Estratégia de trabalho participativo para marketing do yacon (*Smallanthus sonchifolius* Poep. & Endl) no comércio de Santa Maria de Jetibá – ES

Way of participative work on yacon (*Smallanthus sonchifolius* Poep. & Endl.)'s marketing in supermarkets of Santa Maria de Jetibá – ES,Brazil

ANGELETTI, Maria da Penha. Incaper, **penhangeletti@incaper.es.gov.br**; VALTER, Celso. Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá; WOELFFEL, Arildo Thomaz. **santamaría@incaper.es.gov.br**; GONÇALVES, Horácio Vicente Caetano. Mepes, efagarrafao@yahoo.com.br

Resumo: Há atualmente em todo o mundo uma busca dos consumidores pela qualidade de vida e saúde, por alimentos mais saudáveis e de calorias controladas. O yacon é um exemplo de produto da agricultura familiar que começou a ser produzido em Santa Maria de Jetibá-ES em 2006, por agricultores interessados em seus benefícios no tratamento de diabetes, e como opção de diversificação na produção agrícola. Este artigo aborda um trabalho participativo de marketing que foi feito em parceria para divulgar o yacon e seus benefícios à saúde humana junto à população local do município.
Palavras-chave: yacon, trabalho participativo, marketing, folder yacon.
Abstract: Nowadays consumers all around the world are worried about health and life's quality. They care about choose fresh foods healthy and low calories. Yacon is an example of familiar agriculture's product that has been introduced in Santa Maria de Jetibá-ES Brazil, by farmers interested on its benefits on diabetics control and besides, like an agricultural option. This article is about a participative work of marketing made to show yacon's benefits on human health to local consumers.
Key words: yacon, participative work, marketing, folder yacon.

Introdução

Há atualmente uma grande preocupação com a qualidade de vida e a saúde. De um lado, consumidores mais conscientes com uma grande demanda por alimentos mais saudáveis e de calorias controladas (PASSOS & PARK, 2003). De outro lado a agricultura familiar pode oferecer produtos com benefícios múltiplos, associados às qualidades nutricionais, ao sabor e à aparência, tais como a segurança alimentar, as propriedades medicinais e nutracêuticas(ou funcionais) que atendam às referidas demandas

Este é o caso do Yacon (*Smallanthus sonchifollius* Poep. & Endl.), uma planta originária dos Andes, de uso tradicional na medicina popular do Peru, desde a época dos Incas.(LACHMAN, FERNANDEZ & ORSAK, 2003). Os açúcares armazenados nas raízes do yacon têm uma grande importância para a indústria de alimentos como adoçante e para enriquecer alimentos, com potencial de uso crescente. As raízes têm sido cada vez mais consumidas in natura, devido às suas qualidades medicinais (KAMIMURA, 2006): apresentam 70 a 80% do peso seco em frutooligossacarídeos

(FOS), conhecidos pelo efeito na saúde do cólon. O consumo de yacon é recomendado aos diabéticos e pessoas que sofrem de problemas digestivos.

O cultivo do Yacon está sendo introduzido desde 2006, em Santa Maria de Jetibá-ES, município de cultura pomerana e alemã, através de um grupo de agricultores familiares interessados nos seus efeitos medicinais e também buscando uma inovação para as propriedades de São Bento do Garrafão e comunidades vizinhas, com apoio do Incaper e Prefeitura / Secretaria de Agropecuária do município. A cultura do yacon tem um potencial de múltiplos benefícios para a agricultura familiar: na nutrição, como alternativa para a melhoria da saúde da família; como opção de inovação na diversificação agropecuária (tanto na produção de raízes para o consumo "in natura" como matéria-prima para a indústria de alimentos).

O mercado ainda é pequeno na Grande Vitória. No período de janeiro a dezembro de 2006 foram comercializados na CEASA-ES 27960 kg de raízes de yacon, enquanto que o Hortifruti comercializa aproximadamente 1500kg/ano.

Desenvolvimento

O presente trabalho teve por objetivo: atender a demanda dos produtores de yacon em formar um mercado consumidor local; divulgar as propriedades funcionais e medicinais do yacon junto aos consumidores dos 04 maiores Supermercados de Santa Maria de Jetibá e estimular o uso pela população local em que é comum o diabetes, principalmente entre os idosos. As atividades foram realizadas no período de março a julho de 2007, como um grande exercício de parceria entre o Grupo de Produtores de Yacon, o Incaper, a Prefeitura/Secretaria Municipal de Agropecuária; a Escola Família Agrícola de São João do Garrafão – MEPES; Supermercados Berguinha, Guilhermes, Super Show e Tresmann; Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Santa Maria de Jetibá e a Cooperativa de Crédito SICOOB.

A idéia surgiu em reunião com um grupo de produtores, a partir da decisão deles de continuarem a plantar o yacon acreditando no potencial do produto, apesar do consumo ainda pequeno. Considerando a população local de 31.000 habitantes e os maiores Supermercados da sede como o mercado mais próximo a ser conquistado, o trabalho foi planejado com a intenção de despertar o interesse dos consumidores em experimentar os efeitos positivos do yacon e formar mercado consumidor para as próximas safras.

Optou-se por fazer uma campanha com apresentação das raízes, degustação e distribuição de folders. A campanha aconteceu no período de 15 de junho a 14 de julho de 2007, concentrada nas sextas-feiras e sábados, dias de maior movimento nos supermercados. Foi realizada em 09 dias diferentes, totalizando 12 atividades. Em cada data e local trabalhou uma dupla de alunos do 3º e 4º anos do Ensino Médio da Escola Família. Nos dias de sexta-feira sempre havia em cada dupla, alguém que fala pomerano, para atender às pessoas que não sabem falar o português.

O planejamento e a execução da campanha foram feitos de forma participativa, de modo que cada parceiro cumpriu seu papel no processo construtivo que envolveu: Disponibilização de yacon pelos produtores; Criação participativa de folder; Apoio no transporte e alimentação dos alunos e dos materiais de uso na campanha; Coordenação e articulação entre os vários segmentos envolvidos; Busca de patrocínio para o folder; Apoio financeiro para impressão do folder; Publicação do folder; Elaboração de material nivelando os conhecimentos sobre o yacon para os alunos e participantes da campanha; Organização e execução da escala para transporte; Organização de escala das duplas participantes; Infraestrutura e apoio dos supermercados; Venda de yacon pelos agricultores para os supermercados; Serviços de apoio de colaboradores de cada entidade envolvida; Divulgação da campanha no jornal A NOTÍCIA e no site do INCAPER; Acompanhamento de cada atividade executada.

Figura 1: Folder criado para a campanha.

Resultados

- Conseguiu-se atingir um total de 1199 consumidores com participação registrada, que experimentaram yacon durante o período da campanha;

Figuras 2 e 3 : Detalhes da execução da Campanha.

- Os alunos tiveram uma experiência prática de inserção positiva na sociedade, além de se exercitarem na área de pós-colheita e poderem identificar limites e habilidades de comunicação e marketing, importantes para a vida profissional;

- O Supermercado Tresmann comercializava yacon desde o mês de maio de 2007, com 1,5 cx/semana. No meio do período de campanha as vendas foram de 4,5 cx/semana e na última semana da campanha, 8 caixas/semana, o que se mantém. Os Supermercados Berguinha, Guilhermes e Super Show que não comercializavam yacon, passaram a receber a demanda de consumidores e a comercializar 01 a 02 caixas/semana.

- Muitos consumidores que conheceram o yacon no início da campanha voltaram em datas posteriores para relatar benefícios que estão obtendo na saúde e bem-estar;

- Os produtores locais tiveram ampliadas as opções de comercialização ainda nesta safra.

Considerações Finais

A campanha atingiu o objetivo a que se propôs. O produto teve uma aceitação muito boa pelos consumidores que passaram a incluir o yacon em sua alimentação, sendo que os quatro supermercados trabalhados continuam a vendê-lo regularmente.

Os produtores de yacon venderam toda a safra no comércio local e na CEASA-ES. A campanha fortaleceu o yacon como opção de diversificação de culturas. Em 2006, 100% do yacon comercializado na CEASA-ES veio de São Paulo. Até julho de 2007, 10 % do yacon na CEASA-ES teve origem em Santa Maria de Jetibá-ES.

Quando acabou a safra local, os supermercados continuaram a comprar o yacon na CEASA-ES, para atender a demanda dos consumidores.

Foi identificada a necessidade de se fazer na próxima safra, uma campanha para esclarecer os consumidores sobre a diferenciação do yacon sem uso de agrotóxicos e sem tratamento de clarificação.

Motivados em continuar com o yacon, um grupo de produtores pioneiros no plantio local juntamente com técnicos do Incaper e da Prefeitura estão implementando um processo de criação e adoção de normas para criação de um rótulo de identidade e origem como yacon sem agrotóxicos e produzido com técnicas de conservação ambiental.

Referências bibliográficas

KAMIMURA, G. K. F. Isolamento, purificação e caracterização da peroxidase de yacon(Smallanthus sonchifollius).2006. 100p. Dissertação (Mestrado em Alimentos e Nutrição) – Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006. Online. Disponível em: http://www.biblioteca.unesp.br/bibliotecadigital/document/?did=4041. Acesso em 14 jul. 2007.

LACHMAN, E. C.; FERNANDEZ, E. C; ORSAK, M. Chemické slozeni a vyuziti jakonu (Smallanthus sonchifolia Poep. & Endl.)H. Robinson. Online. Disponível em <http:// www.vitamins.cz/archiv/2003>. Acesso em 4 jun.2007.

PASSOS, L. M. L.; PARK, Y. K. Frutooligossacarídeos: implicações na saúde humana e utilização em alimentos.Ciência Rural [online]. v.33, n.2, p.385-390. Available from World Wide Web: ISSN 0103-8478.