

Principais Dificuldades para Viabilização da Aquisição de Alimentos Orgânicos da Agricultura Familiar por Serviços de Alimentação em Florianópolis/SC

Francisco Lucas Andrade da Cunha¹
Brisa Rocha Roriz²
Suellen Secchi Martinelli³
Greyce Luci Bernardo⁴
Oscar José Rover⁵

RESUMO

A pesquisa é a terceira fase do projeto “Condições e viabilização para aquisição de alimentos orgânicos da agricultura familiar por serviços de alimentação (SA) em Florianópolis/SC”. Foram identificados SA que incluem produtos orgânicos nos cardápios. O objetivo foi estudar fatores condicionantes e promover a construção social de iniciativas de compra e venda de orgânicos entre esses serviços e agricultores locais, além de identificar o processo logístico e as demandas dos estabelecimentos. Foram entrevistados SA de diferentes bairros, selecionados na fase anterior e via redes sociais. Dados coletados em entrevistas presenciais foram tabulados em questionários eletrônicos e Excel®. A pesquisa indicou dificuldades fundamentais no processo de aquisição de alimentos orgânicos como indisponibilidade de acordo com a sazonalidade, custo elevado e logística de entrega, nos quais são pontos chave para a construção e fortalecimento estratégico de uma rede de restaurantes responsáveis.

Palavras-chave: Alimentação Orgânica; Restaurantes; Consumo Responsável; Circuitos Curtos de Comercialização.

INTRODUÇÃO

A atual crise climática, debates sobre conscientização e a busca por uma alimentação saudável e ambientalmente responsável levam cada vez mais consumidores a preferirem alimentos orgânicos e agroecológicos (Baranski Et Al., 2014; Hurtado-Barroso et al., 2019). A partir disso observa-se o crescimento de formas de comercialização alternativas, como feiras orgânicas, sacolões e Redes Alimentares Alternativas baseadas nos

¹ Graduando Engenharia Agrônoma, UFSC. lucasandradedacunha@hotmail.com

² Nutricionista, UFSC. brisarocha98@gmail.com

³ Docente Nutrição, UFSC. suellen.smartinelli@gmail.com

⁴ Docente Nutrição, UFSC. greycebernardo@gmail.com

⁵ Docente Agronomia, UFSC. oscar.rover@ufsc.br

Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), que promovem uma relação próxima entre consumidores e produtores rurais, criando novas formas de abastecimento e relações de consumo (Gazolla; Schneider, 2017).

Os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC) oferecem uma alternativa aos altos custos dos canais convencionais (atacado e varejo) na venda de orgânicos, caracterizados pela má distribuição da produção e longa cadeia de intermediários, limitando a autonomia dos produtores (De Souza et al., 2023). Os CCC possibilitam aos agricultores familiares escoar a produção orgânica/agroecológica e fortalecer a proximidade nas transações comerciais com consumidores (Silva et al., 2017).

A Rede de Restaurantes Responsáveis (RRR) visa expandir a conexão dos Circuitos Curtos de Comercialização (CCC) ao incluir serviços de alimentação (SA) como restaurantes e bares, que atendem um público maior. Os SA que optam por produtos orgânicos enfrentam desafios significativos, como preços altos, dificuldades logísticas e limitação de intermediários. Isso ocorre porque a estrutura de comercialização atual é voltada para produtos convencionais, não atendendo adequadamente às necessidades dos orgânicos (Pizzi et al., 2020).

A criação de um canal de comercialização próximo, com preço justo e segurança alimentar, valoriza os processos de produção orgânica e permite que serviços de alimentação (SA) comprem diretamente dos produtores, conhecendo a origem e qualidade dos alimentos. Esse modelo redireciona produção, consumo e abastecimento para caminhos mais sustentáveis (Miranda, 2020).

Com base na identificação prévia de serviços de alimentação (SA) interessados nos CCC, a pesquisa, conduzida pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC) e o Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE), busca desenvolver uma tecnologia social para comercialização de produtos orgânicos/agroecológicos entre SA e agricultores familiares em Florianópolis, SC, identificando suas formas de funcionamento e suas principais dificuldades.

METODOLOGIA

A Rede de Restaurantes Responsáveis (RRR) foi baseada no projeto das Células de Consumidores Responsáveis (CCRs), desenvolvido pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), e nos estudos sobre Circuitos Curtos de Comercialização (CCC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). O projeto está em sua terceira etapa, na qual as duas anteriores foram baseadas na identificação dos estabelecimentos interessados nos CCC e venda direta, por meio de filtragem na plataforma TripAdvisor® e a segunda uma experiência de compra e venda de produtos orgânicos/ agroecológicos com os estabelecimentos identificados, na qual foram observadas limitações no processo de comercialização.

Diante dessas limitações, foi necessário identificar os fatores logísticos, sociais e comerciais envolvidos na construção da rede, visando aprimorar a execução do projeto e fortalecer uma RRR efetiva, processo esse compreendido pela terceira etapa do projeto e que direcionou as entrevistas a SA que já compram orgânicos. Foram identificados cerca de 26 estabelecimentos, sendo 5 participantes de etapas anteriores e os demais indicados por outros estabelecimentos, equipe e pesquisas em redes sociais e plataformas digitais. Uma planilha Excel® foi

criada para registrar os contatos, e os estabelecimentos foram contatados por telefone, e-mail, redes sociais ou visitas presenciais. Foram descartados aqueles sem disponibilidade após três tentativas de contato ou que não atuavam mais com produtos orgânicos.

Por fim, foram realizadas 11 entrevistas presenciais com representantes dos estabelecimentos. Os resultados foram coletados a partir de formulário semi-estruturado dividido em 4 blocos, sendo eles a “Informações Iniciais dos Respondentes”, “Caracterização dos Estabelecimentos”, “Logística de Aquisição de Produtos Orgânicos” e “Interesse em Ampliar a Aquisição de Produtos Orgânicos”, assim, os resultados foram tabulados em planilha Excel® e documento Word® para identificar os principais pontos abordados na pesquisa. O projeto de pesquisa foi aprovado no comitê de ética com parecer 4.375.733 e os participantes consentiram em participar por meio de assinatura em Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) no qual orientava-se a abordagem metodológica, objetivos e riscos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

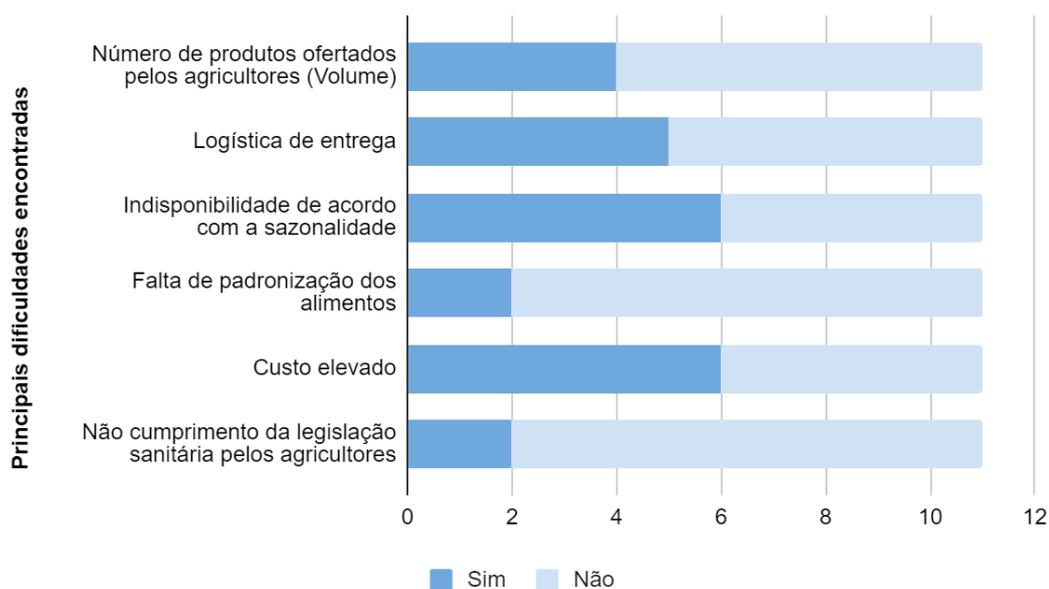
A caracterização inicial da pesquisa nos mostrou que cerca de 72,7% dos respondentes responsáveis pela aquisição dos alimentos orgânicos são homens, proprietários dos estabelecimentos (36,4%), possuem idade entre 30 e 46 anos e atuam em média há 10 anos no ramo de serviços de alimentação, e cerca de 4 anos no estabelecimento entrevistado.

Também foi observado que os estabelecimentos existem em média há 9,7 anos, fornecem cerca de 164 refeições diárias produzidas com ingredientes orgânicos, a um preço médio de aproximadamente 48 reais. É importante destacar que cerca de 7 SA declararam haver variações na quantidade de refeições fornecidas diariamente, sendo essas variações maiores no período de dezembro a fevereiro e de dezembro a março (ambos com 42,8%), período caracterizado pela alta comercial alavancada pelo verão na capital de Florianópolis, SC.

Cerca de 30% dos serviços de alimentação atuam na modalidade autosserviço (livre ou por peso), essa é a principal categoria de atuação, porém os SA podem atuar em outras modalidades simultaneamente. O público atendido é composto majoritariamente por famílias (34,6%) e trabalhadores da região (26,9%). Os estabelecimentos foram questionados quanto às suas principais dificuldades para realização de compras de alimentos orgânicos, como forma de identificar gargalos e problemáticas que merecessem maior atenção.

A partir da figura 1, é possível observar que a “indisponibilidade de acordo com a sazonalidade” (54,6%) e o “custo elevado” (54,6%) são os fatores em que a maior parte dos serviços de alimentação indicaram haver maior dificuldade na compra de produtos orgânicos e agroecológicos. A Logística de entrega (45,5%), no que se refere a dias de entrega, horários e distância do local de origem, também foi um fator relevante considerado uma dificuldade para os SA que indicaram ter dificuldades com entregas atrasando, chegando em pleno horário de maior pico de atendimento, má distribuição das entregas nos dias da semana, tendo dificuldades de ter produtos frescos para abastecer o estabelecimento nos fins de semana, entre outros motivos que se ampliam com a sazonalidade e aumento do custo.

Figura 1 - Principais dificuldades encontradas na comercialização de orgânicos.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

CONCLUSÕES

É perceptível que existem desafios a serem superados para construção de um CCC que estabeleça o pleno desenvolvimento e atuação de uma RRR, esses desafios estão relacionados principalmente a cadeia logística, tanto da produção quanto da distribuição, sendo os principais gargalos a serem trabalhados por essa e outras iniciativas. Identificar as principais dificuldades na comercialização é uma ferramenta útil para o diagnóstico de construção de uma rede e para que possam ser desenvolvidas estratégias de superação que visem o fortalecimento e expansão da rede, proporcionando cada vez mais acesso a alimento orgânicos e agroecológicos com preços justo e que atendam às necessidades tanto do produtor quanto dos consumidores.

REFERÊNCIAS

BARAŃSKI, M.; ŚREDNICKA-TOBER, D.; VOLAKAKIS, N.; et al. Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: A systematic literature review and meta-analyses. **British Journal of Nutrition**, v. 112, n. 5, p. 794–811, 2014.

DE SOUZA, M. C., DA SILVA PUGAS, A., & ROVE, O. J. Células de Consumidores Responsáveis: universidade pública e atores/as sociais rurais e urbanos na construção de inovações sociais em torno do agroalimentar. **Rizoma freireano**, (34), 5, 2023.

GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sergio. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. 2017.

HURTADO-BARROSO, S.; TRESSERRA-RIMBAU, A.; VALLVERDÚ-QUERALT, A.; LAMUELA-RAVENTÓS, R. M. Organic food and the impact on human health. **Critical Reviews in Food Science and**

Nutrition, v. 59, n. 4, p. 704–714, 2019. Taylor & Francis. Disponível em:
<<https://doi.org/10.1080/10408398.2017.1394815>>.

MIRANDA, D. L. R. **Redes de cidadania agroalimentar e a construção social do mercado de orgânicos/agroecológicos em Florianópolis–SC**. Tese (Doutorado) Universidade Federal do Paraná. Setor de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento. Curitiba, 2020.

PIZZI, M., MARTINELLI, S. S., FABRI, R. K., SOARES, P., & CAVALLI, S. B. Compra e venda de alimentos orgânicos para a alimentação escolar: dificuldades e estratégias de superação. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, 15, e47995-e47995, 2020.

SILVA, Monica Nardine et al. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 7, 2017.

Agradecimentos: Agradeço imensamente a todos os participantes dessa etapa e de etapas anteriores, que nos permitiu identificar as dificuldades e necessidades fundamentais para o processo de comercialização em rede, mas principalmente ao Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar, por estimular a pesquisa científica, a escrita acadêmica e o senso crítico no desenvolvimento desse projeto, ao Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições por todo apoio na construção dos questionários, identificação da amostra e realização das entrevistas, e aos Programas Institucionais de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq) que me permitiram ter assistência financeira para a execução da pesquisa.