um contribui para atenuar os problemas enfrentados a atingir os objetivos. Por fim, conclui-se que a inserção do *e-commerce* gera consequências positivas para todos os grupos participantes do projeto, desde os apoiadores, aos mediadores, até as camponesas. É uma ferramenta fundamental para os grupos que desejam ampliar e ocupar espaços mercadológicos de produtos agroecológicos.

### Referências

CAMACHO, I. M.; ASANGER, B. B.; GODOY, A. M. S.; CAMPANHA, T. G.; MOREIRA, R. M. P.; COCA, E. L. F.; CAMPOS, M. C.; PAULINO, E. T. Empoderamento de mulheres camponesas com produção agroecológica no sistema CSA (Community Supported Agriculture). In: Seminário de Extensão Universitária da Região Sul, 35, 2017, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: UNILA, 2017. p. 639- 645. Disponível em <<https://unila.edu.br/35seurs/>>. Acesso em: 1 mai. 2019.

CAMPANHA, T. G.; GODOY, A. M. S. Projeto sacolas camponesas: a busca de autonomia, tecnificação e inclusão mercantil da mulher camponesa. Uma discussão geográfica. In: Simpósio Internacional de Geografia Agrária, 8, 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2017. p. 84-98.

LABIGALINI, I.; HIRATA, A. R.; ROCHA, L. C.; TEIXEIRA, F. A. C.; BATISTA, N.; ALQUALO, K. M. O fortalecimento da identidade do Grupo MOBI-Mulheres Organizadas Buscando a Independência, por meio da experiência na construção coletiva do seu regimento. **Cadernos de Agroecologia**, v. 10, n. 3, mai. 2015. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/19599>>. Acesso em: 8 mai. 2019.

LOPES, G. B. B.; HOFFMANN, M. V. D. Desenvolvimento comercial e técnico de produtores hidropônicos e viveiros de hortaliças no litoral de Santa Catarina. In: Congresso de pesquisadores de economia solidária, 2 2018, São Carlos. **Anais...** São Carlos: Diagrama Editorial, 2018. Disponível em <<http://www.conpes.ufscar.br/anais-ii-conpes>>. Acesso em: 1 mai. 2019.

VERDE, E. L. N. V. **Cesto Orgânico: Um projeto piloto na web que aproxima produtores e consumidores de orgânicos**. 2018. 36 folhas. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018.