

Levantamento do Perfil dos Grupos de Consumo no Brasil

“Consumo como intervenção - Um olhar sobre as experiências de consumo coletivo no Brasil”

Roteiro de perguntas:

1. Dados Gerais da iniciativa:

- Qual é o nome?
- Qual o objetivo?
- Onde está localizada? Qual a abrangência?
- Quem e quantos são os participantes e/ou associados? (produtores, consumidores, parceiros comerciais e outros atores envolvidos)
- Tem entidades parceiras? Quais?
- A experiência é formalizada? Se sim, como? (Cooperativa de Consumo, Associação ou outro)
- Qual a movimentação financeira média mensal ou semanal?

2. Características da iniciativa:

- Fale um pouco do histórico e das motivações para criação da iniciativa:
- Quais os valores e princípios do grupo? Há uma definição formal destes princípios, por exemplo, em Carta de Princípios ou Manifestos? (Se sim, e se possível, enviar modelo digitalizado ou por correio)
- Qual a variedade e preço dos produtos ofertados? Existe variedade de produtos de um mês para ou outro?

3. Dinâmica de Funcionamento:

- Como se dá a gestão da iniciativa?
- Como são as relações de trabalho (trabalho remunerado X voluntário)?
- Qual a logística de compras, armazenamento e distribuição dos produtos e a estrutura física utilizada?
- Como é a construção do preço: % para produtores, % parceiros comerciais, % logística e transporte, % gestão? Esta informação é de conhecimento de todos os membros?
- São realizadas pesquisas, diagnósticos e avaliações junto aos membros? Com que frequência? Já foram realizadas mudanças na dinâmica das relações a partir desses levantamentos?
- Quais os principais desafios enfrentados?

4. Consumidores:

- Qual o perfil dos consumidores envolvidos (classe social; engajamento com a economia solidária, agroecologia; outras características)?

- Como se dá o sistema de associação dos consumidores?
- Quais são os compromissos que devem ser assumidos pelos consumidores ao se associarem?
- Qual o grau de envolvimento real dos consumidores com a iniciativa?
- Como acontece a expansão do número de consumidores/núcleos? Os consumidores já associados contribuem para a expansão?
- As demandas de consumo dos associados são supridas?
- Os produtores consomem os produtos ofertados pelos demais produtores?

5. Produtores:

- Quantos produtores participam?
- Quem são? (nome, o que produz, formas de organização, localização, etc):
- A iniciativa absorve toda a produção?
- Os produtores acessam outros mercados? Quais?
- Adotam mecanismos de certificação? Quais? Se não, quais os motivos?

6. Comunicação, Sensibilização e Educação entre os atores

- Como se dá a dinâmica de comunicação? Utilizam materiais de divulgação como folders, boletins e cartas?
- São utilizados materiais educativos tais como cartilhas ou vídeos? São materiais elaborados pela própria iniciativa?
- Possuem site? Qual o endereço?
- São propostas atividades como cursos, encontros, visitas, mutirões, etc? Se sim, quem costuma propô-las e organizá-las (consumidores, produtores, parceiros comerciais)?
- Já foram produzidos artigos e textos sobre a iniciativa?

7. Modelos de Instrumentos de gestão e comunicação

(Estes materiais são muito importantes na sistematização desta pesquisa, portanto, se for possível, por favor enviar modelos digitalizados ou pelo correio)

- Lista de Pedido e Produtos
- Planilhas de Gestão
- Materiais de divulgação, educativos e de comunicação tais como cartas, informativos, e questionários
- Avaliações
- Se a iniciativa for formalizada: relação ou modelos dos documentos legais exigidos