

## FICHA DE FORMAÇÃO

### 02. IMPLICAÇÕES ECONÓMICAS APLICADAS À ALIMENTAÇÃO

<b>Área</b>	Alimentação										
<b>Nível</b>	BÁSICO										
<b>Tópico</b>	<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td>x</td><td>2. Implicações económicas da produção e consumo de CR</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>			x	2. Implicações económicas da produção e consumo de CR						
x	2. Implicações económicas da produção e consumo de CR										
<b>Módulo</b>	<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td>x</td><td>O peso da economia na alimentação</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>			x	O peso da economia na alimentação						
x	O peso da economia na alimentação										
<b>Palavras-chave</b>	Consumo responsável - Economia circular - Produtos locais - Economia sustentável - Distribuição de riqueza										
<b>Introdução</b>	<p>A indústria alimentar e de bebidas é o maior setor da UE em termos de volume de negócios, valor acrescentado e emprego.</p> <p>É importante lembrar que:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Esta indústria é uma das partes mais importantes da economia porque é responsável pela alimentação das pessoas e a procura nunca vai parar.</li> <li>2. Alimentos e bebidas são a segunda maior despesa familiar.</li> <li>3. A indústria alimentar gera e assegura muitos postos de trabalho: só na Europa, 4,82 milhões de pessoas trabalham nesta indústria.</li> </ol> <p>Tudo isto implica que esta indústria tem um peso considerável na economia global e em cada país. Os consumidores devem estar cientes disso e do</p>										

	<p>peso que as suas escolhas de compra e consumo têm na economia local, nacional e até global. O consumo alimentar responsável tem um grande impacto. Fazer escolhas conscientes sobre quais produtos e de quais empresas comprar implica exercer poder económico sobre os valores das empresas e mudar o mercado e a cultura partilhada pela nossa sociedade, pois só financia empresas e entidades que cumpram padrões éticos e morais e se comprometam com problemas sociais.</p>
<b>Impactos/ Benefícios</b>	<p>Ser um consumidor economicamente responsável significa ser crítico em relação aos seus gastos, mas também significa pensar que tipo de economia se quer financiar e agir de forma condizente com esse desejo.</p> <p>Comprar e consumir com responsabilidade significa, portanto, preferir uma economia local e circular. As microeconomias das comunidades locais podem garantir meios de subsistência, respeitando os ecossistemas, a saúde e a cultura locais. Também promovem o convívio e a solidariedade.</p> <p>Portanto, um consumidor responsável é aquele que prefere alimentos locais e financia negócios pequenos, sustentáveis e éticos. Como a alimentação e a bebida são a segunda maior despesa familiar, o capital gasto em alimentação tem um grande poder na economia, especialmente na economia local. Se numa determinada comunidade, cidade ou bairro, todos os consumidores comprassem produtos dentro da mesma comunidade, haveria uma circulação de dinheiro que sempre financiaria a comunidade, contribuindo assim para preservar o emprego e fixar a população à terra, uma grande preocupação na maioria das áreas rurais.</p> <p>Comprar diretamente de um produtor local (como um agricultor, um peixeiro, um açougueiro, etc.) permite-nos garantir que o seu trabalho seja pago decentemente. Muitas vezes, de facto, as cadeias de distribuição e as grandes empresas que compram do produtor primário não são éticas e não respeitam os direitos dos produtores. Deste ponto de vista, quanto menor a distância entre o consumidor e o produtor, melhor.</p>

	<p>Financiar diretamente produtores locais e pequenos negócios também dá ao consumidor o poder de participar num processo de redistribuição de riqueza, boicotando multinacionais e grandes corporações que têm forte controlo sobre a economia.</p> <p>Esta microeconomia local e circular também facilita o controlo do impacto ambiental dos produtos e, assim, promove uma economia baseada nos princípios da sustentabilidade.</p>
<b>Boas práticas</b>	<p>Os Frades Capuchinhos de Espanha promoveram um projeto baseado na ideia de uma economia local, ética e respeitosa dos direitos humanos. O projeto chama-se <a href="#">Huerto Hermana Tierra</a> e prevê a utilização de um grande jardim de dois hectares, abandonado há mais de 25 anos, para cultivo sustentável. Esta horta é também um espaço de formação e estágio em agricultura biológica para imigrantes e pessoas com dificuldades pessoais e sociais. A estas pessoas são garantidas condições económicas e humanamente dignas e a aquisição de conhecimentos e competências que melhorem a sua empregabilidade.</p> <p>Outro projeto lançado recentemente no norte da Itália, por exemplo, o <a href="#">babaco market</a>, nasce da vontade de evitar o desperdício de alimentos e valorizar o trabalho ético de pequenos produtores locais. O mercado Babaco recupera frutas e verduras que seriam descartadas do processo de distribuição por defeitos estéticos e as revende a baixo preço, enviando caixas de 6 ou 10 kg diretamente para a casa dos assinantes. O mercado Babaco compra a pequenos produtores locais que trabalhem de forma ética e sustentável. É claramente especificado de onde vem cada produto e o motivo pelo qual foi descartado.</p>
<b>Desafios atuais e futuros</b>	<p>O maior desafio para uma economia responsável, local, ética e sustentável é, sem dúvida, o preço. Alimentos orgânicos e locais geralmente custam mais do que os produtos de multinacionais e grandes corporações. Estes últimos muitas vezes baixam os preços ao mesmo tempo que diminuem a qualidade dos produtos, não oferecem condições de trabalho economicamente e humanamente decentes e não cumprem certos</p>

	<p>padrões em termos de sustentabilidade do processo de produção do produto. Outro problema é que os pequenos produtores locais muitas vezes não podem pagar ou não conseguem aproveitar um plano de publicidade para se tornarem mais visíveis na comunidade. Não basta dar-se a conhecer, é preciso convencer o potencial consumidor de que os produtos alimentares locais são de tal qualidade que os consumidores decidam mudar os seus hábitos de compra. O consumidor deve ser empoderado a ponto de abandonar a conveniência do supermercado, onde se encontram todos os tipos de produtos alimentícios desejáveis, para comprar produtos locais que atendam aos requisitos de produção sustentável e ética.</p>
<i>Língua</i>	<i>Português</i>
<i>Parceiro</i>	IWS
<b>Outras referências</b>	<a href="https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2021/02/FoodDrinkEurope-Data-Trends-2020-digital.pdf">https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2021/02/FoodDrinkEurope-Data-Trends-2020-digital.pdf</a>