



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina

Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*
ESPECIALIZAÇÃO EM MARKETING

CLAUDINA DA SILVA ALVES
MÁRCIO BORGES FIGUEIREDO

VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA CÉLULA DE CONSUMIDORES
RESPONSÁVEIS – CCR – EM LAGES/SC

Lages
2026

CLAUDINA DA SILVA ALVES
MÁRCIO BORGES FIGUEIREDO

**VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA CÉLULA DE CONSUMIDORES
RESPONSÁVEIS – CCR – EM LAGES/SC**

Relatório de pesquisa de campo do
Curso de Pós-Graduação Lato Sensu
- Especialização em Marketing -, do
Câmpus Lages do Instituto Federal
de Santa Catarina, para a obtenção
do certificado de Especialista em
Marketing.

Orientadora: Prof.^a Dra. Joelma
Kremer.

Ficha de Identificação da obra elaborada pelo autor, através do cadastro de ficha de identificação disponível no portal discente do Sistema Integrado de Gestão Acadêmica - SIGAA, do IFSC.

Alves, Claudina da Silva

Viabilidade de implantação de uma célula de consumidores responsáveis ccr em lages/sc / Claudina da Silva Alves / Márcio Borges Figueiredo ; orientador(a): Joelma Kremer. -- : 2026.

65 p.

Trabalho de conclusão de curso (Lato sensu - Especialização) - Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Lages. Curso de Especialização em Marketing, null, 2026.

Inclui referências.

1. Consumo Responsável; Agricultura Familiar; Alimentos Agroecológicos; Comercialização Direta. I. Kremer, Joelma. II. Instituto Federal de Santa Catarina, Curso de Especialização em Marketing. III. Título.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar as possibilidades de implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis (CCR) na cidade de Lages (SC), considerando as percepções de consumidores e agricultores em relação ao consumo de alimentos agroecológicos, à comercialização direta e ao fortalecimento da agricultura familiar. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem quali-quantitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários aplicados a consumidores e agricultores, no período de novembro de 2025 a janeiro de 2026. Os dados foram analisados de forma descritiva e interpretativa, permitindo compreender interesses, motivações e desafios relacionados à adesão ao modelo de CCR. Os resultados indicam elevado interesse dos consumidores em participar de iniciativas como as CCRs, motivados principalmente pela busca por alimentos sem agrotóxicos, qualidade dos produtos, preço justo, apoio à agricultura familiar e conveniência. Também foram identificados desafios relacionados à logística, à personalização das cestas e à necessidade de maior divulgação e clareza sobre o funcionamento da iniciativa. Conclui-se que a implantação de uma CCR na região apresenta potencial de viabilidade, desde que sejam consideradas estratégias de organização e adequação às demandas locais, contribuindo para sistemas alimentares mais sustentáveis e socialmente justos.

Palavras-chave: consumo responsável; agricultura familiar; alimentos agroecológicos; comercialização direta.

ABSTRACT

This study aims to analyze the possibilities for implementing a Responsible Consumer Cell (RCC) in the city of Lages, Santa Catarina, considering the perceptions of consumers and farmers regarding the consumption of agroecological foods, direct commercialization, and the strengthening of family farming. The research is characterized as exploratory and descriptive, with a qualitative and quantitative approach. Data were collected through questionnaires applied to consumers and farmers between November 2025 and January 2026. The data were analyzed descriptively and interpretatively, allowing the identification of interests, motivations, and challenges related to adherence to the RCC model. The results indicate a high level of consumer interest in participating in initiatives such as RCCs, mainly motivated by the search for pesticide-free food, product quality, fair prices, support for family farming, and convenience. Challenges related to logistics, basket customization, and the need for greater dissemination of information about the initiative were also identified. It is concluded that the implementation of an RCC in the region shows potential feasibility, provided that organizational strategies and adaptations to local demands are considered, contributing to more sustainable and socially fair food systems.

Keywords: responsible consumption; family farming; agroecological food; direct commercialization.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Frequência de consumo de alimentos orgânicos/agroecológicos	31
Gráfico 2 Características consideradas mais importantes.....	32
Gráfico 3 Interesse em adquirir cestas semanais	33
Gráfico 4 Disposição para retirar a cesta semanal em um ponto de entrega fixo	34
Gráfico 5 Membros que compõem a família.....	36
Gráfico 6 Faixa de renda mensal.....	37
Gráfico 7 Nome do Condomínio	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Cruzamento: Renda x interesse nas CCR.....	40
Tabela 2 Interesse na CCR x Condomínio.....	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Objetivos	10
1.1.1 Objetivo geral	11
1.1.2 Objetivos específicos	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1 Agricultura familiar e agroecologia	12
2.2 Células de Consumo Responsáveis – CCR de Florianópolis/SC	14
2.2.1 A logística nas CCRs em Florianópolis.....	16
2.3 Contribuições do marketing á dinâmica das CCRs.....	18
2.3.1 O marketing social e sustentável como estratégia de engajamento e transformação nas CCRs.....	18
2.3.2 O marketing de relacionamento como ferramenta essencial na consolidação das CCRs.....	19
2.3.3 O marketing verde aplicado às CCRs como estratégia de valorização socioambiental.....	20
3 METODOLOGIA	22
3.1 Fonte de dados	23
3.2 Elaboração do instrumento de coleta de dados	23
3.2.1 População da pesquisa, o cálculo da amostra e a técnica de amostragem a ser utilizada.....	24
3.2.2 Procedimentos de análise dos dados utilizados	25
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	26
4.1 Modelo de CCR implantado em Florianópolis / SC	26
4.2 Logística empregada para a possível viabilidade de implantação das CCRs em Lages/SC	27
4.3 Perspectivas dos agricultores sobre as Células de Consumidores Responsáveis (CCRs).....	28
4.4 Perspectivas dos consumidores.....	30
4.4.1 Frequência de consumo de alimentos orgânicos ou agroecológicos.....	30
4.4.2 Características consideradas mais importantes na hora da compra de alimentos.....	31
4.4.3 Interesse em adquirir cestas semanais com alimentos agroecológicos	

diretamente de agricultores da região, por meio de um grupo organizado como uma CCR	33
4.4.4 Disposição em retirar a cesta semanal em um ponto de entrega fixo no bairro/condomínio, em dia e horário definidos previamente	34
4.4.5 Motivação para participar de uma iniciativa como uma CCR.....	35
4.4.6 Composição familiar.....	36
4.4.7 Renda familiar mensal	37
4.4.8 Comentários ou sugestões apresentados.....	38
4.4.9 Nome do Condomínio	39
4.5 Identificação dos benefícios e desafios enfrentados por agricultores e consumidores	43
4.6 Reflexão sobre as possibilidades de expansão e replicação do modelo analisado	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE A.....	55
APÊNDICE B.....	57
APÊNDICE C.....	58
APÊNDICE D.....	60

1 INTRODUÇÃO

À medida que a preocupação com a sustentabilidade socioambiental e segurança alimentar cresce, surgem iniciativas que buscam fortalecer a conexão entre quem produz e quem consome. Essas ações incentivam modelos alternativos aos sistemas tradicionais de abastecimento. Um exemplo disso são as Células de Consumidores Responsáveis (CCRs), que integram esse movimento e demonstram a iniciativa inovadora socioeconômica que busca transformar o sistema agroalimentar, aproximando agricultores e consumidores e fortalecendo relações mais conscientes. Conforme Escosteguy *et al.* (2024) destacam, as CCRs constituem-se como instrumentos de inovação social, capazes de articular consumo responsável, sustentabilidade e fortalecimento da agricultura familiar.

Nesse cenário, marcado pela predominância dos sistemas agroalimentares industrializados, as CCRs surgem como estratégias de resistência e inovação, ao proporem novos modelos de produção, distribuição e consumo de alimentos baseados na sustentabilidade e no fortalecimento das relações sociais. Conforme Escosteguy *et al.* (2024), as CCRs configuram-se como experiências de consumo responsável que promovem vínculos diretos entre agricultores e consumidores, favorecendo a construção de mercados mais justos.

Desse modo, as CCRs representam grupos organizados de consumidores que se articulam para adquirir alimentos orgânicos/agroecológicos diretamente de agricultores familiares, por meio de pedidos antecipados e entregas semanais de cestas. Essa dinâmica objetiva incentivar o consumo ético e ampliar o abastecimento de alimentos provenientes da agricultura familiar regional, o que, segundo Rode, Rover e Desconsi (2023), fortalece a agrobiodiversidade e a permanência das famílias no campo. O modelo beneficia tanto os agricultores, que têm venda garantida e custos logísticos reduzidos, quanto os consumidores que acessam alimentos de qualidade a preços competitivos em pontos de partilha próximos, como também aponta Miranda, Escosteguy e Rover (2021) ao analisarem os efeitos positivos das CCRs na democratização do acesso a alimentos saudáveis.

Na região de Lages-SC, iniciativas voltadas à aproximação entre agricultores familiares e consumidores urbanos começaram a ganhar maior estruturação a partir de meados da década de 2010, por meio de ações desenvolvidas pelo Centro Viane

de Educação Popular em parceria com organizações da agroecologia e da agricultura familiar. Em 2015, foi aprovado o projeto “Consumidores e Agricultores em Rede”, cujo objetivo era promover dinâmicas locais e regionais de abastecimento agroecológico, fortalecendo a compra direta de alimentos e encurtando a distância entre campo e cidade (Centro Vianej, 2024). Essas iniciativas dialogam com os princípios posteriormente difundidos pelas Células de Consumidores Responsáveis (CCRs), ao estimular relações de proximidade, consumo consciente e valorização da agricultura familiar. Nesse contexto, a Cooperativa Ecoserra, sediada em Lages, desempenhou papel relevante na comercialização de alimentos agroecológicos e na organização de sistemas de distribuição para consumidores da região, contribuindo para o fortalecimento dos CCC - Circuitos Curtos de Comercialização.

Posto isso, o presente trabalho apresenta como tema: viabilidade de implantação de uma CCR na cidade de Lages/SC, com a pretensão de analisar as potencialidades e os desafios para a consolidação dessa alternativa na região. Para tanto, adotou-se a metodologia com abordagem qualitativa-quantitativa, fundamentada em pesquisa exploratória, com foco na realidade local. O método utilizado contempla a revisão bibliográfica e documental, além da aplicação de questionários aos agricultores e consumidores da região de Lages, buscando compreender suas percepções, interesses e possíveis obstáculos para a implementação de uma CCR no território. Essa escolha metodológica permite uma análise aprofundada do contexto e das especificidades socioprodutivas que podem influenciar na viabilidade do modelo proposto.

A pesquisa foi estruturada com base em referências teóricas que abordam os conceitos de inovação social, circuitos curtos de comercialização e soberania alimentar. Ademais, a fundamentação teórica abrange o campo do marketing, com ênfase nas abordagens de marketing social, marketing de relacionamento e marketing verde, por sua relevância nas dinâmicas das CCRs.

Este estudo justifica-se ao considerar os desafios enfrentados pela agricultura familiar, a concentração do mercado de alimentos e os impactos ambientais da produção convencional, torna-se relevante investigar modelos que valorizem práticas sustentáveis e relações justas entre produtores e consumidores. As CCRs propõem exatamente esse tipo de reconfiguração.

Em relação à definição do problema apontado nesse estudo, diz respeito à

implantação de uma CCR na cidade de Lages/SC, embora promissora pelo potencial de fomento à agricultura familiar e ao consumo consciente, apresenta uma situação problemática centrada em desafios logísticos e de engajamento comunitário, que são essenciais à expansão da metodologia para novas regiões.

Primeiramente, no que tange à oferta de alimentos agroecológicos, a metodologia das CCRs exige a identificação e articulação de um grupo de agricultores orgânicos certificados para o fornecimento contínuo das cestas que estejam aptos e dispostos a entrar nesse modelo de venda direta e antecipada.

Em segundo lugar, do lado dos consumidores e da autogestão do grupo, existe um desafio significativo. Para formar uma nova Célula, é necessário reunir um grupo mínimo de pessoas interessadas em adquirir as cestas. Essas pessoas devem estar dispostas a um modelo de compra com pagamento antecipado e cestas fechadas, ou seja, sem a opção da escolha individual dos produtos, aceitando a variedade sazonal disponível.

Em uma cidade onde o conceito de CCR ainda não é amplamente conhecido, a formação de um grupo com interesses e objetivos comuns, capazes de se organizar para reuniões periódicas, eleger uma coordenação rotativa, cumprir as responsabilidades compartilhadas (como prazos de pagamento e retirada das cestas) e manter o ponto de partilha limpo e organizado, pode ser um grande obstáculo.

Desse modo, considerando a necessidade de articular uma rede local de agricultores familiares orgânicos/agroecológicos para o abastecimento regular das cestas e a exigência de um alto nível de engajamento e gestão por parte de um grupo de consumidores na formação e manutenção do ponto de partilha, quais estratégias são fundamentais para superar os desafios logísticos e de mobilização comunitária e, assim, viabilizar a implantação e a sustentabilidade de uma Célula de Consumidores Responsáveis na cidade de Lages/SC?

Com base na justificativa e situação problemática levantada, este estudo propõe os objetivos destacados na sequência.

1.1 Objetivos

Os objetivos aqui descritos determinam o que o estudo em questão pretende alcançar com a realização da pesquisa.

1.1.1 Objetivo geral

Analisar a viabilidade de implantação das CCRs, na cidade de Lages/SC.

1.1.2 Objetivos específicos

- Descrever o modelo de CCR implantado em Florianópolis /SC;
- Demonstrar a logística empregada para a possível viabilidade de implantação das CCR em Lages/SC;
- Entrevistar agricultores e consumidores para o levantamento de suas perspectivas a respeito das CCRs.
- Identificar os benefícios e desafios enfrentados pelos agricultores e consumidores;
- Refletir sobre as possibilidades de expansão e replicação do modelo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A revisão de literatura foi elaborada em conformidade com o tema proposto, tendo como principal base referencial a cartilha das Células de Consumidores Responsáveis, organizada por Isadora Leite Escosteguy *et al.* (2024). Complementarmente, o embasamento teórico foi aprofundado por meio da análise de obras e autores especializados em áreas correlatas, como agricultura familiar, agroecologia, as CCR em Florianópolis e as contribuições do marketing, procurando sustentar conceitualmente as discussões desenvolvidas neste trabalho e buscando mostrar os pontos de vista convergentes e divergentes entre os autores.

Assim, a elaboração da estrutura conceitual subsidiará o desenvolvimento da pesquisa permitindo um mapeamento do que anteriormente foi escrito e quem escreveu sobre este assunto.

2.1 Agricultura familiar e agroecologia

A agricultura familiar pode ser compreendida como um elemento estratégico tanto para a produção de alimentos quanto para a preservação ambiental nos territórios em que está inserida. Ao promover o uso sustentável dos recursos naturais, preservar a diversidade produtiva e fortalecer os vínculos sociais e culturais das comunidades rurais, esse modelo contribui diretamente para o desenvolvimento territorial e para a segurança alimentar e nutricional.

Conforme Vogt *et al.* (2012), a agricultura familiar de base agroecológica enfatiza o resgate da produção de alimentos saudáveis sem comprometer a dinâmica dos ciclos da natureza. Assim, destaca-se um modo de produção baseado na agrobiodiversidade, onde resgatar e conservar sementes crioulas e sistemas tradicionais tem um papel fundamental na segurança alimentar e nutricional e na soberania alimentar das famílias dos agricultores e de suas comunidades.

Para Altieri (2012), a agroecologia não é apenas um conjunto de técnicas sustentáveis, mas sim uma proposta de transformação profunda do modelo agrícola vigente, opondo-se ao modelo agroindustrial dominante. A agroecologia surge como uma alternativa sustentável ao modelo agroindustrial, promovendo a integração entre o conhecimento tradicional dos agricultores e as práticas agrícolas

sustentáveis. A agricultura familiar é caracterizada por pequenas propriedades, gestão familiar e diversidade produtiva, sendo responsável por significativa parte dos alimentos que abastecem o mercado interno.

Nesse sentido, a agroecologia reconhece e valoriza os saberes tradicionais desenvolvidos pelos agricultores ao longo do tempo, considerando-os fundamentais para a construção de sistemas produtivos mais sustentáveis. Ao articular esse conhecimento empírico com técnicas agrícolas contemporâneas que respeitam os ciclos ecológicos, busca-se promover uma produção de alimentos que seja ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável. Essa abordagem integradora contribui para o uso equilibrado dos recursos naturais, a conservação da biodiversidade e o fortalecimento da autonomia dos agricultores e das comunidades rurais.

No Brasil, segundo Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa):

No Brasil, a agricultura familiar ocupa uma extensão de área de 80,9 milhões de hectares, o que representa 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros. O levantamento do Censo Agropecuário de 2017, realizado em mais de 5 milhões de propriedades rurais de todo o Brasil, aponta que 77% dos estabelecimentos agrícolas do País foram classificados como de agricultura familiar. Ainda segundo as estatísticas, a agricultura familiar empregava mais de 10 milhões de pessoas em setembro de 2017, o que corresponde a 67% do total de pessoas ocupadas na agropecuária, sendo responsável pela renda de 40% da população economicamente ativa. (Embrapa, 2025, p.1).

Considerando esse panorama, o segmento da agricultura familiar revela-se fundamental para a segurança alimentar no Brasil. Mesmo diante de recursos limitados e diversos desafios estruturais, os agricultores familiares contribuem de forma significativa para o abastecimento do mercado interno, garantindo o acesso a alimentos frescos e diversificados.

Nesse cenário, têm ganhado destaque os modelos de comercialização que favorecem a geração de renda local, a preservação ambiental e o fortalecimento da agricultura de base familiar, ao mesmo tempo em que promovem o acesso a alimentos saudáveis. Entre esses modelos, destacam-se os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), que, conforme Silva e Schneider (2010) são caracterizados pela redução das distâncias físicas e sociais entre produtores e consumidores e, segundo Souza, Rover e Nodari (2021), recebem muito incentivo por parte dos movimentos sociais ligados à agricultura familiar e agroecologia.

Assim, as Células de Consumidores Responsáveis (CCR) exemplificam bem essa dinâmica, ao promoverem a entrega regular de cestas diretamente dos agricultores aos consumidores, eliminando intermediários e fortalecendo os vínculos de confiança e solidariedade entre as partes envolvidas conforme apresentado no tópico a seguir sobre as CCR em Florianópolis/SC.

2.2 Células de Consumo Responsáveis – CCR de Florianópolis/SC

As CCRs propõem uma comercialização de venda direta que aproxima produtores e consumidores, reduzindo intermediários dessa forma, fortalece uma relação de confiança entre ambos ao mesmo tempo em que contribui para a valorização dos produtos da agricultura familiar, na sustentabilidade socioeconômica e ambiental o que impacta na percepção do consumidor, nas suas escolhas dentro do sistema agroalimentar, “um consumo responsável se inicia quando o consumidor entende que ao comprar um produto não está apenas realizando uma compra, mas apoiando modos de produção e financiando todo um sistema alimentar”. (Escosteguy *et al.*, 2024, p. 8).

Criada em 2016 pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (Lacaf/UFSC), a metodologia das CCRs foi inicialmente implantada em Florianópolis/SC. Hoje são 34 Células já criadas e geridas de forma autônoma, dentro e fora do território, desde 2019. Atualmente, em Santa Catarina, o projeto envolve cerca de 45 famílias agricultoras e comercializa aproximadamente 400 cestas semanalmente. Os pontos de partilha estão localizados em Florianópolis (14), Biguaçu (1), Palhoça (1) e São José (1) (Escosteguy *et al.*, 2024).

Entre as práticas agroecológicas adotadas pelas CCRs, destaca-se a importância da certificação orgânica como forma de garantir a qualidade dos alimentos produzidos e a confiança dos consumidores no processo produtivo. Essa certificação oferece segurança ao consumidor ao assegurar que os alimentos adquiridos foram produzidos conforme os princípios da agroecologia e da produção orgânica.

Os grupos de agricultores que abastecem as CCR são certificados pela Rede Ecovida de Agroecologia. A Ecovida certifica a conformidade orgânica dos produtos, através de seu Sistema Participativo de Garantia (SPG), conforme a regulamentação da Lei 10831/03. (Souza, Rover e Nodari, 2021, p.273).

Os acordos entre os grupos de agricultores e consumidores são formalizados por meio de um termo de responsabilidades compartilhadas, com o objetivo de promover um processo de co-responsabilização mútua.

Este termo é construído de maneira coletiva, em reuniões de planejamento e avaliação de cada Célula, com a presença dos consumidores (as) e agricultores (as), e mediação dos membros do LACAF/ UFSC. No intuito de organizar todo o processo, o documento tem o objetivo de instituir um ambiente de co-responsabilização entre as partes. (Escosteguy et al., 2024, p.18)

Refletir sobre as CCRs enquanto uma inovação social ajuda a entender uma mudança em curso que vem redesenhando mecanismos de governança agroalimentar de alimentos saudáveis em territórios locais. As CCRs são uma inovação social que impulsiona processos territoriais socioambientalmente enraizados, proporciona valorização dos atores sociais rurais, planejamento de produção, relações de confiança e de justiça socioeconômica que promovem maior democracia alimentar (Hassanein, 2003; Renting, Schermer e Rossi, 2012; Miranda, 2020).

Nesse contexto, o trabalho dos agricultores familiares tem contribuído significativamente para a geração de renda, especialmente com o protagonismo das mulheres nas etapas de produção, organização e interação com os consumidores, além de favorecer o retorno dos jovens ao campo e a ampliação da participação de outros agricultores na dinâmica das células (Souza, Rover e Nodari, 2021).

Diante disso, as CCRs representam mais do que uma forma alternativa de comercialização: elas reconfiguram a governança agroalimentar local, ao criarem dinâmicas entre produção, distribuição e consumo de alimentos saudáveis. Ao envolverem diretamente produtores e consumidores em processos baseados na confiança mútua, no planejamento conjunto da produção e na valorização dos atores sociais rurais, essas redes fortalecem a justiça socioeconômica, combatem a invisibilidade da agricultura familiar e contribuem para uma maior democracia alimentar, ou seja, para o direito de todos ao acesso digno e sustentável a alimentos de qualidade. Assim, as CCRs atuam como catalisadoras de mudanças estruturais nos territórios em que estão inseridas, ao promoverem vínculos sociais mais sólidos, práticas de produção sustentáveis e a soberania alimentar das comunidades.

No entanto, para que essas transformações se concretizem de maneira eficaz, é essencial compreender como se organizam os processos logísticos que sustentam essas iniciativas. Nesse sentido, a experiência das CCRs em Florianópolis oferece um exemplo prático de como a gestão logística, desde o planejamento da produção até a entrega das cestas, pode fortalecer a articulação entre agricultores e consumidores, garantir a viabilidade operacional e manter a confiança nas relações de troca.

2.2.1 A logística nas CCRs em Florianópolis

A logística das CCRs em Florianópolis constitui um dos pilares que sustentam a viabilidade e a efetividade dessas iniciativas. Diferentemente dos sistemas convencionais de distribuição de alimentos, a logística nas CCRs é marcada pela horizontalidade, pela autogestão e pelo compromisso coletivo entre agricultores e consumidores. “A logística das CCRs é organizada de forma horizontal, com divisão de tarefas entre agricultores e consumidores, o que garante maior autonomia e corresponsabilidade entre os envolvidos” (Escosteguy *et al.*, 2024, p. 18).

Desse modo, observa-se de que nas CCRs não há hierarquia rígida, mas sim uma gestão compartilhada, característica que contribui para o fortalecimento dos vínculos comunitários e da transparência no processo de comercialização. Assim, funcionamento das CCRs é caracterizado pela autogestão e corresponsabilização.

No início de cada mês, os consumidores escolhem o modelo de cesta (pequena ou grande) e realizam o pagamento antecipado para o ciclo mensal. As entregas ocorrem em um ponto de partilha fixo, onde os consumidores retiram suas cestas em dia e horário combinados.

Os consumidores não escolhem os produtos que irão compor as cestas, entretanto, podem optar pela substituição ou não recebimento de um dos produtos da cesta, sabendo que os agricultores devem garantir o peso aproximado e a diversidade mínima de produtos. (Escosteguy *et al.*, 2024, p.13).

De acordo com Escosteguy *et al.* (2024), os consumidores escolhem entre dois modelos de cestas a pequena, com no mínimo sete itens, e a grande, com ao menos doze, sendo que o pagamento é antecipado, por meio de depósito ou transferência bancária. A retirada dos produtos é feita semanalmente em pontos de

partilha, previamente estabelecidos por cada célula. As cestas são entregues em formato fechado, sendo compostas conforme a disponibilidade dos produtos e a sazonalidade agrícola. Essa logística garante regularidade nas entregas e previsibilidade na produção, além de reforçar a transparência no relacionamento entre os atores envolvidos.

Ainda segundo a Cartilha das CCR, esses pontos de partilha funcionam como espaços de troca, onde não apenas os alimentos são entregues, mas também se desenvolvem vínculos, confiança e pertencimento: “as atividades logísticas são organizadas de maneira colaborativa, com responsabilidades divididas entre os consumidores e produtores, o que contribui para fortalecer o engajamento e o comprometimento mútuo” (Escosteguy *et al.*, 2024, p. 28).

Além disso, o modelo logístico das CCR reduz custos com armazenamento, transporte de longa distância e perdas pós-colheita, já que os produtos são colhidos sob demanda e entregues diretamente aos consumidores finais. Segundo Rode, Rover e Desconsi (2023), essa proximidade geográfica entre os atores permite uma logística mais eficiente e ecológica, alinhada aos princípios da agroecologia e do consumo consciente.

Em síntese, a logística nas CCR de Florianópolis articula eficiência operacional, responsabilidade compartilhada e valores socioambientais, revelando-se um componente essencial na construção de sistemas alimentares mais justos, sustentáveis e enraizados nos territórios.

Isso posto, os tópicos a seguir contemplam o campo do marketing, abordando inicialmente o marketing sustentável, entendido como uma estratégia que integra preocupações sociais, econômicas e ambientais na promoção de produtos e serviços. Em seguida, o marketing de relacionamento é analisado por seu papel na construção de vínculos duradouros entre produtores e consumidores dentro das CCRs, sustentados por confiança, diálogo e reciprocidade.

Por fim, o marketing verde é incorporado à discussão por sua relevância na valorização de produtos agroecológicos e na comunicação de atributos sustentáveis, contribuindo para o engajamento de consumidores conscientes e o fortalecimento de práticas comerciais éticas e ambientalmente responsáveis.

2.3 Contribuições do marketing á dinâmica das CCRs

As Células de Consumidores Responsáveis (CCRs), ao se configurarem como canais curtos de comercialização, vêm sendo analisadas sob a perspectiva do marketing como ferramentas que promovem a aproximação entre produtores e consumidores. Essa aproximação estimula relações mais humanas e transparentes, fortalecendo o sentimento de pertencimento, confiança mútua e fidelização elementos centrais para dinâmicas sustentáveis e duradouras. As CCRs contribuem, portanto, para a ressignificação de práticas mercadológicas ao incorporar valores éticos, ambientais e relacionais à comercialização de alimentos.

2.3.1 O marketing social e sustentável como estratégia de engajamento e transformação nas CCRs

O marketing social e sustentável desempenha um papel fundamental nas estratégias de valorização e fortalecimento das CCRs, ao articular práticas de produção agroecológica com a promoção de valores sociais, éticos e ambientais. Diferentemente do marketing convencional, que busca exclusivamente a maximização do lucro, o marketing social visa provocar mudanças positivas de comportamento em prol do bem-estar coletivo.

Segundo Kotler e Lee (2019, p. 29), o marketing social é "o uso de princípios e técnicas de marketing para influenciar comportamentos que beneficiem indivíduos e comunidades em termos de bem-estar social". Nesse sentido, as CCRs se destacam como espaços onde o consumo é resignificado a partir de valores como cooperação, justiça social, solidariedade e sustentabilidade ambiental.

Além disso, o marketing sustentável complementa essa abordagem ao incorporar práticas e discursos que reforçam o compromisso com o meio ambiente e com o consumo consciente. De acordo com Souza, T. et al. (2020), o marketing sustentável busca promover produtos e práticas que gerem valor não apenas econômico, mas também socioambiental, contribuindo para a construção de cadeias mais responsáveis e transparentes.

A articulação desses dois enfoques no contexto das CCRs cria um ambiente de diálogo e corresponsabilidade entre produtores e consumidores. Miranda,

Escosteguy e Rover (2021) demonstram, em estudo sobre experiências em Florianópolis-SC, que a comunicação sobre os princípios da agroecologia, aliada à transparência nas práticas de produção, fortalece o engajamento dos consumidores, promovendo fidelização e uma maior percepção de valor simbólico dos alimentos.

Ainda segundo Rosa e Magalhães (2019, p. 86), o marketing social e sustentável pode “funcionar como instrumento de transformação cultural e econômica, ao estimular práticas de consumo alinhadas com a preservação ambiental e o comércio justo”. Esse efeito transformador é observado nas CCRs, que não apenas comercializam alimentos, mas também constroem redes baseadas em confiança, educação ambiental e participação cidadã.

Portanto, a adoção de estratégias de marketing social e sustentável nas CCRs contribui para o fortalecimento das relações socioeconômicas locais, promovendo mudanças culturais duradouras e ampliando o alcance de práticas agroecológicas no mercado de alimentos.

2.3.2 O marketing de relacionamento como ferramenta essencial na consolidação das CCRs

O marketing de relacionamento é fundamental para a construção de vínculos duradouros entre produtores e consumidores nas CCRs, sustentando-se em confiança, diálogo contínuo e benefício recíproco. Segundo Lovelock e Wirtz (2016, p. 158), “o marketing de relacionamento tem como objetivo estabelecer, manter e fortalecer relacionamentos com os clientes, em vez de focar apenas em transações isoladas”.

A experiência das CCRs em Florianópolis-SC, analisada por Miranda, Escosteguy e Rover (2021, p. 273), revela que essas iniciativas promovem relações baseadas na transparência e confiança: “os consumidores apresentaram um nível crescente de consciência sobre consumo responsável [...] e manifestaram satisfação, comprometimento e fidelidade à iniciativa”. Essa constatação confirma os fundamentos do marketing de relacionamento, que enfatizam a regularidade nos contatos, a empatia e a reciprocidade como pilares para a fidelização do cliente.

Ademais, as CCRs atuam como “modelo eficaz de tecnologia social que ajuda a articular novas relações entre produção e consumo de alimentos”, conforme destacam Miranda, Escosteguy e Rover (2021, p. 274), demonstrando o potencial

dessas iniciativas para ressignificar padrões de abastecimento e atribuição de valor aos alimentos orgânicos. Já Rode, Rover e Desconsi (2023) ressaltam que a proximidade geográfica e relacional entre os atores nas CCRs fortalece a agrobiodiversidade e promove a participação ativa tanto de agricultores quanto de consumidores nas dinâmicas locais. Essa interação direta e colaborativa representa uma forma de marketing sustentável, legitimando os alimentos pela experiência e pela comunicação constante.

2.3.3 O marketing verde aplicado às CCRs como estratégia de valorização socioambiental

As práticas adotadas nas CCRs também se relacionam aos princípios do marketing verde, uma vez que promovem alimentos sustentáveis oriundos da agroecologia, com menor impacto ambiental e maior justiça socioeconômica. Segundo Souza, M. *et al.* (2020, p. 112), o marketing verde consiste na “comunicação de atributos sustentáveis dos produtos e processos como estratégia para gerar valor e engajamento do consumidor”.

Nesse sentido, Peattie (2001) foi um dos primeiros autores a sistematizar o conceito de marketing verde como uma abordagem voltada à promoção de bens e serviços com menor impacto ambiental. Em uma perspectiva mais atual, Ottman (2017) amplia essa definição ao tratá-lo como um conjunto de práticas de gestão que incorporam valores sustentáveis à imagem das marcas e produtos, direcionando-se a consumidores conscientes. Complementando esse entendimento, Costa, Freitas e Bento (2019) afirmam que ações de marketing verde não apenas fortalecem a imagem positiva de produtos ecológicos, mas também agregam valor simbólico e emocional ao engajar consumidores em causas socioambientais.

Nas CCRs, essa estratégia se materializa, por exemplo, na divulgação dos atributos agroecológicos dos alimentos por meio de rodas de conversa, materiais educativos e visitas às propriedades. Tais práticas aumentam a percepção de valor ambiental dos produtos e fomentam o engajamento dos consumidores. Conforme observam Almeida e Campos (2022), ações de marketing verde em cadeias curtas de comercialização promovem o comprometimento do consumidor ao reforçar narrativas de sustentabilidade, reduzindo a assimetria de informações e consolidando laços duradouros com os agricultores.

Rosa e Magalhães (2019, p. 86) complementam que o marketing verde “pode funcionar como um instrumento de transformação cultural e econômica, à medida que estimula práticas de consumo alinhadas com a preservação ambiental e o comércio justo”. Tal perspectiva é especialmente relevante no contexto das CCRs, onde o processo de compra está fortemente ancorado em valores coletivos e ambientais e também há conveniência.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho possui abordagem qualitativa, quantitativa de caráter exploratório e descritivo, voltado à análise da viabilidade de implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis (CCR) na região Sul do Brasil. O estudo busca compreender o funcionamento, os desafios e as potencialidades dessa experiência concreta já existente em Florianópolis considerando sua possível replicação em outros contextos territoriais, como na Serra Catarinense, município de Lages.

A pesquisa qualitativa foi utilizada para compreender a profundidade das interações e percepções dos envolvidos e “independentemente do título e do tema pesquisado, os objetivos de uma pesquisa qualitativa envolvem a descrição de certo fenômeno, caracterizando sua ocorrência e relacionando-o com outros fatores”. (Casarin; Casarin, 2012, p. 33).

A abordagem quantitativa foi adotada por possibilitar a coleta e análise de dados mensuráveis, permitindo a utilização de procedimentos estatísticos para interpretação dos resultados, conforme destacam Richardson (2017) e Gil (2019).

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa é exploratória, pois busca proporcionar maior familiaridade com o tema das CCR, ainda pouco estudado no contexto local, visando torná-lo mais explícito e compreensível, conforme definição apresentada por Gil (2019). Esse caráter exploratório justifica-se pela necessidade de compreender percepções, interesses e possíveis barreiras enfrentadas pelos consumidores em relação a pertencer a CCR.

A pesquisa caracteriza-se também como descritiva, uma vez que busca identificar e analisar, por meio de dados qualitativos, aspectos relevantes das características observadas nos sujeitos investigados. Esse tipo de abordagem permite delinear com maior clareza o perfil dos participantes e compreender fenômenos em contextos específicos. Conforme Gil (2019), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, sendo amplamente utilizada para levantar opiniões, comportamentos e percepções.

3.1 Fonte de dados

As informações obtidas foram levantadas diretamente de fontes primárias, como agricultores e consumidores em contextos específicos relacionados ao objeto de estudo.

São considerados dados primários, pois estão sendo coletados pela primeira vez, exclusivamente para responder a problemática que norteia o trabalho. Sendo dados relevantes para o problema que está sendo investigado, permite análise mais precisa e direcionada com o controle sobre o processo e a confiabilidade das informações obtidas. Segundo Gil (2019), os dados primários são coletados especificamente para os fins do estudo em questão, o que confere maior adequação às necessidades da pesquisa e maior validade às interpretações.

3.2 Elaboração do instrumento de coleta de dados

Para a coleta de dados desta pesquisa, foram elaborados dois questionários (disponíveis no Apêndice A e Apêndice B) estruturados: um direcionado aos agricultores familiares do município de Lages (SC) e outro voltados aos consumidores locais condomínios selecionados por conveniência dos pesquisadores. Ambos os instrumentos foram construídos com base nos objetivos específicos do estudo, considerando os aspectos relevantes à viabilidade de implantação de uma CCR na região.

O questionário destinado aos agricultores tem como objetivo identificar as perspectivas, interesses e possíveis entraves percebidos pelos produtores em relação à criação de uma CCR. As perguntas abordam práticas produtivas, formas de comercialização, experiências com venda direta, percepção sobre consumo responsável e disposição para participação em uma iniciativa colaborativa.

Por sua vez, o questionário aplicado aos consumidores, específicos de condomínios, busca compreender seus hábitos alimentares, interesse por produtos agroecológicos, critérios de escolha no momento da compra, abertura para a aquisição de cestas semanais e disponibilidade para retirada em pontos de partilha. Com isso, pretende-se avaliar o potencial de aceitação e engajamento da comunidade urbana nesse modelo de comercialização alternativa.

A elaboração dos questionários seguiu critérios de clareza, coerência e relevância, contemplando perguntas fechadas e abertas para possibilitar tanto a quantificação dos dados quanto à coleta de percepções subjetivas dos participantes. Conforme destaca Gil (2019), o uso adequado de instrumentos bem estruturados contribui para a confiabilidade e a validade dos dados obtidos, especialmente em pesquisas qualitativas com foco em compreensão social e contextual.

Os questionários passaram por avaliação preliminar com pesquisadores da área, sendo ajustados com base em sugestões de melhoria quanto à linguagem e aplicabilidade no campo. A versão final foi organizada na plataforma do Google Forms e em formato impresso, acompanhada de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), conforme as diretrizes éticas da pesquisa.

3.2.1 População da pesquisa, o cálculo da amostra e a técnica de amostragem a ser utilizada.

A população da presente pesquisa é composta por dois grupos distintos: os agricultores familiares do município de Lages (SC), mais especificamente os agricultores da Agrilages (Associação dos Agricultores Familiares de Lages) e os consumidores dos condomínios (Condomínio Cacimba, Coral III, Green Ville, Morada do Sol, Moradas Lages), da mesma localidade. Ambos os públicos estão diretamente relacionados à proposta de implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis - CCR na região, sendo a Agrilages um potencial fornecedor dos produtos das cestas e os residentes dos condomínios os potenciais consumidores, portanto, os principais sujeitos interessados e afetados pela iniciativa.

No grupo dos agricultores, foram priorizados aqueles que atuam com práticas agroecológicas ou produção orgânica, com potencial ou interesse em comercialização direta. Para os consumidores, foi considerado um grupo específico, pessoas moradoras em condomínios.

O número total de entrevistados foi definido de acordo com a saturação das informações, isto é, o ponto em que as respostas se tornarem recorrentes e não surgirem novos elementos relevantes. Essa técnica é comumente utilizada em abordagens qualitativas, conforme defendido por Minayo (2012), e garante profundidade e riqueza na análise dos dados obtidos.

3.2.2 Procedimentos de análise dos dados utilizados

Os dados obtidos por meio dos questionários aplicados junto aos agricultores e consumidores foram analisados a partir de uma abordagem quali-quantitativa, combinando técnicas de análise estatística descritiva com análise qualitativa de conteúdo. Essa estratégia permitiu compreender, de forma integrada, as percepções, os interesses, as expectativas e os possíveis entraves para a implantação de uma CCR na região de Lages (SC).

No que se refere à abordagem quantitativa, as respostas fechadas do questionário foram sistematizadas, tabuladas e analisadas por meio de frequências absolutas e relativas (percentuais), possibilitando a visualização dos resultados em gráficos e tabelas. Essa etapa permitiu identificar tendências gerais, padrões de comportamento e o perfil dos participantes, contribuindo para a caracterização do público consumidor e para a avaliação do potencial de adesão ao modelo de CCR.

Paralelamente, os dados qualitativos provenientes das questões abertas foram organizados e submetidos à análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016). Inicialmente, realizou-se a leitura flutuante das respostas, seguida pela categorização temática, permitindo agrupar os dados em núcleos de sentido semelhantes. As informações foram analisadas de forma descritiva e interpretativa, considerando os contextos sociais e culturais dos respondentes.

A análise comparativa entre agricultores e consumidores possibilitou identificar aspectos convergentes e divergentes entre os grupos, evidenciando sinergias, desafios e lacunas relacionadas à viabilidade da iniciativa. Esse processo contribuiu para a construção de uma análise crítica e fundamentada sobre as potencialidades e limitações locais, servindo de base para as discussões e recomendações apresentadas ao final do estudo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base no objetivo geral e nos objetivos específicos propostos neste trabalho, apresenta-se, neste capítulo, a análise e discussão dos resultados obtidos. O objetivo geral consiste em analisar a viabilidade de implantação das Células de Consumidores Responsáveis (CCR) no município de Lages/SC.

Como objetivos específicos, buscou-se: descrever o modelo de CCR implantado em Florianópolis/SC; demonstrar a logística empregada para a possível viabilidade de implantação da CCR em Lages/SC; entrevistar agricultores e consumidores para o levantamento de suas perspectivas a respeito das CCRs; identificar os benefícios e desafios enfrentados por agricultores e consumidores; e refletir sobre as possibilidades de expansão e replicação do modelo analisado.

4.1 Modelo de CCR implantado em Florianópolis / SC

O modelo de Células de Consumidores Responsáveis implantado em Florianópolis/SC foi apresentado de forma detalhada nos tópicos 2.2 e 2.2.1 deste trabalho. Para a construção desse objetivo específico, realizou-se um levantamento baseado na *Cartilha das Células de Consumidores Responsáveis*, organizada por Isadora Leite Escosteguy *et al.* (2024), a qual descreve o processo de implantação e funcionamento das CCRs no município.

Neste tópico, as informações anteriormente apresentadas são retomadas de forma sintética, com o intuito de contextualizar o modelo analisado e subsidiar a compreensão dos demais objetivos da pesquisa.

Segundo Escosteguy *et al.* (2024), as CCRs em Florianópolis foram criadas no ano de 2016 pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (Lacaf/UFSC). O modelo baseia-se em acordos formalizados por meio de um termo de responsabilidades compartilhadas, promovendo um processo de corresponsabilidade entre agricultores e consumidores.

As práticas adotadas pelas CCRs, conforme Souza, Rover e Nodari (2021), contam com certificação orgânica por meio da Rede Ecovida de Agroecologia, o que contribui para a credibilidade do sistema e para o fortalecimento da produção agroecológica.

Observa-se que a gestão das CCRs ocorre de forma compartilhada,

fortalecendo os vínculos comunitários e a participação ativa dos envolvidos. Nesse sentido, a logística adotada caracteriza-se como horizontal, conforme destacado por Escosteguy *et al.* (2024), uma vez que se fundamenta na autogestão, no compromisso coletivo e na cooperação entre agricultores e consumidores.

De acordo com Escosteguy *et al.* (2024), os consumidores não escolhem individualmente os produtos que compõem as cestas, as quais são entregues em formato fechado, respeitando critérios de peso aproximado e diversidade mínima. No entanto, é possível optar pela substituição ou não recebimento de determinados itens. Os consumidores podem escolher entre dois tamanhos de cestas — pequena ou grande — com pagamento antecipado, sendo a retirada realizada semanalmente em pontos de partilha previamente definidos. A composição das cestas ocorre conforme a disponibilidade e a sazonalidade dos produtos, assegurando regularidade nas entregas, previsibilidade produtiva e transparência na relação entre agricultores e consumidores.

4.2 Logística empregada para a possível viabilidade de implantação das CCRs em Lages/SC

O cenário para a aplicação da logística das CCRs na cidade de Lages em Santa Catarina, envolve fatores territoriais, organizacionais e institucionais que influenciam diretamente a sua viabilidade. No município de Lages/SC, foram identificados pontos fixos potenciais para a entrega das cestas em condomínios residenciais, sendo eles: Cacimba, Coral III, Green Ville, Morada do Sol, Moradas Lages. A escolha desses locais se justifica pela concentração de consumidores em um mesmo espaço, o que contribui para a otimização da distribuição, redução de custos logísticos e maior previsibilidade das entregas.

Definidos os pontos de entrega, hipoteticamente, em cada condomínio, o passo seguinte consiste na organização junto aos agricultores quanto à produção, à definição de valores e ao cronograma de entregas, respeitando a sazonalidade dos produtos. Essa etapa exige uma gestão coletiva do grupo de agricultores, alinhada aos princípios das CCRs, uma vez que a composição das cestas depende da disponibilidade produtiva e do planejamento prévio das colheitas. Tal organização logística favorece a redução de desperdícios, o equilíbrio entre oferta e demanda e a garantia de regularidade no abastecimento das cestas.

Os agricultores participantes deste estudo integram a Agrilages (Associação dos Agricultores Familiares de Lages) e estão fazendo parte de um projeto de extensão coordenado pelo IFSC que se relaciona com a agricultura familiar e com a agroecologia, o que representa um fator facilitador para a implantação das CCRs na região e facilitou o acesso dos pesquisadores a potenciais fornecedores das cestas as células. A associação já possui experiência em processos organizativos, administrativos e comerciais, uma vez que seus membros participam de outras modalidades de comercialização, como licitações promovidas pela Prefeitura Municipal de Lages, especialmente para o fornecimento de alimentos destinados à merenda escolar da rede municipal. Dessa forma, a Agrilages oferece suporte técnico e administrativo que pode ser incorporado à gestão das CCRs, reduzindo barreiras operacionais e fortalecendo a viabilidade do modelo proposto.

Assim, observa-se que a existência de pontos fixos de entrega, aliada à organização prévia dos agricultores por meio de uma associação estruturada, configura um arranjo logístico favorável à implantação das CCRs na Serra Catarinense. Esses elementos contribuem para a eficiência da distribuição, a previsibilidade produtiva e o fortalecimento das relações entre agricultores e consumidores, aspectos centrais para a sustentabilidade do modelo.

4.3 Perspectivas dos agricultores sobre as Células de Consumidores Responsáveis (CCRs)

O questionário aos agricultores vinculados à Agrilages foi aplicado á eles nos dias 14 de novembro e 05 de dezembro de 2025, durante os intervalos dos cursos de Agroecologia e Compostagem, promovidos no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Ao todo, participaram da pesquisa dez agricultores familiares, aos quais foi aplicado um questionário composto por oito questões, conforme apresentado no Apêndice A deste trabalho.

Os resultados indicam que, embora apenas dois dos agricultores entrevistados possuam produção orgânica certificada, os demais oito, que atuam na produção tradicional, demonstraram elevado interesse em migrar para o sistema orgânico. Esse dado evidencia uma predisposição favorável à adoção de práticas agroecológicas, especialmente quando associadas a modelos de comercialização que valorizem esse tipo de produção, como é o caso das CCRs.

Quanto ao escoamento da produção, verificou-se que os agricultores utilizam majoritariamente os canais intermediados pela Agrilages, direcionando seus produtos a programas institucionais da Prefeitura de Lages, como a alimentação escolar da rede municipal, além de comercialização por meio de centrais de abastecimento (Ceasas), feiras e mercados locais. Observou-se que todos os entrevistados relataram conseguir comercializar integralmente sua produção, o que demonstra estabilidade produtiva, porém não necessariamente indica valorização adequada dos produtos.

No que se refere à percepção sobre a justiça dos preços praticados, a maioria dos agricultores considera os valores recebidos adequados. Entretanto, dois entrevistados destacaram que os preços variam conforme fatores externos, como o aumento dos custos dos insumos, a necessidade de contratação de mão de obra e a baixa valorização dos produtos por parte dos mercados convencionais. Essas considerações reforçam a importância de modelos alternativos de comercialização que reduzam a dependência de intermediários e promovam maior equilíbrio na formação dos preços.

Nesse sentido, a maioria dos agricultores manifestou preferência por sistemas de venda sem intermediários, reconhecendo que essa estratégia agrega valor aos produtos e fortalece a autonomia dos produtores. Um dos entrevistados já pratica esse tipo de comercialização, o que indica a existência de experiências prévias que podem facilitar a adesão às CCRs.

Em relação ao pagamento antecipado, característica central do modelo das CCRs, a maior parte dos agricultores avaliou essa prática de forma positiva. As justificativas apresentadas incluem a segurança de já ter a produção vendida, o estímulo à organização produtiva e a redução de incertezas financeiras. Apenas um entrevistado manifestou preocupação quanto a possíveis riscos produtivos que poderiam comprometer a entrega dos produtos, o que indica a necessidade de mecanismos coletivos de gestão de riscos no modelo proposto.

Quanto ao interesse em atuar de forma coletiva, todos os agricultores entrevistados afirmaram ter grande interesse em se unir a outros produtores para a montagem das cestas das CCRs. Da mesma forma, todos relataram possuir condições de realizar as entregas em pontos previamente combinados, o que reforça a viabilidade logística do modelo na região.

De modo geral, os resultados das entrevistas indicam que os agricultores da Agrilages apresentam uma percepção amplamente favorável à implantação das CCRs na Serra Catarinense. O interesse pela produção orgânica, a valorização da venda direta, a aceitação do pagamento antecipado e a disposição para o trabalho coletivo configuram elementos fundamentais para a viabilidade do modelo, apontando as CCRs como uma alternativa promissora de comercialização para a agricultura familiar local.

4.4 Perspectivas dos consumidores

O questionário aos consumidores foi aplicado por meio de perguntas estruturadas, disponível no Apêndice B deste trabalho. O instrumento foi aplicado em cinco condomínios residenciais localizados no município de Lages/SC, sendo eles: Cacimba, Coral III, Green Ville, Morada do Sol e Moradas Lages. Ao todo, foram obtidas 51 respostas válidas.

A aplicação do questionário ocorreu predominantemente de forma *on-line*, por meio da plataforma Google Forms, o que possibilitou maior alcance e praticidade na coleta dos dados. Excepcionalmente, no Condomínio Cacimba, o questionário foi aplicado em formato impresso, sendo posteriormente incluído no conjunto de respostas para análise, a fim de garantir a representatividade dos consumidores desse condomínio.

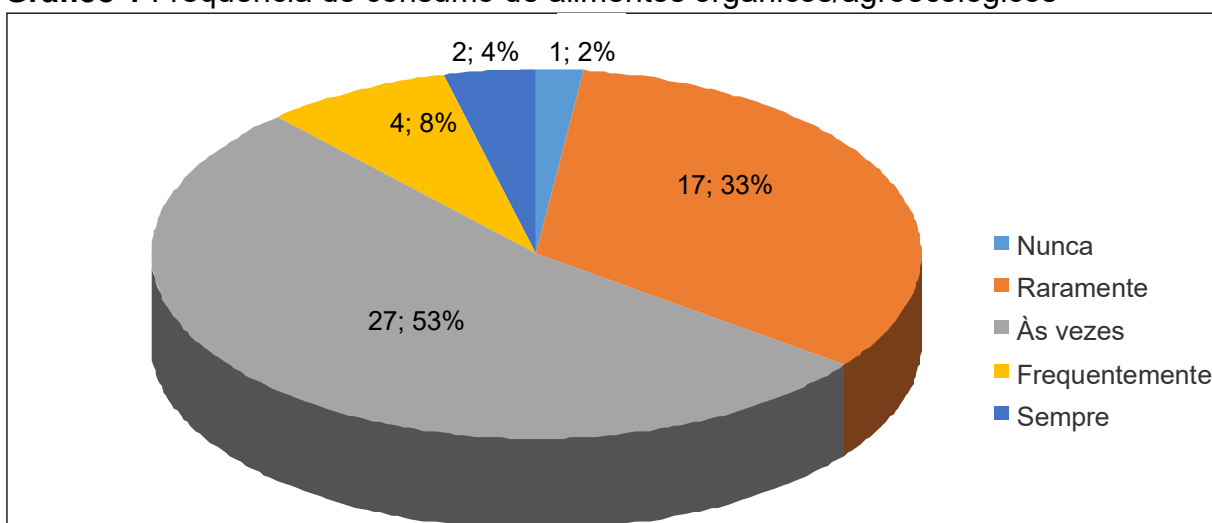
A coleta de dados ocorreu no período de 25 de novembro de 2025 a 30 de janeiro de 2026, contemplando diferentes momentos do mês, o que possibilitou captar, de forma mais abrangente, as percepções dos consumidores acerca CCRs. Os dados obtidos por meio do questionário constituem a base empírica para a análise das perspectivas dos consumidores quanto à adesão ao modelo, aos benefícios percebidos e aos possíveis desafios associados à sua implementação.

4.4.1 Frequência de consumo de alimentos orgânicos ou agroecológicos

Conforme apresentado no Gráfico 1, a frequência de consumo de alimentos orgânicos e/ou agroecológicos entre os respondentes concentra-se, nas categorias “às vezes” e “raramente”, enquanto uma parcela menor declarou consumi-los “frequentemente” ou “sempre”. Tal resultado indica que, embora exista contato e

interesse por esse tipo de alimento, o consumo regular ainda não se configura como prática predominante entre os participantes da pesquisa. Esse cenário evidencia um potencial de ampliação do consumo, especialmente por meio de iniciativas como as CCRs, que buscam facilitar o acesso a alimentos agroecológicos, fortalecer a relação entre produtores e consumidores e estimular práticas de consumo mais responsáveis.

Gráfico 1 Frequência de consumo de alimentos orgânicos/agroecológicos

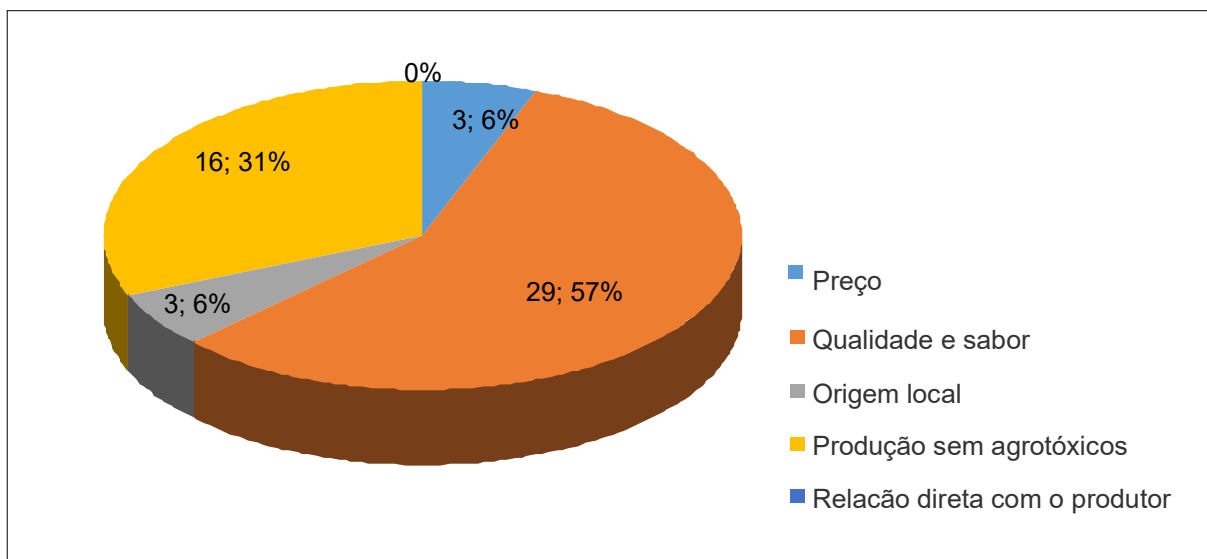


Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Essa primeira questão do questionário buscou identificar a frequência com que os consumidores consomem alimentos orgânicos ou agroecológicos. Conforme apresentado, observa-se que a maior parcela dos respondentes consome esses alimentos “às vezes”, representando 53% das respostas. Em seguida, 33% dos participantes afirmaram consumir “raramente”, enquanto uma parcela menor indicou consumir “frequentemente” ou “sempre”. Apenas uma pequena fração dos respondentes declarou “nunca” consumir esse tipo de alimento.

4.4.2 Características consideradas mais importantes na hora da compra de alimentos

As respostas obtidas permitiram identificar as prioridades dos participantes da pesquisa em relação a aspectos como preço, qualidade, origem dos produtos e forma de produção. No Gráfico 2, observa-se a percepção dos consumidores quanto às características mais valorizadas na aquisição de alimentos.

Gráfico 2 Características consideradas mais importantes

Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Os dados obtidos apresentam as características consideradas mais importantes pelos consumidores no momento da compra de alimentos. Observa-se que a qualidade e o sabor se destacam como o principal critério, sendo apontados por 57% dos respondentes (29 respostas).

Em segundo lugar, a produção sem agrotóxicos foi indicada por 31% dos participantes (16 respostas), demonstrando uma expressiva valorização de aspectos relacionados à saúde e à sustentabilidade ambiental.

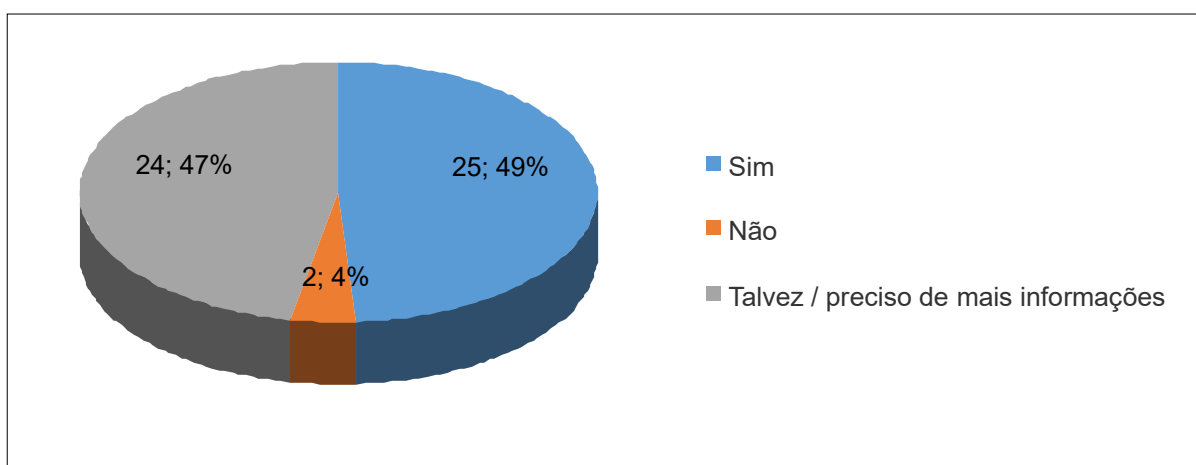
As categorias preço, origem local e relação direta com o produtor apresentaram percentuais menores, cada uma com 6% das respostas (3 respondentes). Embora menos citadas, essas características não devem ser desconsideradas, pois refletem preocupações relevantes relacionadas à acessibilidade econômica, ao fortalecimento da economia local e à construção de relações mais próximas entre consumidores e agricultores.

Ao relacionar os resultados apresentados no Gráfico 2, que evidencia a predominância da qualidade e do sabor, bem como da produção sem agrotóxicos, como principais critérios considerados na compra de alimentos, com os dados do Gráfico 3, analisado na sequência, observa-se uma coerência entre as preferências dos consumidores e o interesse em adquirir cestas semanais por meio das CCRs. A valorização de atributos associados à qualidade, à saúde e à sustentabilidade contribui diretamente para o elevado percentual de respondentes que manifestaram interesse ou potencial interesse nesse modelo de comercialização.

4.4.3 Interesse em adquirir cestas semanais com alimentos agroecológicos diretamente de agricultores da região, por meio de um grupo organizado como uma CCR

O Gráfico 3 apresenta o nível de interesse dos consumidores em adquirir cestas semanais com alimentos agroecológicos diretamente de agricultores da região, por meio de um grupo organizado no formato de CCR.

Gráfico 3 Interesse em adquirir cestas semanais



Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Os resultados indicam que 49% dos respondentes (25 pessoas) afirmaram ter interesse em participar desse modelo de aquisição, o que evidencia uma receptividade significativa à proposta das CCRs. Esse percentual demonstra que quase metade dos consumidores reconhece o potencial do modelo como uma alternativa viável de acesso a alimentos agroecológicos, fortalecendo a relação direta com os agricultores locais.

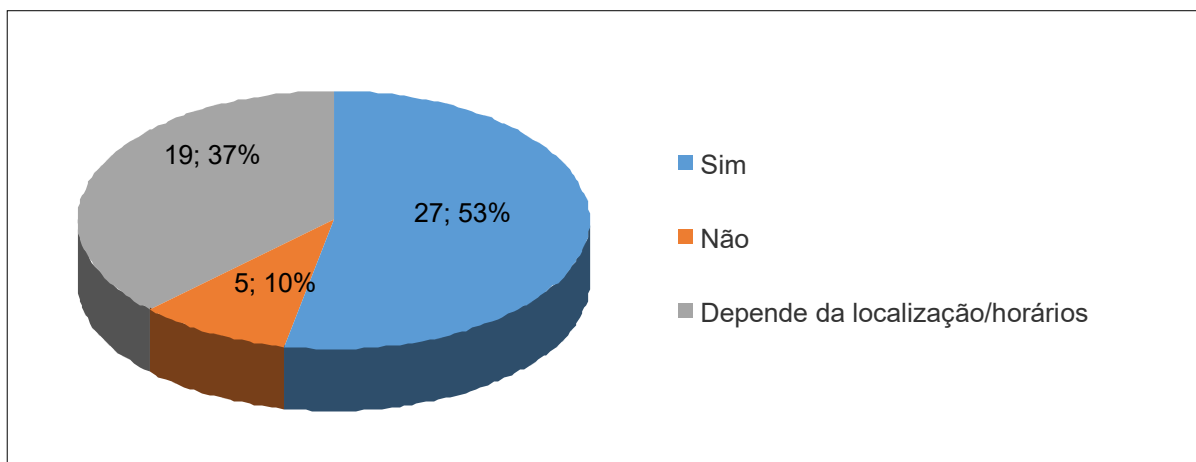
Além disso, observa-se que 47% dos participantes (24 respondentes) afirmaram que talvez participassem ou que necessitam de mais informações. Esse dado é relevante, pois revela que existe um público expressivo potencialmente interessado, mas que ainda carece de maior esclarecimento sobre o funcionamento das CCRs, seus benefícios, formas de organização, valores e logística de entrega. Tal resultado aponta para a importância de estratégias de comunicação e sensibilização para ampliar a adesão ao modelo. Por outro lado, apenas 4% dos respondentes (2 pessoas) declararam não ter interesse em adquirir as cestas semanais por meio de uma CCR, indicando um baixo nível de rejeição à proposta.

De modo geral, os dados demonstram um cenário favorável à implementação de Células de Consumidores Responsáveis, uma vez que a soma dos respondentes que manifestaram interesse direto ou potencial atinge 96% da amostra.

4.4.4 Disposição em retirar a cesta semanal em um ponto de entrega fixo no bairro/condomínio, em dia e horário definidos previamente

Com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre a percepção dos participantes em relação à iniciativa proposta, foi incluída no questionário uma questão voltada à identificação de aspectos relacionados ao tema investigado. As respostas obtidas permitem compreender melhor as opiniões e expectativas dos participantes da pesquisa. Os resultados dessa questão são apresentados no Gráfico 4, que sintetiza a distribuição das respostas dos participantes.

Gráfico 4 Disposição para retirar a cesta semanal em um ponto de entrega fixo



Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Os resultados obtidos demonstram a disposição dos respondentes em retirar a cesta semanal de alimentos agroecológicos em um ponto de entrega fixo, considerando aspectos como localização e horários.

Os dados revelam que 53% dos participantes (27 respondentes) afirmaram que sim, estariam dispostos a realizar a retirada das cestas em um ponto fixo. Esse resultado indica uma aceitação majoritária dessa forma de logística, sugerindo que o modelo pode ser viável desde que haja organização adequada dos locais e horários de entrega. Por outro lado, 37% dos respondentes (19 pessoas) afirmaram que a decisão depende da localização e dos horários e apenas 10% dos respondentes (5

peessoas) declararam que não estariam dispostos a retirar as cestas em um ponto fixo, indicando uma baixa resistência ao formato proposto. De forma geral, os resultados evidenciam que 90% dos consumidores demonstram abertura total ou condicionada à retirada das cestas em locais pré-determinados.

4.4.5 Motivação para participar de uma iniciativa como uma CCR

A questão 5 corresponde à questão aberta do questionário aplicado a qual, 37 pessoas responderam, as respostas encontram-se na íntegra no Apêndice C deste trabalho. As respostas obtidas evidenciam um conjunto de motivações recorrentes que podem ser organizadas em categorias temáticas, revelando os principais fatores que incentivariam a participação dos consumidores em uma iniciativa como as CCRs. A categoria mais mencionada refere-se à alimentação saudável e produtos sem agrotóxicos, expressa por termos como “alimentação saudável”, “produtos sem agrotóxicos”, “alimentos mais frescos”, “orgânicos e limpos” e “certeza do que está consumindo”. Essas respostas demonstram uma forte associação entre as CCRs e a busca por qualidade de vida, saúde e segurança alimentar, indicando que os consumidores percebem os alimentos agroecológicos como superiores aos produtos convencionais disponíveis no mercado.

Outra categoria relevante diz respeito ao preço e custo-benefício, presente em diversas respostas que mencionam “preço justo”, “custo baixo”, “preço mais atrativo” e “melhor custo-benefício”. Embora os respondentes reconheçam que alimentos orgânicos costumam ter valor mais elevado, observa-se a expectativa de que a compra direta do produtor, característica das CCRs, possa reduzir custos e tornar esses alimentos mais acessíveis, especialmente em comparação aos supermercados tradicionais.

A valorização da agricultura familiar e do pequeno produtor também se destaca como importante fator motivacional. Expressões como “apoia agricultura local”, “valorizar pequeno produtor”, “incentivo ao produtor” e “fortalecimento da agricultura familiar” indicam que os consumidores reconhecem o papel social das CCRs, percebendo-as não apenas como um canal de compra, mas como uma estratégia de apoio ao desenvolvimento local e à economia regional. Além disso, emergem motivações relacionadas à conveniência e logística, como “facilidade”, “entrega em casa”, “praticidade na entrega no condomínio” e “constância das

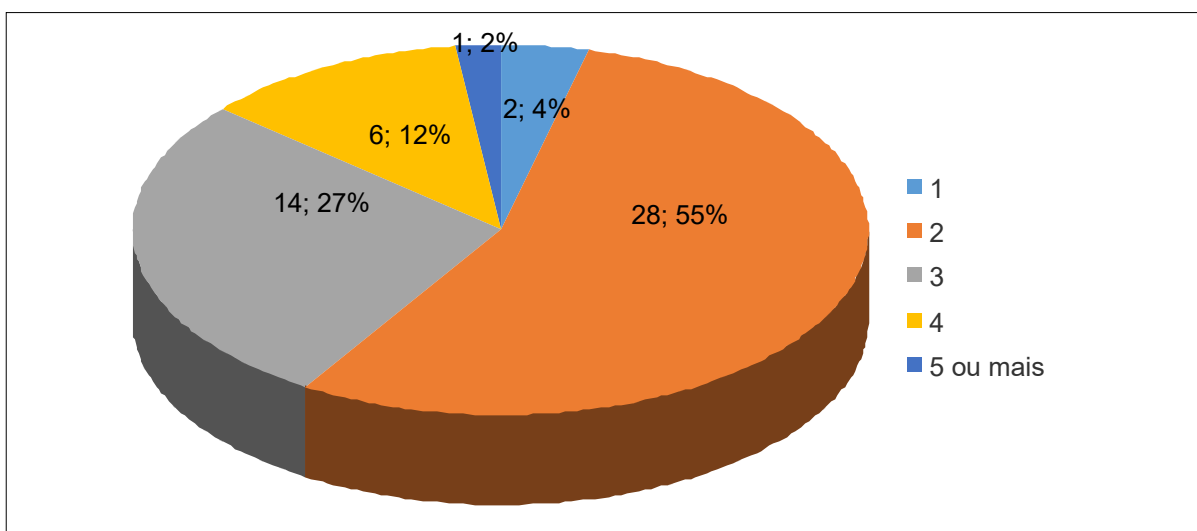
entregas”. Esses aspectos demonstram que a organização e a previsibilidade do sistema de distribuição são fatores relevantes para a adesão dos consumidores, reforçando a importância do planejamento logístico na implementação das CCRs.

Por fim, algumas respostas apontam motivações associadas ao consumo responsável e à mudança de paradigmas, indicando uma conscientização sobre os impactos sociais e ambientais das escolhas alimentares. Esse conjunto de respostas reforça o caráter educativo e transformador das CCRs, que vão além da comercialização de alimentos, promovendo novas formas de relação entre produção, consumo e sustentabilidade. De forma geral, os resultados indicam que a adesão a uma CCR é motivada por uma combinação de fatores relacionados à saúde, qualidade dos alimentos, preço justo, apoio à agricultura familiar e praticidade, evidenciando um cenário favorável à implementação desse modelo no contexto pesquisado.

4.4.6 Composição familiar

O Gráfico 5 apresenta a distribuição dos respondentes quanto ao número de membros que compõem o núcleo familiar. A análise dessa informação é relevante para compreender o perfil dos participantes da pesquisa, considerando que a composição familiar pode influenciar diretamente os hábitos de consumo alimentar, o volume de compras e o interesse por iniciativas de comercialização coletiva, como as CCRs.

Gráfico 5 Membros que compõem a família



Fonte: dados da pesquisa, 2026.

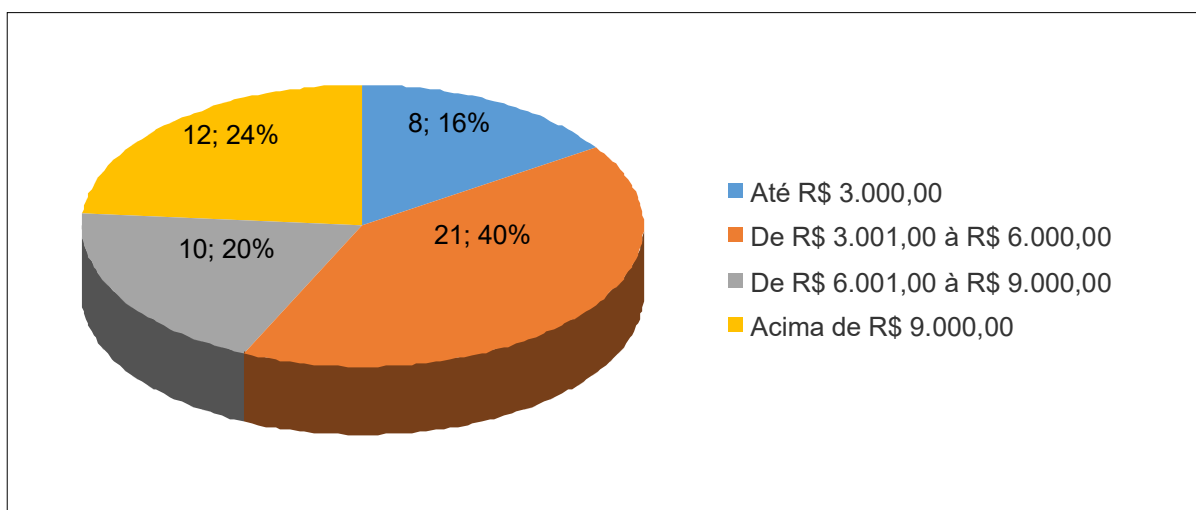
Os dados apresentados indicam que a maioria dos respondentes vive em domicílios com dois membros, correspondendo a 55% (28 respostas) do total da amostra. Em seguida, destacam-se as famílias com três membros, que representam 27% (14 respostas), evidenciando uma predominância de famílias pequenas entre os participantes da pesquisa.

As famílias com quatro membros correspondem a 12% (6 respostas), enquanto os domicílios com cinco membros ou mais somam 4% (2 respostas). Observa-se ainda uma parcela reduzida de respondentes que vivem sozinhos, representando 2% (1 resposta) do total.

4.4.7 Renda familiar mensal

O Gráfico 6 apresenta a distribuição da renda familiar mensal dos respondentes, evidenciando uma concentração significativa nas faixas de renda intermediárias.

Gráfico 6 Faixa de renda mensal



Fonte: dados da pesquisa, 2026.

A maior parcela dos participantes, 40% (21 respostas), declarou possuir renda familiar entre R\$ 3.001,00 e R\$ 6.000,00. Em seguida, observa-se que 24% (12 respostas) dos respondentes possuem renda acima de R\$ 9.000,00, enquanto 20% (10 respostas) situam-se na faixa entre R\$ 6.001,00 e R\$ 9.000,00. Já a menor parcela corresponde aos entrevistados com renda de até R\$ 3.000,00, representando 16% (8 respostas) da amostra.

4.4.8 Comentários ou sugestões apresentados

As respostas à questão 8, disponibilizadas no apêndice D, identificaram comentários e sugestões adicionais dos participantes acerca da possível implantação de uma CCR.

Entre as respostas que trouxeram contribuições, destacam-se sugestões relacionadas à flexibilização e personalização das cestas, como a possibilidade de exclusão de itens não consumidos, ajuste das quantidades e adequação dos pacotes às necessidades de famílias menores. Esses apontamentos evidenciam a importância de um modelo de organização que considere a diversidade de perfis familiares e hábitos de consumo.

Outro aspecto recorrente refere-se à logística de entrega, apontada como um fator relevante para facilitar o acesso aos produtos, especialmente para consumidores que enfrentam limitações de deslocamento até os locais de retirada. Nesse sentido, a entrega domiciliar aparece como uma estratégia potencial para ampliar a adesão e a permanência dos participantes na iniciativa.

As respostas também destacaram a necessidade de maior divulgação e transparência das informações, especialmente no que se refere à procedência dos produtos, à variedade ofertada e às estimativas de preços. Esses elementos são fundamentais para fortalecer a confiança dos consumidores e reduzir incertezas quanto ao funcionamento da CCR.

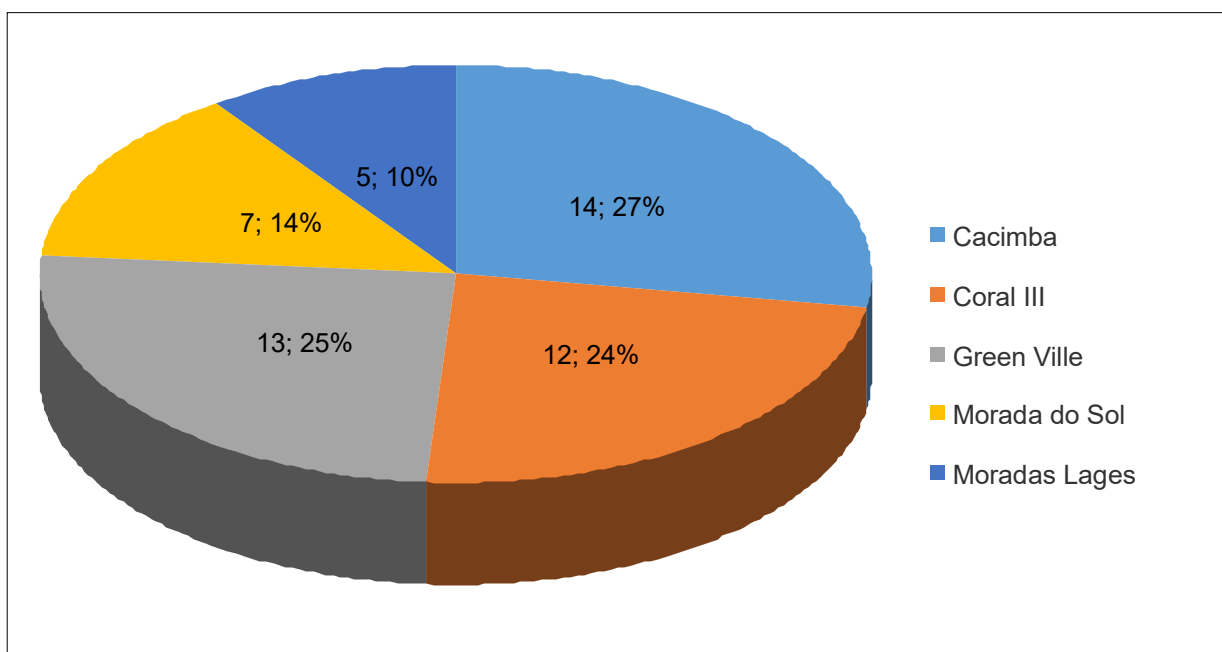
Por fim, alguns participantes ressaltaram a necessidade de mais dados concretos sobre a iniciativa e sugeriram que as CCRs sejam amplamente discutidas com outros segmentos do setor produtivo, como o agronegócio. Tais considerações indicam que, embora haja interesse pela proposta, parte dos respondentes demanda maior aprofundamento das informações e maior articulação institucional.

De modo geral, as sugestões apresentadas reforçam que a viabilidade da CCR está associada não apenas aos princípios do consumo responsável, mas também a aspectos organizacionais, informacionais e logísticos.

4.4.9 Nome do Condomínio

O Gráfico 7 apresenta a distribuição dos respondentes conforme o condomínio de residência, evidenciando uma participação relativamente equilibrada entre os cinco condomínios contemplados na pesquisa.

Gráfico 7 Nome do Condomínio



Fonte: dados da pesquisa, 2026.

O condomínio Cacimba concentrou a maior proporção de respostas, com 27% (14 respondentes), seguido pelo Green Ville, que representou 25% (13 respondentes) da amostra.

Na sequência, o condomínio Coral III correspondeu a 24% (12 respondentes), demonstrando participação semelhante aos demais. Já o Morada do Sol apresentou 14% (7 respondentes), enquanto o Moradas Lages registrou a menor participação, com 10% (5 respondentes).

A distribuição dos respondentes entre diferentes condomínios contribui para a diversificação do perfil da amostra, permitindo captar percepções variadas sobre o consumo de alimentos agroecológicos e sobre a proposta das CCRs. Essa heterogeneidade espacial fortalece a análise dos dados, ao reduzir vieses relacionados à concentração geográfica e ampliar a representatividade dos resultados obtidos no contexto urbano do município de Lages (SC).

4.4.10 Cruzamento de dados

A fim de aprofundar a análise dos dados obtidos na pesquisa, realizou-se o cruzamento de variáveis consideradas relevantes para a compreensão do comportamento dos participantes. Essa abordagem permitiu identificar possíveis relações entre os diferentes aspectos investigados, contribuindo para uma análise mais detalhada e consistente dos resultados, bem como para a identificação de padrões e tendências que auxiliam na avaliação da viabilidade da proposta estudada.

a) Faixa de renda x nível de interesse em participar de uma CCR

No cruzamento entre a faixa de renda familiar dos respondentes e o nível de interesse em participar de uma CCR, os resultados evidenciam que o interesse pela iniciativa está presente em todas as faixas de renda, indicando um potencial amplo de adesão ao modelo proposto. As evidências são apresentadas na tabela 1.

Tabela 1 Cruzamento: Renda x interesse nas CCR

Faixa de renda	Sim	Não	Talvez
Até R\$ 3.000	5	1	2
R\$ 3.001 a R\$ 6.000	13	1	6
R\$ 6.001 a R\$ 9.000	6	0	3
Acima de R\$ 9.000	5	0	8

Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Os principais resultados encontrados foram:

- Interesse alto em todas as rendas: em todas as faixas, o número de respostas “Sim” é predominante ou relevante, isso indica que a CCR tem potencial amplo de adesão;
- Os entrevistados que possuem renda entre (R\$ 3.001 a R\$ 6.000) é o público mais forte: maior número de respostas: 13 “Sim”, esse grupo é o principal público potencial da CCR;
- Alta renda apresenta mais indecisão: acima de R\$ 9.000, mais “Talvez” (8) do que “Sim” (5) indica que não é falta de interesse, mas sim necessidade de mais informação, clareza e proposta de valor.

- Baixa rejeição geral: Poucos “Não” (quase inexistentes) isso reforça a viabilidade do modelo

Destaca-se que a faixa de renda entre R\$ 3.001,00 e R\$ 6.000,00 concentra o maior número de respostas positivas, configurando-se como o principal público potencial para a implementação da CCR. Por outro lado, observa-se que entre os respondentes com renda acima de R\$ 9.000,00 há maior incidência de respostas condicionais, como “talvez”, o que sugere a necessidade de maior clareza quanto ao funcionamento, aos custos e aos benefícios da iniciativa.

De modo geral, a baixa ocorrência de respostas negativas reforça a aceitação do modelo entre os participantes, indicando que a renda familiar não se configura como um fator limitante absoluto, mas sim como um elemento que pode influenciar a forma como os consumidores percebem o custo-benefício da proposta. Dessa forma, torna-se fundamental a adoção de estratégias flexíveis, capazes de atender às diferentes realidades socioeconômicas, contribuindo para a consolidação de redes de comercialização mais inclusivas e sustentáveis.

b) Interesse na CCR x condomínio

A análise do interesse em participar de uma CCR em relação aos condomínios que foram considerados no levantamento de dados evidencia diferenças importantes no comportamento dos respondentes, conforme análise na tabela 2.

Tabela 2 Interesse na CCR x Condomínio

Condomínio	Sim	Não	Talvez
Morada do Sol	Alto	Baixo	Médio
Cacimba	Muito alto	Muito baixo	Baixo
Green Ville	Alto	Baixo	Médio
Coral III	Médio	Médio	Alto
Moradas Lages	Médio	Baixo	Alto

Fonte: dados da pesquisa, 2026.

Observa-se que os condomínios Cacimba e Green Ville apresentam maior propensão à adesão imediata, com predominância de respostas positivas, indicando

um público mais receptivo à iniciativa. Por outro lado, nos condomínios Coral III e Moradas Lages há maior incidência de respostas “talvez”, o que sugere a necessidade de maior divulgação, esclarecimento e detalhamento sobre o funcionamento da CCR. Já o condomínio Morada do Sol apresenta um perfil intermediário, com interesse significativo, porém ainda acompanhado de certa indecisão. Esses resultados indicam que estratégias de comunicação e engajamento devem ser adaptadas conforme o perfil de cada local, a fim de ampliar a adesão e fortalecer a implementação da iniciativa.

c) Critério principal de compra x condomínio

A fim de compreender possíveis diferenças no comportamento de consumo entre os participantes, realizou-se o cruzamento entre o critério principal considerado na compra das cestas e o condomínio de residência dos respondentes. Essa análise permite identificar como fatores socioeconômicos e contextuais podem influenciar as decisões de compra.

- **Cacimba / Green Ville:** qualidade, produção sem agrotóxicos, valorização do produtor.
- **Coral / Morada do Sol / Moradas Lages:** preço e custo-benefício aparecem mais.

Os resultados evidenciam tendências distintas entre os condomínios analisados. Nos condomínios Cacimba e Green Ville, observa-se maior valorização de aspectos relacionados à qualidade dos alimentos, à produção sem agrotóxicos e ao apoio ao produtor local, indicando um perfil de consumo mais orientado à saúde e à sustentabilidade. Por outro lado, nos condomínios Coral III e Morada do Sol e Moradas Lages, destacam-se com maior frequência critérios relacionados ao preço e ao custo-benefício, sugerindo maior sensibilidade às condições econômicas.

Esses achados reforçam a importância de estratégias diferenciadas para a implementação das CCRs, considerando as especificidades de cada público e suas prioridades de consumo.

4.5 Identificação dos benefícios e desafios enfrentados por agricultores e consumidores

A análise dos dados coletados junto aos consumidores permite identificar um conjunto de benefícios e desafios associados à implementação das CCRs, tanto do ponto de vista dos consumidores quanto dos agricultores envolvidos nesse modelo de comercialização alternativa.

Entre os benefícios percebidos pelos consumidores, destaca-se a valorização da qualidade e do sabor dos alimentos, aspecto que se mostrou prioritário no momento da compra. Esse resultado indica que o consumo de alimentos agroecológicos é associado não apenas à saúde, mas também a uma experiência alimentar diferenciada. Outro benefício relevante refere-se à produção sem o uso de agrotóxicos, evidenciando a preocupação dos consumidores com a saúde e com práticas agrícolas mais sustentáveis.

A relação direta com os agricultores também emerge como um benefício importante, pois promove maior transparência sobre a origem dos alimentos, fortalece vínculos de confiança e contribui para a valorização da agricultura familiar local. Nesse sentido, as CCRs configuram-se como um espaço de aproximação entre produtores e consumidores, estimulando relações comerciais mais justas e solidárias.

Do ponto de vista dos agricultores, o modelo das CCRs apresenta benefícios como a redução da dependência de intermediários, maior previsibilidade de demanda e possibilidade de planejamento da produção, especialmente quando há organização prévia das cestas e dos volumes comercializados. Além disso, a venda direta contribui para a valorização do trabalho agrícola e para a melhoria da renda dos pequenos produtores.

Entretanto, os dados também evidenciam desafios significativos para a consolidação desse modelo. Um dos principais desafios apontados pelos consumidores refere-se à necessidade de mais informações sobre o funcionamento das CCRs, incluindo aspectos como logística de entrega, composição das cestas, periodicidade e valores. Esse fator é reforçado pelo percentual expressivo de respondentes que afirmaram que o interesse em participar depende da localização e dos horários de retirada.

Outro desafio importante diz respeito à adequação dos preços à realidade econômica das famílias. Embora muitos consumidores reconheçam os benefícios dos alimentos agroecológicos, a renda familiar aparece como um fator que pode limitar a adesão contínua ao modelo, indicando a necessidade de estratégias como cestas flexíveis, diferentes faixas de preços e ajustes conforme o número de integrantes da família.

Para os agricultores, os desafios concentram-se principalmente na organização logística, no tempo dedicado à colheita, montagem das cestas e entrega, além da necessidade de articulação coletiva para manter regularidade e diversidade dos produtos ofertados. A falta de infraestrutura adequada e de apoio institucional também pode dificultar a ampliação das CCRs.

Dessa forma, os resultados indicam que, embora as Células de Consumidores Responsáveis apresentem potencial significativo para fortalecer a agricultura familiar e o consumo consciente, sua efetivação depende do enfrentamento de desafios relacionados à comunicação, logística, organização coletiva e acessibilidade econômica. A superação desses obstáculos é fundamental para ampliar a adesão dos consumidores e garantir a sustentabilidade do modelo a longo prazo.

4.6 Reflexão sobre as possibilidades de expansão e replicação do modelo analisado

Este objetivo específico busca refletir criticamente sobre as possibilidades de expansão e replicação do modelo de Células de Consumidores Responsáveis CCR analisado no presente estudo, considerando os resultados obtidos junto aos consumidores e agricultores de Lages (SC). A reflexão fundamenta-se nas evidências empíricas levantadas ao longo da pesquisa, especialmente no que se refere ao interesse dos consumidores, aos benefícios percebidos, aos desafios organizacionais e logísticos identificados e às características do contexto socioeconômico local.

Ao discutir a expansão e replicação do modelo, o estudo considera a adaptabilidade da proposta a diferentes realidades territoriais, respeitando as especificidades culturais, produtivas e organizativas de cada local. Nesse sentido, são analisados fatores como a organização coletiva, a relação direta entre

produtores e consumidores, a viabilidade econômica, a logística de distribuição e a capacidade de engajamento dos participantes, elementos essenciais para a consolidação e sustentabilidade das CCRs.

Dessa forma, este objetivo contribui para ampliar a compreensão do potencial das CCRs como uma estratégia de fortalecimento da agricultura familiar, do consumo responsável e de redes alternativas de comercialização, apontando caminhos para sua ampliação e replicação em outros territórios, desde que observadas as condições locais e os aprendizados derivados da experiência analisada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo geral analisar as possibilidades de implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis (CCR) na cidade de Lages (SC), considerando as percepções de consumidores e agricultores acerca do consumo de alimentos agroecológicos, da comercialização direta e do fortalecimento da agricultura familiar.

Para atingir esse propósito, a pesquisa foi estruturada a partir de uma abordagem exploratória e descritiva, com natureza quali-quantitativa, permitindo compreender tanto os dados objetivos quanto os aspectos subjetivos relacionados ao tema investigado. Além disso, o estudo caracteriza-se como um estudo de caso, uma vez que analisa de forma aprofundada um contexto específico, a possibilidade de implantação de uma CCR na cidade de Lages (SC), considerando as percepções e experiências de consumidores e agricultores locais. Essa combinação metodológica possibilita uma compreensão mais ampla do fenômeno estudado, articulando dados quantitativos provenientes dos questionários com interpretações qualitativas relacionadas às motivações, expectativas e desafios identificados pelos participantes da pesquisa.

No que se refere à retomada dos capítulos, o referencial teórico abordou inicialmente aspectos relacionados à agricultura familiar e à agroecologia, destacando sua relevância para a produção de alimentos saudáveis, para o fortalecimento das economias locais e para a promoção de sistemas alimentares mais sustentáveis. Nesse contexto, também foram discutidas as CCRs, com destaque para a experiência das CCRs de Florianópolis (SC), incluindo aspectos relacionados à sua organização e à logística de distribuição dos alimentos.

Além disso, o estudo buscou compreender as contribuições do marketing para a dinâmica das CCRs, evidenciando como diferentes abordagens podem fortalecer iniciativas de consumo responsável. Nesse sentido, foram discutidos os princípios do marketing social e sustentável, compreendidos como estratégias capazes de estimular mudanças de comportamento e promover maior conscientização sobre a importância do consumo responsável e do apoio à agricultura familiar. Também foi abordado o marketing de relacionamento, que se mostra fundamental na consolidação das CCRs, uma vez que esse modelo de

comercialização se baseia na construção de vínculos de confiança, proximidade e cooperação entre produtores e consumidores. A comunicação direta, a transparência e o engajamento coletivo são elementos que fortalecem essas relações e contribuem para a fidelização dos participantes. Por último, o referencial teórico discutiu o marketing verde, entendido como um conjunto de práticas voltadas à valorização de produtos e iniciativas que priorizam a sustentabilidade ambiental. No contexto das CCRs, essa abordagem contribui para evidenciar atributos como a produção sem agrotóxicos, a valorização da agricultura familiar e a redução dos impactos ambientais associados às cadeias tradicionais de comercialização.

Dessa forma, o referencial teórico permitiu compreender que as CCRs não representam apenas um modelo alternativo de comercialização, mas também uma estratégia que integra princípios de sustentabilidade, consumo responsável e práticas de marketing voltadas à valorização socioambiental.

Em seguida, a metodologia detalhou os procedimentos adotados para a coleta e análise dos dados, descrevendo a aplicação dos questionários junto aos agricultores e consumidores, bem como as técnicas de análise quantitativa e qualitativa utilizadas. Posteriormente, os resultados e discussões permitiram analisar as respostas obtidas, relacionando-as com a literatura e evidenciando tendências, interesses, benefícios percebidos e desafios associados à proposta das CCRs.

A análise dos dados evidenciou que os objetivos específicos da pesquisa foram alcançados, com base nos resultados obtidos por meio dos questionários aplicados aos agricultores e consumidores participantes do estudo.

Inicialmente, a investigação realizada junto aos agricultores permitiu compreender suas percepções acerca da comercialização direta e identificar o interesse em iniciativas que fortaleçam a aproximação entre produtores e consumidores, como as CCRs.

Os agricultores destacaram a relevância de canais de comercialização que valorizem a produção local, reduzam a dependência de intermediários e contribuam para maior estabilidade na venda de seus produtos, fortalecendo os chamados circuitos curtos de comercialização e promovendo maior autonomia produtiva. Contudo, os dados também evidenciam que a viabilidade da implantação de uma CCR está condicionada a alguns fatores fundamentais. Entre eles destacam-se a necessidade de organização coletiva entre os participantes, a transparência nas informações relacionadas à produção, aos preços e à logística, bem como a

adequação do modelo às diferentes realidades e configurações familiares dos consumidores. Também se mostram relevantes a construção de estratégias eficientes de logística, comunicação e gestão, capazes de garantir o funcionamento contínuo da iniciativa e o engajamento dos participantes ao longo do tempo.

Assim, embora existam desafios a serem considerados, os resultados apontaram que iniciativas como as CCRs possuem potencial para contribuir significativamente para o fortalecimento de redes locais de produção e consumo, promovendo relações mais diretas, solidárias e sustentáveis entre agricultores e consumidores.

No que se refere aos consumidores, foi possível identificar seu perfil e compreender o nível de interesse na aquisição de cestas agroecológicas provenientes diretamente de agricultores da região. Os resultados também permitiram mapear os principais fatores motivadores para a participação em uma CCR, entre os quais se destacam a busca por alimentos sem agrotóxicos, a qualidade dos produtos, o preço justo, o apoio à agricultura familiar e a conveniência no acesso aos alimentos. Tais elementos dialogam com princípios do consumo responsável e do marketing sustentável, que valorizam práticas de produção e consumo mais conscientes, transparentes e socialmente comprometidas. Além disso, a análise possibilitou reconhecer alguns desafios apontados pelos participantes, especialmente relacionados à logística de distribuição, à possibilidade de personalização das cestas, à necessidade de maior divulgação das informações e à busca por maior clareza quanto aos custos e ao funcionamento do modelo. Esses aspectos evidenciam que, embora haja interesse e potencial para a implantação de uma CCR na região, o sucesso da iniciativa depende da construção de estratégias organizacionais, comunicacionais e logísticas que favoreçam o engajamento dos participantes e a consolidação de redes locais de comercialização mais sustentáveis.

Os resultados indicam que, embora o consumo de alimentos orgânicos e agroecológicos ainda não seja um hábito consolidado para a maioria dos consumidores pesquisados, existe um contato prévio e uma abertura significativa para esse tipo de consumo. O fato de mais da metade dos entrevistados consumir orgânicos ocasionalmente sugere um potencial de ampliação desse mercado, especialmente se forem reduzidas barreiras como preço, acesso e regularidade de oferta. Em relação à baixa frequência de consumo regular pode estar associada a

fatores como a dificuldade de acesso a produtos orgânicos, a falta de pontos de venda próximos às residências ou a percepção de preços elevados em canais convencionais de comercialização. Nesse sentido, o modelo das CCRs apresenta-se como uma alternativa capaz de estimular o aumento do consumo, ao oferecer produtos agroecológicos de forma organizada, periódica e em pontos de retirada próximos aos consumidores, como os condomínios analisados neste estudo.

Os dados levantados reforçam a viabilidade da implantação das CCRs na cidade de Lages, uma vez que existe um público consumidor potencial que já demonstra interesse e consumo eventual de alimentos orgânicos, podendo ampliar essa prática a partir de um modelo de comercialização mais acessível, transparente e baseado na relação direta com os agricultores. Esse resultado evidencia que os consumidores priorizam atributos diretamente relacionados à experiência alimentar e à percepção de valor do produto, indicando uma preocupação com alimentos que atendam às expectativas sensoriais e de qualidade. Esse dado reforça o potencial de aceitação de modelos de comercialização baseados na agroecologia, como as CCRs, que promovem práticas produtivas ambientalmente responsáveis.

Embora o preço não seja o fator predominante, os consumidores valorizam atributos associados à qualidade, à saúde e à forma de produção dos alimentos, o que reforça a viabilidade das CCRs como uma alternativa de abastecimento que atende às expectativas dos consumidores e contribui para a promoção de um consumo mais consciente e responsável.

Os dados obtidos apontam à viabilidade do modelo como uma alternativa de comercialização baseada na agroecologia, na proximidade entre produtores e consumidores e na promoção de práticas de consumo mais conscientes. Por outro lado, 37% dos respondentes (19 pessoas) afirmaram que a decisão depende da localização e dos horários de entrega. Esse percentual expressivo demonstra que, embora haja interesse no modelo, fatores logísticos exercem influência significativa na adesão dos consumidores. Assim, a escolha de pontos de entrega acessíveis e horários compatíveis com a rotina dos participantes torna-se um elemento central para o sucesso da iniciativa. Apenas 10% dos respondentes (5 pessoas) declararam que não estariam dispostos a retirar as cestas em um ponto fixo, indicando uma baixa resistência ao formato proposto. Esse cenário reforça a viabilidade operacional das CCRs, desde que sejam considerados aspectos de planejamento territorial e organização dos horários de entrega, de modo a atender às necessidades do maior

número possível de participantes. De modo geral, os dados indicam que 90% dos consumidores apresentam disposição total ou condicionada à retirada das cestas em locais pré-determinados, reforçando a viabilidade logística das CCRs, desde que haja organização eficiente dos pontos de entrega e flexibilidade nos horários.

Os dados descrevem que o público pesquisado apresenta, em sua maioria, capacidade econômica compatível com o consumo de alimentos agroecológicos, que geralmente possuem valor agregado superior aos produtos convencionais. No entanto, a presença de diferentes faixas de renda reforça a importância de estratégias como cestas com preços diferenciados, variação de tamanhos e flexibilidade na composição, a fim de ampliar o acesso e fortalecer a proposta das CCRs, mantendo o princípio da inclusão e do consumo consciente.

A análise dos cruzamentos entre a faixa de renda e o nível de interesse em participar de uma CCR, o interesse por condomínio e o critério principal de compra por local de residência evidenciou padrões relevantes para a compreensão do comportamento dos participantes. Observou-se que o interesse pela iniciativa está presente em diferentes faixas de renda, indicando potencial de adesão amplo, embora com variações na percepção de custo-benefício. Em relação aos condomínios, destacam-se Cacimba e Green Ville como espaços com maior propensão à adesão imediata, enquanto Coral III, Morada do Sol e Moradas Lages apresentam maior necessidade de informação e sensibilização. Além disso, verificou-se que os critérios de compra também variam conforme o contexto local, sendo que em alguns condomínios prevalecem aspectos relacionados à qualidade, à produção sem agrotóxicos e à valorização do produtor, enquanto em outros o preço e o custo-benefício se mostram mais determinantes. Esses resultados reforçam a importância de estratégias diferenciadas para a implementação das CCRs, considerando as especificidades socioeconômicas e comportamentais dos diferentes públicos, a fim de ampliar o engajamento e garantir maior efetividade da iniciativa.

De modo geral, os resultados da pesquisa indicam que há potencial para a implantação de uma CCR na região estudada, confirmando a hipótese de que existe interesse dos consumidores por modelos alternativos de comercialização baseados na relação direta com os agricultores e na valorização do consumo responsável. Os dados coletados evidenciam que muitos consumidores demonstram disposição em participar de iniciativas que possibilitem o acesso a alimentos mais saudáveis,

produzidos sem o uso de agrotóxicos, além de reconhecerem a importância de apoiar a agricultura familiar e fortalecer circuitos curtos de comercialização.

Como forma de autocrítica e balanço da pesquisa, destaca-se que o estudo apresenta limitações, especialmente no que se refere ao número de respondentes e à abrangência territorial, o que restringe a generalização dos resultados. Ainda assim, a pesquisa cumpre seu papel ao oferecer um diagnóstico inicial e consistente sobre o tema, contribuindo para o debate acadêmico e prático acerca das CCRs e do fortalecimento da agricultura familiar no contexto local.

Por fim, recomenda-se que trabalhos futuros aprofundem a investigação por meio de estudos de caso com CCRs já em funcionamento, análises econômicas mais detalhadas sobre custos e viabilidade financeira, bem como pesquisas envolvendo um número maior de agricultores e consumidores. Sugere-se, ainda, a realização de estudos comparativos entre diferentes regiões, a fim de compreender como as especificidades territoriais influenciam a implementação e a sustentabilidade desse modelo. Dessa forma, espera-se que este trabalho contribua como base para iniciativas futuras e para o aprimoramento das políticas e práticas voltadas ao consumo responsável e à agricultura familiar.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Isabela; CAMPOS, Fernanda. Marketing verde e redes alternativas de comercialização: um estudo em feiras agroecológicas do Sul do Brasil. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 21, n. 4, p. 981–999, 2022. Disponível em: < <https://www.revistabrasileiramarketing.org> >. Acesso em: 29 jul. 2025.

ALTIERI, Miguel A. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CASARIN, Helen de Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa científica: da teoria à prática**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

CENTRO VIANEI DE EDUCAÇÃO POPULAR. **Projeto Consumidores e Agricultores em Rede – Apoio Misereor da Alemanha**. Lages, 2024. Disponível em: Centro Vianei – Projeto Consumidores e Agricultores em Rede. Acesso em: 2 jun. 2026.

COSTA, Dênis A.; FREITAS, Karen C.; BENTO, Luciana. Marketing verde e valor simbólico: implicações para marcas sustentáveis. **Revista de Administração e Inovação**, v. 16, n. 2, p. 132–145, 2019.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Agricultura Familiar**. (2025). Disponível em: < <https://www.embrapa.br/tema-agricultura-familiar/sobre-o-tema> >. Acesso em: 24 jul. 2025.

ESCOSTEGUY, Isadora Leite; CARRIERI, Marina; CORREIA, Marina; ROVER, Oscar José. Tecendo redes de produção-consumo: a experiência das Células de Consumidores Responsáveis em Florianópolis-SC. **Cadernos de Agroecologia**, v. 16, n. 2, 2020.

ESCOSTEGUY, Isadora Leite *et al.* **Sou consumidor (a)!** [recurso eletrônico]: como criar e gerir uma célula de consumidores responsáveis (CCR) de alimentos orgânicos/ agroecológicos? E-book (PDF) ISBN 978-85-8328-063-7 / 3. Ed. – Florianópolis: UFSC, 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HASSANEIN, N. Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation, **Journal of Rural Studies**, 19(1), 2003. pp. 77–86.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing social: influenciando comportamentos para o bem**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de serviços**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2012.

MIRANDA, D. L. R. **Redes de cidadania agroalimentar e a construção social do mercado de orgânicos/agroecológicos em Florianópolis - SC**. 138 f. 2020. - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, [s.l.], 2020. Available at.: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/70824?show=full>

MIRANDA, Jéssica R.; ESCOSTEGUY, Ana C.; ROVER, Odivaldo. Circuitos curtos de comercialização em Florianópolis-SC: análise de experiências com base nos elementos de consumo responsável. **Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília**, v. 59, n. 2, p. 265–280, 2021.

OTTMAN, Jacquelyn A. **The new rules of green marketing: Strategies, tools, and inspiration for sustainable branding**. Sheffield: Greenleaf Publishing, 2017.

PEATIE, Ken. Towards sustainability: the third age of green marketing. **The Marketing Review**, London, v. 2, n. 2, p. 129–146, 2001.

RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. **International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, [s. l.], v. 19, n. 3, p. 289–307, 2012.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RODE, J. L.; ROVER, O. J.; DESCONSI, J. Agrobiodiversidade e circuitos curtos de comercialização: práticas e percepções de consumidores e agricultores em CCRs da região Oeste de Santa Catarina. **Revista Made**, v. 26, n. 1, p. 1–25, 2023.

ROSA, Alice S.; MAGALHÃES, Bruno V. Marketing verde e consumo responsável: transformações culturais no campo do consumo sustentável. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 75–89, 2019.

SILVA, Maria Raquel da; SCHNEIDER, Sérgio. Os circuitos curtos de comercialização como estratégias de desenvolvimento rural: conceitos, tipologias e desafios. **Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília**, v. 48, n. 1, p. 95–118, jan./mar. 2010.

SOUZA, Mariana G. et al. Marketing verde como estratégia de diferenciação para alimentos orgânicos no varejo brasileiro. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 22, n. 1, p. 110–125, 2020.

SOUZA, M. A.; ROVER, O. J.; NODARI, C. H. Agricultores e consumidores em torno do acesso a alimentos agroecológicos: estudo de caso sobre as Células de Consumidores Responsáveis, SC, Brasil. In: RAMBO, Anelise Gradeie (Org.). **Extensão e desenvolvimento regional: da teoria à prática**. Campina Grande: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2021.

SOUZA, Thiago A. de et al. Estratégias de marketing sustentável: percepção dos

consumidores e práticas organizacionais. **Revista de Gestão Social e Ambiental – RGSA**, v. 14, n. 3, p. 109–125, 2020. DOI: <https://doi.org/10.24857/rgsa.v14i3.1747>

VOGT, S. P. C.; PANDOLFO, M. C.; BALLIVIÁN, J.M. P.; SOUZA, J. C. D. Agroecologia e Desenvolvimento. **Rural Sustentável**, v. 5, n. 1, p. 48-54. 2012.

Outras fontes de pesquisa

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6028:2021**: Informação e documentação — Resumo. Rio de Janeiro: ABNT, 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724:2011**: Trabalhos acadêmicos — Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

APÊNDICE A

Ficha de entrevista para agricultores

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA – IFSC

Pós-Graduação em Marketing

Projeto de Pesquisa: Viabilidade de Implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis (CCR) na Serra Catarinense – Lages

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Este estudo visa analisar a viabilidade de implantação de uma Célula de Consumidores Responsáveis (CCR) no município de Lages (SC), a partir da percepção de agricultores locais sobre esse modelo de comercialização. A sua participação consiste em responder a uma entrevista com perguntas abertas relacionadas às práticas de produção, comercialização e possíveis interesses em integrar uma CCR. As informações fornecidas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, com total sigilo e anonimato dos participantes. A qualquer momento, você poderá desistir de participar da pesquisa, sem prejuízo algum. Ao assinar este termo, você concorda voluntariamente em participar da pesquisa.

Declaro que fui informado (a) de forma clara e suficiente sobre os objetivos e procedimentos desta pesquisa, bem como sobre a confidencialidade e a liberdade de desistência.

Nome do (a) entrevistado (a): _____

Assinatura: _____

Data: _____ / _____ / 2025.

FICHA DE ENTREVISTA – AGRICULTORES (LAGES/SC)

Nome do entrevistado (a): _____

Município / Comunidade: _____

Idade: _____ anos

Tempo de atuação na agricultura (produção e venda) _____ anos

Produção atual (principais produtos): _____

Participa de alguma organização (associação, cooperativa etc.)? () Sim () Não

Se sim, qual? _____

Perguntas da Entrevista

Questionário para agricultores

Pesquisa sobre CCRs - Células de Consumidores Responsáveis

1. Sua produção é orgânica ou convencional?

(Se for tradicional, você teria interesse em produzir de forma orgânica?).

2. Onde você costuma vender seus produtos?

(Exemplo: feira, mercado, porta em porta, grupos de consumo, etc.).

3. Você consegue vender toda a sua produção atualmente?

4. Você acha que o preço que recebe pelos seus produtos é justo e suficiente para suas despesas?

5. Você acha interessante vender seus produtos diretamente para os consumidores, sem intermediários?

6. Você gostaria de receber o pagamento adiantado para ajudar na sua produção?

7. Você teria interesse em se juntar com outros agricultores da região para montar cestas com vários produtos e vender direto para os consumidores?

8. Você teria como fazer a entrega dos produtos em algum ponto combinado na cidade (por exemplo, uma feira ou local fixo)?

APÊNDICE B

Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC - Pós-Graduação em Marketing - Pesquisa de Campo.

O que são as CCRs? As Células de Consumidores Responsáveis (CCRs) são grupos de pessoas que se organizam para adquirir cestas semanais de alimentos orgânicos e agroecológicos diretamente de agricultores familiares da região. O pagamento é antecipado e a retirada ocorre em pontos de entrega definidos, o que fortalece a agricultura local, reduz intermediário e amplia o acesso a alimentos mais saudáveis.

Este questionário tem como objetivo identificar o interesse e as preferências dos consumidores de Lages (SC) sobre a possibilidade de implantação de uma CCR no município.

Sua participação nessa pesquisa é muito importante para compreendermos o interesse e as expectativas dos consumidores de Lages em relação à implantação de uma CCR. O questionário é breve e levará aproximadamente 5 a 7 minutos para ser respondido. Todas as informações fornecidas serão tratadas de forma anônima e utilizadas apenas para fins acadêmicos.

Perguntas:

1. Com que frequência você consome alimentos orgânicos ou agroecológicos?
() Nunca () Raramente () Às vezes () Frequentemente () Sempre
2. Qual das seguintes características você considera mais importante na hora de comprar alimentos?
() Preço () Qualidade e sabor () Origem local () Produção sem agrotóxicos
() Relação direta com o produtor
3. Você teria interesse em adquirir cestas semanais com alimentos agroecológicos diretamente de agricultores da região, por meio de um grupo organizado como uma CCR?
() Sim () Não () Talvez / Preciso de mais informações
4. Você estaria disposto a retirar sua cesta semanal em um ponto de entrega fixo no bairro/condomínio, em dia e horário definidos previamente?
() Sim () Não () Depende da localização / horários
5. O que mais motivaria você a participar de uma iniciativa como uma CCR?

6. Quantos membros compõem a sua família?
() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ou mais
7. Qual a faixa de renda familiar mensal?
() Até R\$ 3.001,00 () De R\$ 3.001,00 a R\$ 6.001,00 () De R\$ 6.001,00 a R\$ 9.001,00 () Acima de R\$ 9.001,00

APÊNDICE C

Respostas abertas da Questão 5 do questionário aplicado aos consumidores

5. O que mais motivaria você a participar de uma iniciativa como uma CCR?

37 respostas

Produtos sem agrotóxicos

Preço e qualidade

Custo de aquisição

Mudança de paradigmas

A qualidade dos produtos e o preço. Sendo direto do consumirdo acredito que os dois aspectos seriam bem vantajosos em relação aos mercados.

Valor com custo/benefício, praticidade na entrega no condomínio.⁸

Alimentação saudável

Consumir alimentos de origem confiável

Produtos de qualidade, preço justo e principalmente sem agrotóxicos totalmente orgânicos e limpos.

Apoia agricultura local

Custo, variedade e qualidade do conteúdo.

Melhorar alimentação

Incentivo ao consumo de alimentos orgânicos e ecológicos

Incentivo ao produtor, consumo de alimentos de qualidade , fortalecimento da agricultura

O avanço e oportunidade de melhor alimentação

Valorizar pequeno produtor

Custo baixo

Valor e divulgação

Consumo de produtos mais frescos e saudáveis além de apoiar a produção familiar e comércio local

Consumo responsável

Facilidade

Procedência e valorizar agricultura familiar

Alimentação mais saudável

Constância das entregas e preço competitivo

Consumir produtos de qualidade

Consumir produtos sem agrotóxicos, preço mais atrativo, comprar diretamente do agricultor.

Valorização do produtor e alimentação saudável

Consumo de alimentos saudáveis

Qualidade de vida

Entrega em casa

Certeza do que está consumindo

Conveniência

Alimentação saudável, valorização do pequeno produtor

Valorizar pequeno produtor

Sei que alimentos que forem de origens realmente orgânicos são mais saudáveis, mas geralmente são mais caros. Teria que ver o melhor custo benefício...

APÊNDICE D

Você teria algum comentário ou sugestão para nos apresentar? 16 respostas

Não

Nao

Uma sugestão é a possibilidade de personalizar a cesta com a opção de itens que não gosto/não consumo. Outra sugestão é poder ter a opção de em algum semana reduzir algum dos itens caso não tenha conseguido consumir todos os da semana anterior. Atentar para elaborar pacotes para famílias pequenas.

Preciso de mais dados concretos

Fazer entregas dos pedidos seria muito bom pra quem nao pode buscar nos locais de vendas, e variedades de frutas e verduras.

Divulgar is produtos oferecidos, a procedência e estimativas de preço.

As CCR poderiam ser amplamente discutida com o agro negócio

Colocar em prática em alguns locais específicos em Lages como condomínio Green ville

Ótima iniciativa

Ótima ideia.

No momento não

Torcendo pra dar certo

Interessante seria organizar feiras

Acho que se tiver em Lages um CCR, teria que ser mais divulgado, e compatível com a renda Local,