

Innovative driving marketing for a better world

The emergence of social proposals in pandemic times

18 novembro 2020

organização



A Associação Internacional de Marketing Público e Não Lucrativo (AIMPN/IAPNM), em colaboração com a Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE-IPS), organizaram o XII International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing, com o tema ***"Innovative Driving Marketing for a Better World. The Emergence of Social Proposals in Pandemic Times"***. O Congresso realizou-se a 18 de dezembro de 2020 a partir de Setúbal (Portugal) em formato virtual através da plataforma Zoom.

No âmbito deste congresso foram abordados vários temas:

- Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade
- Marketing verde
- Marketing social
- Empreendedorismo social e inovação social
- Modelos de negócio sustentáveis com impacto social
- Marketing público e político
- Marketing sem fins lucrativos
- Digitalização e marketing com impacto social
- Competitividade empresarial e coesão social numa perspetiva de marketing territorial
- Economia social voltada para soluções inovadoras

Os 108 casos apresentados no congresso foram organizados em 10 sessões síncronas, para além de uma sessão assíncrona que possibilitou a participação de vários trabalhos através de vídeos. O Congresso, de tradição luso-espanhola, teve 292 participantes, 133 de Universidades de Espanha e 124 de Universidades de Portugal, mas também ainda 11 da Argentina, 10 do Equador, 7 do México, 3 do Brasil, 2 da Colômbia, 1 da Holanda e 1 do Paquistão. Entre os participantes houve também alguns alunos de programas de intercâmbio Erasmus de países como França e Alemanha.

O Congresso teve ainda duas sessões plenárias. Uma na abertura com a apresentação do livro: *"Case Studies on Social Marketing A Global Perspective"* (Galan-Ladero, M. Mercedes & Alves, Helena, Eds.). Esta sessão teve também a partilha de um estudo intitulado *"Facing COVID-19 pandemic: Results from a national survey on the Portuguese nonprofit sector"*, apresentado por Márcia Santos, do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal. A outra sessão plenária foi realizada no encerramento, com a participação de Enoque Raposo da Universidade de Roraima no Brasil com o tema: *"Desafios contemporâneos: Arte, autonomia e gestão de território dos povos indígenas"*.

Importa ainda referir que este Congresso contou sobretudo com casos realizados por estudantes supervisionados por professores, tendo sido para muitos estudantes a primeira oportunidade para participarem num evento internacional, o que se revestiu de particular relevância sendo uma mais valia não apenas pelo seu potencial científico, mas também pela sua abrangência e dimensão pedagógica.

XII Comissão Organizadora do International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing

Setúbal, 4 de Janeiro de 2021

Título	XII Congresso Internacional de Casos Docentes em Marketing Público e Não Lucrativo: <i>Innovative driving marketing for a better world. The emergence of social proposals in pandemic times</i> (Proceedings)
Local	Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Data de realização	18 de dezembro de 2020
Editores	Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal (Presidente da Comissão Organizadora) Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal José Luis Vázquez-Burguete, Universidade de Leon, Espanha M. Isabel Sanchez-Hernandez, Universidade de Extremadura, Espanha Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Capa e paginação	Susana Galvão
Disponível em	http://hdl.handle.net/10400.26/36120
Mês/Ano	Abril de 2021
ISBN	978-989-54631-9-0

GENTE BONITA COME FRUTA FEIA!

Sandrina B. Moreira

(Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, CICE e BRU-IUL, Portugal)

Andreia Simões

Mónica Trindade

Rute Batista

Samuel de Sena

RESUMO:

A Fruta Feia é uma cooperativa de consumo que tem como principal objetivo o combate ao desperdício alimentar. Devido à má aparência da fruta, muitos dos consumidores recusam-se a comprá-la. Atua também no combate ao gasto exagerado de recursos naturais por parte dos agricultores, nomeadamente, a água, a energia, as terras cultiváveis e o tempo de trabalho. Com este projeto evita-se semanalmente que cerca de 15 toneladas de fruta vão para o lixo. Assim sendo, o presente estudo de caso direciona-se para todo o público-alvo que não prioriza o aspeto da fruta, mas sim a sua qualidade e ao mesmo tempo se preocupa em reduzir o desperdício alimentar e a degradação ambiental. Os pontos fortes da ação desenvolvida pela Fruta Feia estão, do nosso ponto de vista, na sua responsabilidade social e ambiental, pois ajuda as famílias no sentido de tornar mais acessível a compra de fruta e contribui na prática do consumo verde.

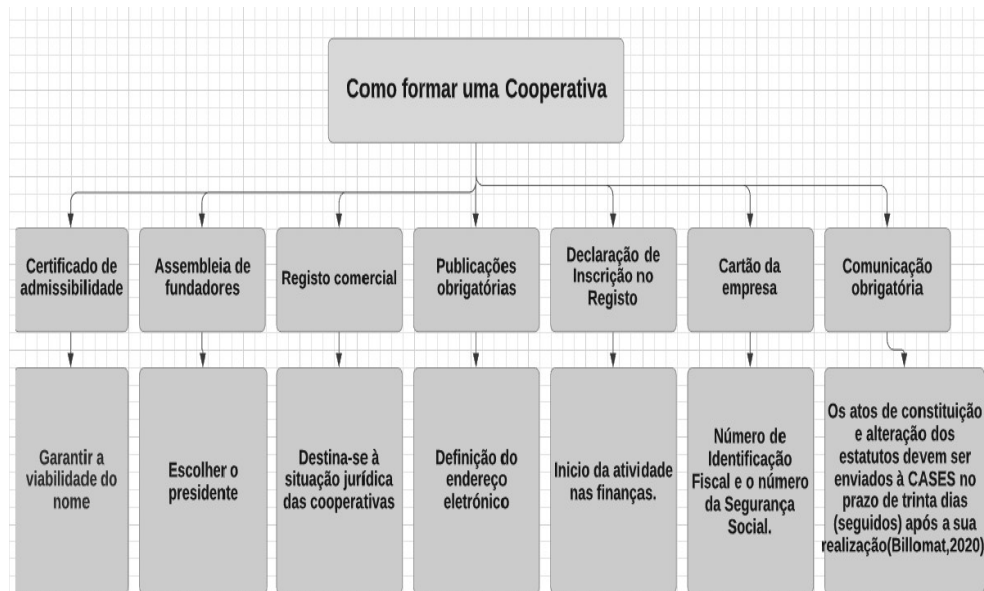
ABSTRACT:

Fruta Feia (Ugly Fruit) is a non-profit institution (food cooperative), whose main objective is to fight against food waste. Due to the fruit's poor appearance, many consumers refuse to buy it. It also acts against the exaggerated use of natural resources by farmers (like water, energy, arable land and working time). This project prevents the weekly waste of around 15 tonnes of fruit. Therefore, the presente case study is aimed to the people that does not prioritize the aspect of the fruit, but rather its quality and simultaneously has the concern to reduce food waste and environmental degradation. For us, the strenghts of Fruta Feia are on its environmental and social responsibility, since they end up helping families to purchase more accessible fruit and influence on the practice of green consumption.

1. INTRODUÇÃO:

Como esclarece a Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES): “uma cooperativa é uma associação autónoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades económicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa de propriedade comum e democraticamente gerida.” (CASES, 2020, p. 9). A Figura 1 demonstra como se pode, genericamente, formar uma cooperativa.

Figura 1. Passos para a constituição de uma Cooperativa.



Fonte: Elaboração própria, tendo por base Billomat (2020).

A Fruta Feia é uma cooperativa que atua no ramo dos consumidores. A sua grande finalidade consiste em combater o desperdício de todos os produtos hortícolas e frutas que são rejeitados pelos consumidores devido ao seu aspeto “pouco bonito”. A proteção do meio ambiente é outra das suas áreas de acção, atendendo à escassez e/ou ao uso exagerado e desnecessário de recursos naturais que

esse desperdício acarreta.

Os fundadores iniciaram este projeto a partir de uma ideia que surgiu durante um convívio entre quatro amigos, consubstanciada por cerca de um terço das frutas e vegetais dos supermercados serem deitados fora. A razão do desperdício deriva de os consumidores não os comprarem, devido ao facto de o seu aspeto não ser o pretendido. Assim, em novembro de 2013, foi criada uma delegação em parceria com os agricultores, possibilitando o acesso com menos custo para os consumidores, evitando que a fruta se estragasse e não fosse consumida (Fruta Feia, 2020).

Atualmente, as delegações existentes estão localizadas em diferentes concelhos, designadamente, Cascais, Lisboa, Almada, Amadora, Matosinhos, Gaia e Porto (Lusa, 2014). Há, naturalmente, o objetivo de formar outras delegações noutros pontos do país colmatando este problema noutras localidades. Contudo, o mesmo, continua apenas em estudo, pelos recursos monetários e burocráticos necessários para a sua concretização.

2. DESENVOLVIMENTO DO CASO:

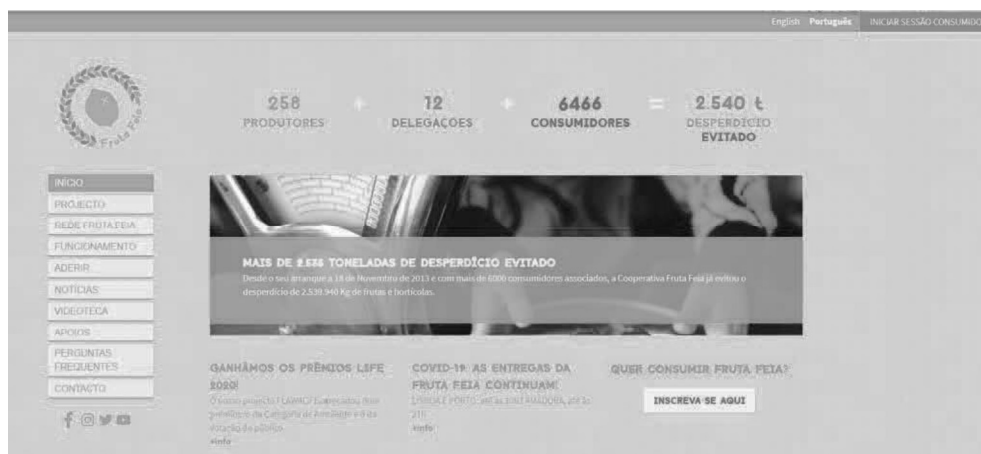
A cooperativa Fruta Feia compra semanalmente aos agricultores toda a fruta que sobra, que por causa da sua má aparência não é vendida nos supermercados e acaba por se estragar. Por este motivo a cooperativa deu início a este projeto inovador, com o propósito de extinguir o desperdício alimentar (Santos et al., 2015).

Atualmente existem 12 pontos de entrega em Portugal e são nestes locais que a fruta que sobra aos agricultores é vendida por um preço inferior aos consumidores. Desta forma, ocorre também um aproveitamento dos recursos naturais que eram usados e acabavam por ser desperdiçados nos cerca de 30% de fruta que era deitada ao lixo.

A Fruta Feia atua no sentido de consciencializar os consumidores de que o aspeto nada interfere na qualidade da fruta. Promove também a ideia de que é vantajoso consumir estes alimentos, porque são produtos biológicos a um custo inferior. Pretende ainda sensibilizar os consumidores de que ao aderirem a esta iniciativa, contribuem para a redução do uso desnecessário das terras cultiváveis, da energia e do tempo de trabalho.

Na Figura 2 fazemos referência à página inicial do site oficial da Fruta Feia, onde estão evidenciados os principais focos da cooperativa.

Figura 2. Ecrã de início da página web oficial de Fruta Feia.



Fonte: [https://frutafeia.pt/pt], (Fruta Feia, 2020).

No contexto da pandemia provocada pelo Covid-19, quando foi decretado o estado de emergência no país, a Fruta Feia decidiu suspender as entregas de fruta, porém, rapidamente conseguiram retomá-las com as devidas medidas de segurança. Inicialmente os cabazes eram entregues através de um postigo e,

posteriormente, reabriram as portas. Perante esta situação, foi possível reconhecer o papel fundamental da cooperativa na vida dos agricultores, porque muitos deles vendem exclusivamente para a Fruta Feia e deste modo não conseguiam obter qualquer lucro nem escoar os produtos. Atualmente, já é possível proceder às entregas normalmente, sempre com as medidas de segurança, respeitando as recomendações da Direção-Geral de Saúde (DGS).

A cooperativa Fruta Feia tem vindo a desenvolver campanhas de sensibilização, algumas delas relacionadas com palestras em escolas. Esta iniciativa pretende demonstrar aos jovens uma solução para o desperdício alimentar para que seja possível extinguir a totalidade, ou grande parte deste problema, que se estende a um nível mundial. Permite também a integração das pessoas no projeto para que as mesmas tenham um compromisso no combate ao desperdício. Cria um mercado alternativo para a fruta e hortalíça com mau aspeto, alterando assim os padrões de consumo, fazendo com que este tipo de mercado produza valor para os agricultores e para os consumidores. Para pertencer a esta iniciativa, o consumidor primeiramente tem de se inscrever e aguardar por uma vaga, para que seja seleccionado numa delegação na sua área de residência. Após ser seleccionado, o consumidor tem de pagar uma quota anual de cinco euros e passa, assim, a receber todas as semanas uma cesta com fruta e hortícolas, no ponto de recolha escolhido (SimBiose, 2020).

Todas as cestas que sobram são distribuídas por diversas instituições, tais como, a Associação SOL, Associação de Apoio às Crianças HIV/SIDA. Neste caso, as cestas de fruta são, assim, distribuídas às famílias que têm crianças e jovens portadores de deficiência motora profunda e/ou crianças e jovens infetadas pelo vírus HIV/SIDA (Associação SOL, 2020). Outro exemplo de solidariedade acontece nas freguesias de Santo António (Lisboa) e da Venteira (Amadora), onde a Fruta Feia doa as cestas de fruta e depois as Juntas de Freguesia em questão distribuem-nas pelos residentes em necessidade (Junta de Freguesia de Santo António, 2020; Junta da Freguesia Venteira, 2020). Exemplos de outras instituições de economia social que acolhem as cestas que sobram, colaborando, assim, no combate ao desperdício alimentar, são as seguintes:

- A Refood que tem o mesmo objetivo que a Fruta Feia, atuando nos seguintes pontos do país: Almada, Alvalade, Santo António, Cascais, Senhora da Hora e Gaia (Refood, 2020).
- A Cantina Solidária do RDA69 que tem como princípio ajudar na alimentação de todas as pessoas sem excluir ninguém, tendo em conta a situação atual que o mundo passa (RDA69, 2020).
- A Cozinha Solidária Autogerida da Disgraça que distribui comida para os sem abrigo, funcionando em regime *take-away* e tendo um ponto de recolha (Disgraça, 2020).
- O Centro de Apoio ao Sem Abrigo (CASA) que tem como função o apoio aos sem-abrigo e às famílias em risco (CASA, 2020).
- A Associação Noor'Fatima que veio da voluntariedade de ajudar quem não tem uma casa e vive nas ruas, distribuindo comida, roupa e bens essenciais (Noor'Fatima Voluntariado, 2020).

O reconhecimento e notoriedade do trabalho desenvolvido pela Fruta Feia está bem patente na diversidade de prémios auferidos desde a sua criação. Em 2013, a Fruta Feia ficou em segundo lugar no concurso FAZ - Ideias de Origem Portuguesa. Este concurso é um projeto, no qual o vencedor ganha um prémio de 50 mil euros e os finalistas recebem apoio e acompanhamento durante um período de nove meses (FCG, 2020). No ano de 2014 a organização venceu o Prémio Empreendedorismo e Inovação Crédito Agrícola, na categoria de Empreendedorismo e Inovação Social. Posteriormente, a Fruta Feia foi galardoada pelo Prémio Cooperação e Solidariedade António Sérgio, na categoria Inovação e Desenvolvimento. Ainda nesse mesmo ano, receberam o terceiro Prémio do concurso *Terre de Femmes*, promovido pela Fundação Yves Rocher (Fruta Feia, 2020).

A Fruta Feia teve a iniciativa de começar o projeto *Flaw4Life* contra o desperdício alimentar devido à aparência, que simultaneamente pretende promover um consumo responsável, local e sustentável (Flaw4Life, 2020). Este projeto

participou nos Prémios *Life 2020* e venceu dois prémios, o de Melhor Projeto na categoria do Ambiente e o *Citizen's Prize*. Em 2020 a Fruta Feia foi a primeira cooperativa a receber co-financiamento pelo Programa *Life* da União Europeia, o que mostra o quão único é o projeto *Flaw4Life*, salientando também os resultados obtidos e a sustentabilidade da organização (Tomás, 2020).

A cooperativa fez e continua a fazer a diferença entre vários produtores, sendo uma ajuda fundamental no sucesso das vendas de muitas deles. A Figura 3 remete para um vídeo onde se descobre isso mesmo.

Figura 3. Gente bonita produz Fruta Feia.



Fonte: [https://frutafeia.pt/pt/videoteca/gente-bonita-produz-Fruta-Feia/68159], (Fruta Feia, 2020).

3. PERGUNTAS PARA A DISCUSSÃO:

Pergunta 1. Quem é o responsável de haver tanto desperdício de produtos fruto-hortícolas?

Todos os dias mais de 30% da fruta dos supermercados é deitada ao lixo.

Pergunta 2. De que forma a cooperativa Fruta Feia teve impacto no meio ambiente?

Todas as semanas, em cada ponto de distribuição da Fruta Feia, é reaproveitado mais de duas toneladas de produtos agrícolas.

Pergunta 3. De que forma é importante a criação de mais delegações noutros pontos do país?

Neste momento a lista de espera para aderir ao projeto da Fruta Feia, tanto para produtores como para consumidores, encontra-se aproximadamente em 2000 pessoas.

Pergunta 4. Qual a importância de uma cooperativa na sociedade?

Uma cooperativa é uma organização de pessoas com interesses comuns para melhorar o bem-estar coletivo e os seus objetivos são: a solidariedade, a ajuda mútua e a responsabilidade compartilhada sobre a associação.

4. CONCLUSÕES:

Com a realização deste trabalho ficámos muito mais atentos a questões relacionadas com o desperdício alimentar. A pesquisa feita sobre a problemática deixou-nos bastante mais informados relativamente à dimensão das consequências do não aproveitamento dos alimentos e de que forma isso se pode tornar prejudicial para a economia do país, assim como para o meio ambiente.

Pelo lado do consumidor, também concluímos que somos os principais responsáveis por tanto desperdício, quando vamos às compras, pois olhamos para a aparência sem nos importarmos com o que fica para trás, que corresponde à fruta feia, a que tem tamanho irregular e uma aparência e cor menos bonita.

Esta iniciativa é imensamente benéfica, principalmente no sentido de reaproveitar as sobras de frutas e hortícolas e torná-las mais acessíveis aos consumidores, que muitas vezes, são pessoas com menores capacidades financeiras. Desta forma, junta-se o útil ao agradável, combate-se o desperdício alimentar e ajudam-se várias famílias, assim como os produtores, evitando um elevado prejuízo dos seus recursos.

Neste trabalho abordámos também um caso de Economia Social, mais em concreto a cooperativa Fruta Feia, e podemos concluir que o objetivo das organizações sociais é o desenvolvimento e melhoramento da sociedade, tendo em conta os

mais desfavorecidos e carenciados. Embora a Fruta Feia seja uma cooperativa com um modesto tamanho, já ajudou a prevenir o desperdício de toneladas de fruta.

BIBLIOGRAFIA

- Associação SOL (2020), [<https://www.facebook.com/associacaosol/>], consultado 11/11/2020.
- Billomat (2020), O que é e como constituir uma Cooperativa, [<https://www.billomat.com/pt/revista/cooperativa/>], consultado 15/11/2020.
- CASA (2020), [<https://casa-apoioaosemabrigo.org/index.php>], Centro de Apoio ao Sem Abrigo, consultado 11/11/2020.
- CASES (2020), Guia Prático da Economia Social, Cooperativa António Sérgio para a Economia Social, Projeto Y.ES. [https://www.cases.pt/wp-content/uploads/2019/09/Guia_Pr%C3%A1tico_da_Economia_Social.pdf], consultado 10/11/2020.
- Disgraça (2020), [<https://rda69.wordpress.com/?fbclid=IwAR3getfdEUxnpNSPAT1yVS4HhPcAIn-VswLCg36BNeiyg4eWQKmtVjuJVUQ>], consultado 11/11/2020.
- Flaw4Life (2020), [<https://www.flaw4life.com/>], consultado 16/11/2020.
- Lusa (2014), Cooperativa já impediu desperdício de mais de 50 toneladas de "frutafeia", [<https://www.publico.pt/2014/10/11/economia/noticia/cooperativa-ja-impediu-desperdicio-de-mais-de-50-toneladas-de-fruta-feia-1672596>], Jornal Público, consultado 11/11/2020.
- FCG (2020), [<https://gulbenkian.pt/>], Fundação Calouste Gulbenkian, consultado 11/11/2020.
- FrutaFeia (2020), [<https://frutafeia.pt/>], consultado 09/11/2020.
- Junta de Freguesia Santo António (2020), [<https://www.jfsantoantonio.pt/>], consultado 11/11/2020.
- Junta da Freguesia da Venteira (2020), [<https://www.jfventeira.pt/>], consultado 11/11/2020.
- Noor'Fatima Voluntariado (2020), [<https://www.facebook.com/voluntariadonoorfatima/>], consultado 11/11/2020.
- RDA69 (2020), Continuidade da cantina solidária, [<https://rda69.wordpress.com/2020/07/01/continuidade-da-cantina-solidaria/>], consultado 11/11/2020.
- Refood Gaia Centro (2020), [<https://www.facebook.com/refood.gaiacentro/>], consultado 11/11/2020.
- Santos, F., Salvado, J., Carvalho, I. e Azevedo, C. (2015), Manual para transformar o mundo, Fundação Calouste Gulbenkian, Have a Nice Day. [https://www.ies-sbs.org/media/filer_public/40/ff/40ff37dc-48a2-40d1-80cb-2903874d8302/manual_para_transformar_o_mundo.pdf], consultado 10/11/2020.
- SimBiose (2019), Fruta Feia – “Quem feio ama, bonito lhe parece”, [<https://www.simbiose.com.pt/fat-portfolio/fruta-feia-quem-feio-ama-bonito-lhe-parece/>], consultado 11/11/2020.
- Tomás, C. (2020), Projeto português Fruta Feia vence o Prémio LIFE para o Ambiente da União Europeia, [<https://expresso.pt/sociedade/2020-10-21-Projeto-portugues-Fruta-Feia-vence-o-Premio-LIFE-para-o-Ambiente-da-Uniao-Europeia-1>], Jornal Expresso, consultado 09/11/2020.