

ORGANICLINE: PLATAFORMA PARA DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Adrielly Santos Silva, Vitória Islaine da Silva Paixão, Mary Fernanda de Sousa de Melo, Jónison Almeida dos Santos

Instituto Federal de Mato Grosso do Sul – Dourados -MS

adriellysantos0603@gmail.com, vitoriapaixao277@gmail.com, mary.melo@ifms.edu.br, jonison.santos@ifms.edu.br

Resumo

O seguinte trabalho tem por objetivo desenvolver uma plataforma para a divulgação de produtos orgânicos, sendo para o uso de comerciantes e consumidores de Dourados e região. Tendo sido incitado pelo interesse dos douradenses no consumo de produtos orgânicos, e a dificuldade em encontrar fornecedores como obstáculo, devido a falta de informações, pois os comerciantes se encontram misturados aos de outras formas de produção em feiras.

Entretanto, mesmo aqueles que vendem em comércios maiores tem seus produtos ofuscados nas prateleiras pelos convencionais, porquanto há uma grande confusão entre os consumidores ocasionada pelos novos alimentos considerado lights, dietéticos, integrais, etc. (CASTRO NETO et. al, 2010).

Portanto, justifica-se o trabalho pela necessidade de um sistema para divulgação de produtos orgânicos de pequenos produtores da região, que dedicam-se ao trabalho da agricultura familiar. Em suma, o site beneficiará ambas as partes envolvidas na comercialização de orgânicos, produtores e consumidores.

Palavras-chave: Agricultura Familiar, Divulgação, Produto orgânico.

Introdução

A busca por uma agricultura sustentável, que venha beneficiar tanto ao meio ambiente quanto a sociedade precisa ser discutida com mais frequência em vários âmbitos. Isto porque esta agricultura beneficia o produtor e o consumidor que optam por estes produtos.

Segundo pesquisas realizadas pela Coordenação de Agroecologia (Coagre) da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), juntamente com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), a área ocupada para produção orgânica no Brasil pode ultrapassar 750 mil hectares registrados em 2016, tendo como motor de impulso, principalmente, a agricultura familiar.

A base de toda produção familiar é, em sua maioria, produtos orgânicos, cerca de 70% dos orgânicos do Brasil são provenientes da agricultura familiar (2009, apud PADUA, 2014). São considerados orgânicos, os produtos cultivados sem a utilização de químicos em seu processo e em que a fertilidade provém somente de

nutrientes contidos no solo (2002, p.5, apud CASTRO NETO et. al, 2010).

Os produtos orgânicos fazem parte da alimentação dos brasileiros e está sendo a base de sustentação de muitas famílias. Para auxiliar no processo de produção, os agricultores dos orgânicos estão buscando informações nos motores de busca da internet, como o Google.

As informações chegam em questões de segundos hoje por causa da velocidade da internet. Utilizando as vantagens que esta nos proporciona, o site, por ser online, ajudará na chegada dessas informações aos seus clientes de modo mais ágil, pois, cerca de 64,7% da população estão conectadas à internet (IBGE, 2016).

Metodologia

Este trabalho está sendo desenvolvido em três etapas. A primeira etapa realizada foi a pesquisa exploratória/descritiva, na qual fez-se um estudo teórico sobre o tema, para ter um embasamento teórico sobre a produção orgânica, e assim conhecer a história e as dificuldades enfrentadas pelos produtores que disponham seu tempo nessa forma de manejo.

Em outra etapa foi feita a coleta de dados, por meio de questionário aplicado aos consumidores e entrevistas realizadas com os produtores douradenses, para análise e levantamento de requisitos, os quais foram utilizados para alimentar a prototipagem do presente projeto.

A última etapa, em andamento, consiste na implementação do site, que está sendo realizada por meio de ferramentas e programas como o editor de texto: Sublime Text, utilizando as linguagens de programação JavaScript, HTML, CSS e frameworks.

Resultados e Discussão

Com a aplicação do questionário e a realização das entrevistas, conquistamos a atenção dos comerciantes e principalmente dos cidadãos de Dourados MS para o fluxo perigoso do processo convencional, ou seja, daquele onde agrotóxicos são usados em grande escala; desta maneira, podemos mostrar o caminho que percorrem e o seu final utilizando estes venenos nas plantações que, conseqüentemente irão penetrar o organismo, trazendo sérios problemas à saúde. Além disso, a pesquisa permitiu conhecer melhor o público alvo e saber a disposição da amostra em relação ao consumo de produtos orgânicos,

sendo que 67,5% dos entrevistados compram ou estariam dispostos a comprar os produtos e, apenas 32,5% responderam que não (Figura 1), 40 pessoas participaram do questionário, tendo a grande maioria mostrado interesse em utilizar a ferramenta online. A pesquisa com ambas as partes interessadas permitiu a visualização de algumas funcionalidades a serem implementadas, como por exemplo o cabeçalho, ou menu (Figura 2).

Você compra produtos orgânicos?

40 respostas

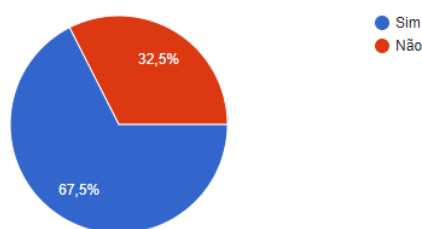


Figura 1. Gráfico do questionário aplicado aos consumidores.



Figura 2. Interface do site (Protótipo de Alta Fidelidade).

Considerações Finais

Espera-se que a plataforma alcance uma grande parcela dos consumidores e produtores, auxiliando estes em seu cotidiano. O site realizará o papel de portal, interligando os gostos dos consumidores com a produção dos comerciantes, obtendo uma elevação nas vendas de produtos orgânicos e diminuindo e ajudando na manutenção do meio ambiente e da saúde humana.

Agradecimentos

Agradecemos primeiramente a Deus pela capacidade intelectual, saúde e coragem, as nossas famílias pelo incentivo incondicional, ao apoio estrutural e pedagógico da Instituição de ensino na qual somos alunas e tem nos possibilitado desenvolver essa ferramenta de apoio social, e aos nossos orientadores por nos guiar e auxiliar neste projeto.

Abstract

The objective of the following work is to develop a platform for the dissemination of organic products, for the use of traders and consumers of Dourados and region. Motivating yourself for the interest of the people by the consumption of organic products, and the difficulty in finding suppliers due to lack of information, as they are used as products of their own products. Given this, the project aims to develop an online tool, as it makes it more feasible to access customers. Therefore, it is justified the work to impose the system of dissemination of organic products of small producers of the region that is dedicated to the work of family and peasant agriculture against a large production that use agrochemicals. In short, the site benefits both parties involved in the marketing of products, producers and consumers.

Referências

CASTRO NETO, Nelson de et al. **PRODUÇÃO ORGÂNICA: UMA POTENCIALIDADE ESTRATÉGICA PARA A AGRICULTURA FAMILIAR**. Percurso, Maringá, v. 2, n. 2, p.73-95, 2010. Semestral.

PADUA, Juliana Benites. **PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS PELA AGRICULTURA FAMILIAR EM MATO GROSSO DO SUL**. 2014. 83 p. Dissertação (Mestrado em agronegócios) - Agronegócio, UFGD, Dourados, 2014. 1.

COELHO, Carlos Nayro. **A EXPANSÃO E O POTENCIAL DO MERCADO MUNDIAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS**. Política Agrícola, Brasília, v. 2, p.09-26, abr. 2001. Trimestral.

DAROLT, Moacir Roberto. **GUIA DO PRODUTOR ORGÂNICO: COMO PRODUZIR ALIMENTOS DE FORMA ECOLÓGICA**. Rio de Janeiro: Sociedade Nacional de Agricultura, 2015. 92 p. (Capacitação Técnica).

G1.BRASIL TEM 116 MILHÕES DE PESSOAS CONECTADAS À INTERNET, DIZ IBGE, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>> Acesso em: 17/10/2018.