

SmartFarmer

Newsletter



Análise de Necessidades e Grupos Alvo

A Análise de Necessidades teve como objectivo investigar as necessidades dos grupos alvo do projecto no que respeita às Ferramentas Metodológicas de Formação em Marketing (FMFM) (Formação Profissional, Manual de Formação, Workbook and Ferramenta Web) referentes aos produtos agrícolas inteligentes dos países parceiros.

O SmartFarmer foca vários grupos alvo distintos:

- Produtores agrícolas (em particular de agricultura biológica), empresários agrícolas, gestores e funcionários (em particular gestores de marketing e funcionários da área comercial e de marketing) de PME do sector agrícola, potenciais agricultores, estudantes de agronomia e de marketing.
- Entidades públicas e instituições privadas de domínios fortemente ligados às matérias abordadas no projecto (e.g. responsáveis políticos e decisores do sector agrícola, associações de produtores, cooperativas de produções biológicas e de superalimentos).
- Professores, monitores, assessores, investigadores e organizações de formação profissional interessados em integrar os conteúdos e matérias desenvolvidas pelo projecto nos seus processos de ensino.
- População residente em áreas rurais, consumidores (em particular consumidores de produtos biológicos) e o público em geral, para dar a conhecer o SmartFarmer e os seus benefícios.

Conteúdo

Análise de Necessidades e Grupos Alvo	1
Objectivo da Pesquisa e Ferramentas	2
Principais Resultados	3
Segundo Encontro em Riga, Letónia	4
4B SmartFarmer Project Contactos	5

Editor da Newsletter

Farmers Parliament

Colaboraram na Newsletter

Inga Berzina
George Adamides
Andreas Stylianou

Objectivo da Pesquisa e Ferramentas

A pesquisa teve como objectivo a identificação das necessidades do projecto, especificamente:

- Determinar se as PME rurais das regiões parceiras do projecto compreendem o significado e o valor dos superalimentos.
- Comparar o entendimento que os produtores e PME rurais dos diferentes países da UE têm sobre o significado e o valor dos superalimentos.
- Identificar os principais obstáculos ao desenvolvimento do sector dos superalimentos, particularmente na cadeia alimentar e no marketing.
- Identificar os melhores instrumentos de marketing e de promoção de superalimentos, bem como as necessidades de formação dos produtores e das PME rurais nas diferentes regiões parceiras.
- Comparar experiências e práticas dos diferentes países em material de produção, marketing e promoção de superalimentos.
- Identificar produtores, associações, instituições de ensino e formação profissional e outros *stakeholders* interessados em participar no projecto e em acções-piloto de formação.
- Definir de que forma devem ser realizadas potenciais acções de formação.

Os mecanismos de pesquisa da análise de necessidade incluíram os procedimentos e critérios de selecção da amostra, as formas de abordagem aos grupos alvo, de motivação dos seus representantes e o tipo de interacção. Um **questionário sucinto** e um **guião para entrevistas** foram criados com base numa pesquisa bibliográfica e nos resultados do projecto ProudFarmer que constituiu o ponto de partida do projecto SmartFarmer. Foi também elaborado um **template** para a apresentação dos relatórios regionais dos parceiros.

O resultado global do inquérito consistiu em 130 questionários respondidos: 28 de Chipre, 26 da Grécia, 25 da Letónia, 26 de Portugal e 25 de Espanha. Foram ainda realizadas 57 entrevistas (11 de Chipre, 13 da Grécia, 10 da Letónia, 10 de Portugal and 13 de Espanha) abrangendo uma vasta gama de organizações que operam no sector, nomeadamente centros de investigação e universidades, ministérios e entidades públicas de âmbito regional ligadas à agricultura e desenvolvimento rural, associações de produtores, organizações de apoio à exportação, entidades financiadoras da agricultura e produtores de superalimentos.



Principais Resultados

A procura de mercado dos alimentos saudáveis, incluindo bagas frescas e produtos de baga, cresceu nos anos mais recentes. No entanto, o conceito de superalimentos não é muito familiar para os produtores agrícolas dos países parceiros do projecto nem para as entidades públicas do sector agrícola. É um conceito utilizado mais frequentemente na promoção destes produtos por parte dos vendedores e nos menus dos restaurantes do que pelos próprios produtores.

Os principais desafios à produção de superalimentos nos países parceiros do projecto são:

- Aumento dos custos de produção, embalagem e venda
- Condições agro-climáticas
- Consumidores não entendem que o valor nutricional dos superalimentos justifica preços de venda mais elevados
- Dificuldade em seleccionar os canais comerciais mais adequados
- Procedimentos administrativos



Adicionalmente, com base nas respostas dos inquéritos, as **áreas de formação mais procuradas** são:

Como calcular o preço de mercado	14%
Procedimentos de exportação	12%
Quais são os padrões de qualidade	10%
Embalagem	10%
Métodos de cooperação	9%
Actividades de promoção	8%
Métodos de produção/práticas de cultivo e custos de produção	8%
Canais de venda (cadeias de retalho alimentar, etc.)	8%
Como desenvolver uma marca	7%
Como registar a produção, o processamento e a venda de produtos biológicos	6%
O que deve ser escrito no rótulo (<i>labelling</i>)	6%

Por último, as formas de acesso preferenciais à informação e formação são: **acções de formação presenciais** (periódicas), **manuals específicos**, **cursos de formação online**, **visitas de campo** e **visitas para troca de experiências**.

Segundo Encontro em Riga, Letónia

3 de Junho, 2014

No 1º dia do Encontro, os participantes discutiram os seguintes tópicos:

- Resultados da análise de necessidades – relatórios dos países e relatório de síntese
- Ajustamento do programa de formação
- Plano de disseminação e exploração – evolução e novas tarefas
- Questões administrativas e financeiras
- Planeamento detalhado do Plano de Trabalhos até ao próximo Encontro e próximos passos (Junho-Outubro 2014)
- Apresentação do projecto LdV MARLO pelo **CLUTUREX** - MARLO coordination team

4 de Junho, 2014

No 2º dia do Encontro, os parceiros visitaram alguns produtores agrícolas numa visita conjunta de estudo/disseminação com o projecto MARLO:

- Herdade "Gundegas" que produz arando vermelho e possui instalações para secagem de diferentes bagas e outros frutos.
- Produtor agro-alimentar Ramkalni Ltd que (em resposta à crise económica global) expandiu o seu negócio com a abertura de uma loja e oferta de vários serviços turísticos.
- Herdade Piladzi, um negócio de viveiros de árvores de fruto que recentemente iniciou a produção de vinho (incluindo bagas de superalimentos, e.g. arando e aronia)
- Safari Park More – unidade de criação orgânica de veados que diversificou a sua actividade com a oferta de serviços turísticos.

No decurso das visitas, os produtores que pertencem aos grupos alvo do projecto e são potenciais participantes da acção-piloto de formação, foram informados sobre os projectos SmartFarmer e MARLO.



Disclaimer

Projecto financiado com o apoio da Comissão Europeia. A informação contida nesta publicação vincula exclusivamente o autor, não sendo a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.



<http://www.smartfarmerproject.eu>

SmartFarmer Project Contactos

Agricultural Research Institute
Coordenador do Projector:
George Adamides
E-mail: gadamides@ari.gov.cy

Gestor do Projecto:
Andreas Stylianou
E-mail: a.stylianou@ari.gov.cy

Cyprus University of Technology:
Petros Kosmas
E-mail: petros.kosmas@cut.ac.cy

Union "Farmers Parliament":
Inga Berzina
E-mail: Inga@zemniekusaeima.lv

Harokopio University of Athens:
Despina Sdrali
E-mail: dsdrali@hua.gr

M.A.G.I.-Greek Superfoods
Cooperation:
Ioannis Galatoulas
E-mail: jgalatoulas@yahoo.gr

RCDI - Rede de Competências para
o Desenvolvimento e Inovação:
Alexandra Mendonça
E-mail:
alexandra.mendonca@rcdi.pt

Fundacion Maimona:
Leonor Martín
E-mail: lmartin@lossantos.org