

Quitutes e Belezuras: perfil dos consumidores da feira de Economia Solidária na UEM/Sede

Área Temática: Trabalho

Mara Lucy Castilho¹, Murilo Florentino Andriato²

¹Profª Depto de Economia– DCO/UEM, contato: mlcastilho@uem.br

²Aluno do curso de Ciências Econômicas, contato: andriatomurilo@gmail.com

***Resumo.** O presente estudo resulta da práxis do ensino, pesquisa e extensão, desenvolvida na Universidade Estadual de Maringá, por meio da Unitrabalho. O projeto “Quitutes e Belezuras” tem por meta estabelecer de forma contínua e periódica, a feira de Economia Solidária no campus sede, como alternativa de geração de renda. Para tanto, buscou-se identificar o perfil dos consumidores através de entrevistas semiestruturadas e pode-se constatar que a maioria (93%) já adquire tais produtos, sendo que as feiras predominam (76%), uma vez que tal consumo ocorre na frequência mensal (34%) ou semanal (23%). O público é caracteristicamente de universitários: mulheres (76%), com idade entre 18 e 24 anos (83%) e ensino superior incompleto (83%).*

***Palavras-chave:** Unitrabalho – Economia Solidária – renda*

1. Introdução

Além dos princípios de autogestão, igualdade e democracia, como mostra Oliveira (2011), a economia solidária agrega ainda a valorização do trabalho humano, o importante papel da mulher, a interação respeitosa com o meio ambiente, o cooperativismo e solidariedade como meios de fortalecimento do valor humano.

O projeto de extensão “Quitutes e Belezuras” nasceu em maio de 2017 com a finalidade de institucionalizar a Feira de Economia Solidária dentro do campus sede da UEM. Para tanto, conta com diversos empreendimentos econômico solidários (EES) incubados na Unitrabalho e também alguns grupos informais. Tais EES produzem desde artesanatos de forma geral, até alimentos diferenciados, como orgânicos, veganos, ressaltando-se que todos passaram pelo processo de rotulagem (tabela nutricional e demais informações necessárias que atendam as normas vigentes), desenvolvido por outros projetos da Unitrabalho. O objetivo inicial era a realização semanal da feira no campus, contudo, dados impedimentos legais ainda não superados pelas instâncias superiores da universidade, isso não foi possível. Foram realizadas apenas quatro edições da feira, as quais ocorreram concomitantemente a outros eventos de extensão. A última edição ocorreu no início do presente ano letivo, em março, juntamente com a recepção dos calouros e foi neste ambiente que se buscou identificar o perfil dos consumidores.

2. Análises dos resultados

Durante os dias 14 e 15 de março de 2019 ocorreu a quarta edição da feira de Economia Solidária na UEM e buscou-se realizar entrevista semiestruturada junto aos visitantes/compradores da mesma. As entrevistas observaram o preconizado por Lakatos

e Marconi (2017). Para tanto foram entrevistadas 27 pessoas a fim de identificar fatores socioeconômicos, bem como a percepção das mesmas sobre a Economia Solidária e sua importância.

Inicialmente tem-se que que 75% dos entrevistados são residentes em Maringá e 25% são de outras cidades, como Paçandu, Marialva e Curitiba. A Figura 1 explicita alguns resultados. Do total de entrevistados, 76% são mulheres, 21% são homens e 3% se identificaram como transexuais. No que se refere à idade, 83% estão entre 18 e 24 anos, 7% tem menos de 18 anos, outros 7% tem de 25 a 39 anos, e apenas 3% tem acima de 40 anos. Para a variável renda, 62% dos entrevistados afirmaram ter renda familiar de até 4 salários mínimos, 27% de 4 a 6 salários mínimos, e apenas 12% acima de 6 salários mínimos.

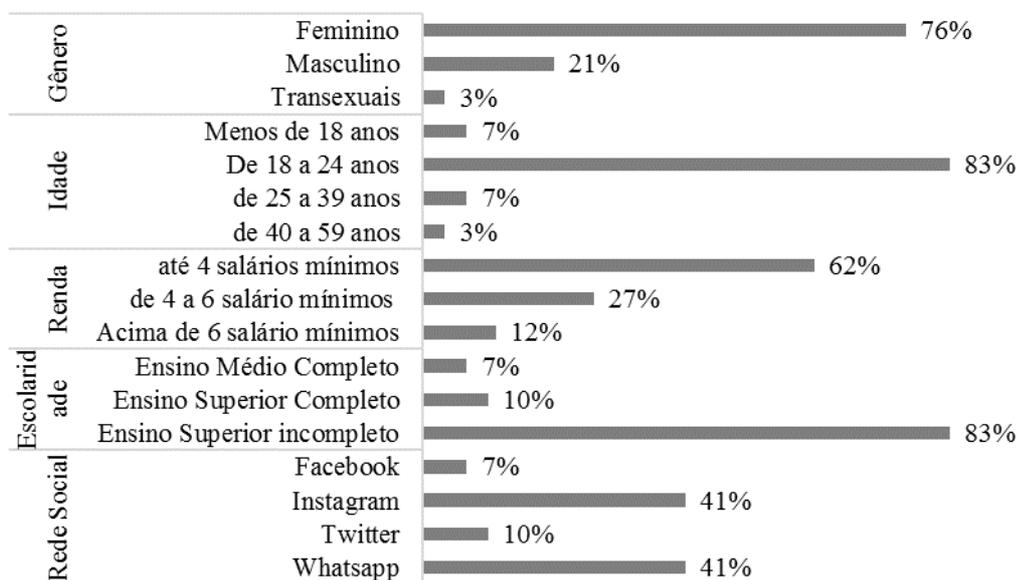


Figura 1 – Dados socioeconômicos dos entrevistados na feira de Economia Solidária UEM - 2019

A variável escolaridade evidencia que 83% dos entrevistados apresentam ensino superior incompleto, 10% apresentam ensino superior completo e 7% apresentam ensino médio completo. As redes sociais mais utilizadas pelos entrevistados foram *Whatsapp* e *Instagram*, ambos com 41%, 10% *Twitter* e 7% o *Facebook*.

Ao serem questionados sobre Economia Solidária, apresentaram as seguintes respostas: 48% afirmaram já terem ouvido falar sobre Economia Solidária, ao passo que 52% afirmaram nunca terem ouvido falar. Após uma explicação breve sobre o que era Economia Solidária, os participantes foram questionados sobre já terem consumido produtos de Economia Solidária, 93% dos entrevistados afirmaram já ter comprado produtos de economia solidária, e 7% nunca haviam comprado algum produto.

Não obstante, foram feitas perguntas sobre a motivação para comprar produtos de EES e como eram realizadas essas compras. A Figura 2 sintetiza os resultados, salientando que era possível respostas múltiplas. No momento da compra, 45% levam em consideração os próprios princípios da Economia Solidária, 28% levam em conta a qualidade, 10% afirmaram observar os preços e outros 10% levam em conta aspectos de saúde quando vão comprar produtos da Economia Solidária. 69% dos entrevistados apontaram outras variáveis consideradas, tais como, a aparência, frescor, sabor, utilidade dos produtos.

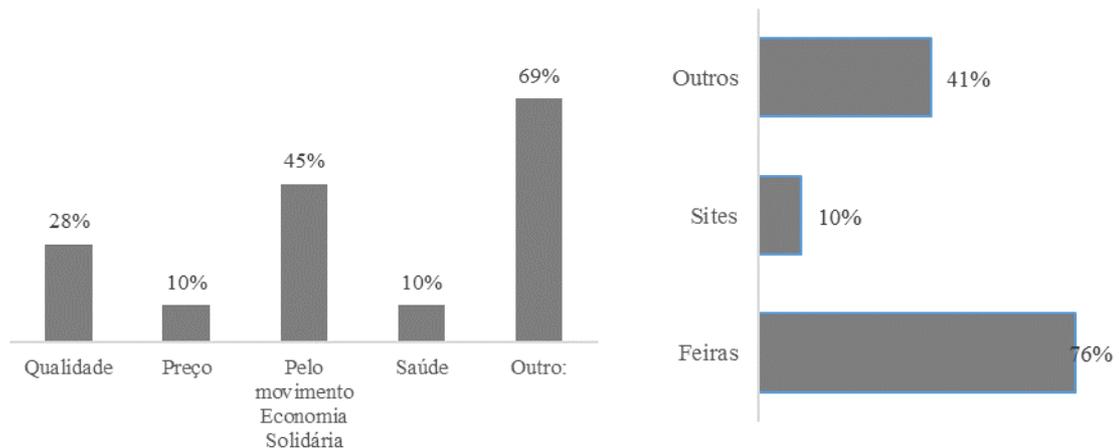


Figura 2 – Motivos ressaltados para comprar de EES e locais onde se realizam as compras

No que se refere aos locais de aquisição dos produtos, 76% dos entrevistados compram em feiras, 10% compram em sites e 41% compram em outros locais, como horta comunitária, pessoalmente, via redes sociais.

Além disso, foram questionados quanto a frequência do consumo desses produtos. A Figura 3 apresenta esses dados e como pode ser observado, 31% compram mensalmente, 24% compram raramente, 21% compram semanalmente, 7% compram a cada dois meses e outros 7% compraram apenas uma vez.

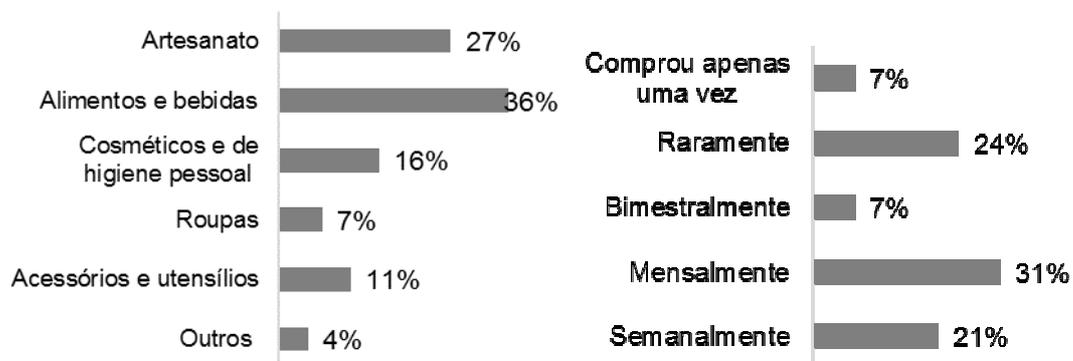


Figura 3 – Produtos de EES mais comprados e frequência de consumo

Quanto aos principais produtos já comprados da Economia Solidária, os dados apontam que 36% são alimentos (*in natura* e processados) e bebidas, 27% artesanato, 16% são cosméticos e de higiene pessoal, 11% são acessórios e utensílios, 7% são roupas e 4% são outros (velas, objetos místicos, etc.).

3. Considerações finais

Dada a importância da Economia Solidária, o projeto “Quitutes e Belezuras” busca implementar a comercialização de produtos dos EES incubados e também de grupos informais que se identificam com o tema, no campus universitário UEM/Sede. No intuito de inter-relacionar ensino, pesquisa e extensão, buscou-se identificar o perfil dos consumidores durante a quarta edição da feira.

Como resultado tem-se que o público da feira é predominantemente feminino (76%), com idade entre 18 e 24 anos (83%) e ensino superior incompleto (83%), o que caracteriza o perfil dos universitários. A renda familiar é de até 4 salários mínimos (62%), e as redes sociais mais utilizadas são o *Whatsapp* e o *Instagram* (41% cada). A maioria do público afirma já ter comprado produtos da Economia Solidária (93%) e o faz geralmente em feiras (76%), com a frequência mensal (31%) ou semanal (21%), o que reforça a necessidade de se estabelecer a cultura da feira no campus universitário, como forma de gerar trabalho e renda aos EES, bem como trazer, de forma periódica, à comunidade acadêmica, outra forma de economia do mundo contemporâneo.

Vale lembrar que a feira de economia solidária proporciona um meio de trocas de experiências, conhecimentos, produtos, culturas e muito mais entre seus participantes. Abre um espaço cultural e artesanal, firmando assim uma parceria com a sociedade, por meio da exposição de produtos e da divulgação de atividades de empreendimentos de Economia Solidária, por meio do Programa de Programa Multidisciplinar de Estudos e Pesquisas sobre o Trabalho e os Movimentos Sociais - Núcleo/Incubadora Unitrabalho – UEM. Importante se faz destacar que o impacto social da feira extrapola números, haja vista atrair as comunidades interna e externa para além do simples processo de comercialização, ou seja, conta com atividades culturais, artísticas e de formação em princípios humanos.

Referências

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. *Técnicas de pesquisa*. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

OLIVEIRA, Marcus Eduardo de. *Os princípios da economia solidária*. 2011. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/artigos/os-principios-da-economia-solidaria>>. Acesso em: 27 out. 2017.