

0105 - VALORIZAÇÃO DO PRODUTOR E PRODUTO LOCAIS – A SUSTENTABILIDADE SOCIAL DO CONSUMO

- Camila Sayuri Tsuda (Ilha Solteira, Faculdade de Engenharia, UNESP), Sílvia Maria A. Lima Costa (Ilha Solteira, Faculdade de Engenharia, UNESP), Juliana Costa Pereira (Ilha Solteira, Faculdade de Engenharia, UNESP), Kawana Ricardo do Nascimento (Ilha Solteira, Faculdade de Engenharia, UNESP) - sayuri.91@gmail.com.

Introdução: O desenvolvimento econômico da região extremo oeste paulista historicamente foi alicerçado na pecuária bovina de corte associada à concentração fundiária. A partir de 1995 tal configuração gradualmente vem se modificando; a região passou a ser alvo de desapropriações e alocação de um número considerável de projetos de reforma agrária, com assentamento de mais de 400 famílias de produtores rurais beneficiários dos mesmos. O trabalho de extensão desenvolvido esteve contido nas ações do projeto “Comercialização e Desenvolvimento de Mercados: identificando estruturas e estratégias para melhoria de lucratividade para o produtor rural” que contou com apoio da UNESP/PROEX/Banco Real Cooperativas populares da UNESP.

Objetivos: a) fortalecer aspectos em torno das temáticas desenvolvimento local e economia solidária na dimensão do consumo, com promoção de campanhas voltadas para informar o consumidor sobre o aumento da oferta de produtos regionais oriundo da agricultura familiar e os ganhos prospectivos decorrentes de seu consumo, e, b) proporcionar aos estudantes de agronomia e zootecnia um contato com a realidade social e produtiva de Ilha Solteira. **Métodos:** Foram confeccionados: 30.000 sacolinhas de transporte de produtos hortícolas com as frases: “Colabore com o desenvolvimento da nossa região, consuma alimentos produzidos por agricultores do município”, 25 banners com mensagens semelhantes afixados em pontos de circulação de consumidores na feira de domingo e outros equipamentos de varejo, e 5000 folders distribuídos a consumidores. A distribuição dos mesmos deu-se através de várias campanhas de promoção, ocasiões em que a equipe do projeto visitou a feira livre de domingo para condução da mesma.

Resultados: A feira representa o equipamento de varejo mais utilizado pelos produtores para praticarem a comercialização direta com consumidores. Das demais estruturas de varejo identificou-se 3 redes de supermercados que usualmente adquirem produtos da agricultura familiar local; nestes também foram afixados banners promocionais. Os produtores rurais expressaram sentirem-se satisfeitos e valorizados com a iniciativa; os folders com texto reflexivo sobre a importância do consumo ético, sustentável e comprometido com a valorização do local representou iniciativa bem avaliada pelos consumidores e entendida por produtores como uma ferramenta auxiliar para romper com o estigma instituído em alguns segmentos sociais de que o produtor assentado é em geral improdutivo e não capaz mostrar-se pró-ativo na oferta produto com atributos atraentes para o consumidor. O trabalho articula-se com o ensino de cadeias produtivas, comercialização e marketing e proporcionou o desenvolvimento de dois trabalhos de conclusão de curso.