

## CENÁRIO ATUAL E PERSPECTIVAS DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS NO MUNICÍPIO DE SANTA MARIA/RS

### CURRENT SCENARIO AND PROSPECTS OF THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF FRUITS AND VEGETABLES IN THE MUNICIPALITY OF SANTA MARIA / RS

**Janaína Balk Brandão, Universidade Federal de Santa Maria,  
janainabalkbrandão@hotmail.com**

**Humberto Davi Zen, Universidade Federal de Santa Maria, humbertozen@gmail.com**

**Gustavo Pinto da Silva, Colégio Politécnico de Santa Maria,  
gustavo.pinto@politecnico.ufsm.br**

#### **Grupo 4. Sistemas Agroalimentares e Cadeias Agroindustriais.**

#### **Resumo**

A cadeia produtiva de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) se caracteriza pela produção de uma ampla diversidade de espécies e por ser uma alternativa de renda para estabelecimentos que vão desde a agricultura familiar até grandes propriedades patronais. O objetivo deste trabalho é obter o perfil sócio-econômico dos produtores, bem como, verificar as características relativas à produção e comercialização praticadas pelos estabelecimentos produtores de FLV no município de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Para tanto, foi realizado um levantamento, utilizando um questionário como instrumento de coleta de dados. Foram pesquisados 85 estabelecimentos produtores de FLV, nos anos de 2015 e 2016, representando 80% do total de estabelecimentos produtores de hortifrutigranjeiros. Como referencial teórico utilizou-se a noção de sistemas agroalimentares e cadeias produtivas. Os resultados obtidos demonstram que a produção de FLVs é realizada por agricultores com idade entre 40 e 60 anos, que tem envolvimento com a atividade há mais de 20 anos. 75% dos estabelecimentos possuem área menor que 12 hectares, que pertencem ao produtor e estão concentradas principalmente nos distritos de Arroio Grande e Sede. As espécies mais produzidas são a alface, couve, mandioca, repolho, tempero e frutas cítricas. A feira é o canal mais utilizado e há preponderância de canais curtos. Decorre disso, que o tipo mais comum é o 'Mercado de proximidade', composto por um agricultor tipo 'Camponês', produtor de excedentes, que utiliza o mercado 'Spot', venda direta e/ou somente local. Este 'tipo' utiliza como natureza das trocas/modelo de negócios as relações interpessoais e solidárias, adotando como regulação a confiança e a amizade.

**Palavras-chave:** Perfil do produtor; Canal de comercialização; Feiras.

#### **Abstract**

*The fruit and fresh vegetable production chain (FLV) is characterized by growing a wide variety of species and for it is an income alternative for rural establishments ranging from small family farms to large business farms. The objective of this work is to identify the socio-economic profile of the producers, as well as to assess the characteristics related to the production and commercialization practiced by the FLV producers in the municipality of Santa Maria, in Rio Grande do Sul. A questionnaire was used as instrument for data collection. and 85 FLV producing establishments were surveyed throughout the years 2015 and 2016, representing 80% of the total number of establishments producing fruit and*

*vegetables. As a theoretical reference, the notions of agri-food systems and productive chains were used. The results show that the production of FLVs is carried out by farmers aged between 40 and 60 years, who have been involved with the activity for more than 20 years. 75% of the establishments have an area smaller than 12 hectares, which belong to the producer in most of cases, and are concentrated mainly in the districts of Arroio Grande and Sede. The most commonly grown species are lettuce, cabbage, cassava, cabbage, chives, parsley, and citrus fruits. The farmer's markets are the most frequently chosen channel and there is preponderance of short channels. Thus, the most common type is the 'Proximity Market', composed of a peasant farmer, a surplus producer, who uses the 'Spot' market, direct and/or local sales only. This profile of farmer uses interpersonal and solidarity relations as the nature of business exchanges/models, having trust and friendship as a regulation mechanism.*

*Keywords: Producer profiling; Marketing channel; Farmers market.*

## 1. Introdução

Graças à sua grande variedade de climas e solos, o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas e hortaliças, atrás apenas de China e Índia (FAO, 2015). No ano de 2014 a produção brasileira de frutas e hortaliças atingiu 75 milhões de toneladas, ocupando uma área de 4,37 milhões de hectares e empregando diretamente e indiretamente cerca de 8 milhões de pessoas (ANUÁRIO BRASILEIRO DA FRUTICULTURA, 2016; ANUÁRIO BRASILEIRO DE HORTALIÇAS, 2016). O setor produtivo de frutas, legumes e verduras (FLV) apresenta características peculiares, principalmente devido à natureza da sua produção. Os FLVs apresentam em sua maioria alta perecibilidade, bem como fragilidade ao manuseio, exigindo padrões elevados em seu acondicionamento e conservação (MELO; VILELA, 2007; FOSCACHES *et al.*, 2012). Além disso, destacam-se a demanda intensiva de capital e mão de obra desde antes de a produção ser feita até o momento que a comercialização, bem como a heterogeneidade observada quanto ao perfil socioeconômico e produtivo dos agentes envolvidos (MELO; VILELA, 2007). Esta heterogeneidade é resultado de diversos fatores, como diferentes disponibilidades de área, capital financeiro e humano, tecnologia e informação, que acabam influenciando escolhas como o tipo de insumos e tecnologia utilizados, sistema de cultivo (convencional, protegido, hidropônico e orgânico), assim como as estratégias de distribuição e comercialização (NASCIMENTO; MELO, 2011).

Nas últimas décadas, a cadeia produtiva de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) tem se tornado um sistema mais complexo, pois além de abarcar as características citadas no parágrafo anterior, também vem sofrendo modificações em sua conjuntura de mercado e nos hábitos de consumo dos consumidores (SOUZA FILHO; BONFIM, 2013; MELO e VILELA, 2007). As mudanças de mercado tiveram início por volta dos anos 60, quando a modernização da agricultura e da logística transformou aspectos sociais, econômicos e ambientais do sistema de produção agroalimentar brasileiro (SCARABELLOT; SCHNEIDER, 2012). Os autores destacam o alongamento dos “circuitos de comercialização” de FLV pela inserção de intermediários entre os elos da produção e consumo.

Neste período, assim como aconteceu nos Estados Unidos, Europa e posteriormente no resto do mundo, a comercialização de FLVs do Brasil foi dominada por poucos e grandes grupos de varejo (SINI, 2014). As redes de distribuição varejista identificaram no comércio de FLVs uma estratégia de diferencial competitivo, pois suas características de categoria-destino geram atratividade e garantem um fluxo constante de clientes (SOUZA FILHO e BONFIM, 2013; BELIK; MALUF, 2004; LAWRENCE, 2004). Neste cenário, Bonfim (2011)

aponta que aspectos como qualidade, diversidade, preço e apelo à vida saudável são fatores essenciais para o sucesso da estratégia. Atualmente, 70% dos FLVs chegam ao consumidor final por meio de supermercados ou hipermercados (SOUZA *et al.* 2008; ABRAS, 2016). Os 30% restantes do mercado são supridos por canais de comércio alternativos, como fruteiras, minimercados, feiras convencionais e agroecológicas, entre outros (SOUZA *et al.* 2008).

Dessa forma, a estrutura de governança para o suprimento de FLV nas redes de varejo assume concomitantemente características de economia de escala e de escopo, pois ao mesmo tempo em que requerem volumes mínimos e regularidade de fornecimento com elevado padrão de qualidade, as mesmas têm a necessidade de ofertar uma ampla variedade de espécies aos seus clientes (BRANDÃO, 2011; SOUZA FILHO; BONFIM, 2013). Dessa forma, há predominância de negociações com produtores bem estruturados, centrais de abastecimento, associações e cooperativas em detrimento de agricultores menos intensivos em capital e tecnologia (BRANDÃO, 2011; BELIK; MALUF, 2004).

Por outro lado, nas últimas duas décadas, emergiu internacionalmente um cenário em que os consumidores começaram a se preocupar mais a respeito da segurança, qualidade e diferenciação dos produtos alimentares que consomem, movimento conhecido como *quality turn* (HASTUTI, 2007). Percepções a respeito de valores e necessidades pessoais, segurança alimentar, local de origem da produção e impactos sociais e ambientais da cadeia produtiva passaram a influenciar a decisão de compra de FLVs (AHUMADA; VILLALOBOS, 2009; DOWD; BURKE, 2013). Uma evidência disso é uma tendência de crescimento dos chamados “circuitos curtos de comercialização” como resposta às novas demandas dos consumidores. Por exemplo, nos Estados Unidos e Itália, o número de feiras de produtores para venda de FLVs mais do que dobrou na última década (MARTINEZ *et al.* 2010, COLDIRETTI, 2012; BIMBO *et al.*, 2015). Na República Tcheca, escândalos envolvendo a qualidade e confiabilidade de alimentos ofertados por varejistas geraram um aumento na procura por canais de comércio que ofertem mais clareza a respeito da origem e qualidade dos alimentos (SYROVÁTKOVÁ *et al.* 2014).

No Brasil, a produção e comercialização de FLVs possui na garantia da segurança alimentar e sustentabilidade nos âmbitos econômico, social e ambiental os seus maiores desafios (CUNHA, 2015). Recentemente, a exposição midiática que denunciou a contaminação de alimentos por agrotóxicos e a observação do comprometimento do abastecimento de FLV envolvendo o CEASA devido à paralização de caminhoneiros por apenas três dias expuseram algumas dessas fragilidades, como a alta dependência do transporte rodoviário na logística de FLVs (FÓRUM GLOBAL DO AGRONEGÓCIO, 2014; G1, 2016; O GLOBO, 2015). Outro fator é o encolhimento da renda de produtores, que historicamente receberam incentivos e treinamentos, que além de dispersos e fragmentados, focavam apenas na produção, negligenciando aspectos como gestão administrativa do estabelecimento, logística e comercialização, e atualmente encontram dificuldades de inserção na atual conjuntura de mercado (SOUZA FILHO; BONFIM, 2013).

Políticas públicas de desenvolvimento na Europa e Estados Unidos têm enfatizado a importância dos sistemas agroalimentares locais no âmbito econômico, social e ambiental da sociedade (GALZKI *et al.*, 2014; FORNAZIER; BELIK, 2013). Alguns benefícios do arranjo local da produção alimentar são maior confiança, possibilidade de rastreabilidade imediata dos produtos, aumento da coesão social e espírito de comunidade (FORNAZIER; BELIK, 2013). Ainda, destaca-se a valorização da atividade econômica local e geração ganhos para os produtores rurais, que tendem a ser uma parte expressiva da população em cidades de pequeno e médio porte, configurando uma estratégia de desenvolvimento rural (PRIŠENK *et al.*, 2014; MALUF, 1999).

No caso de Santa Maria, algumas iniciativas nesse sentido têm sido desenvolvidas. A Secretaria de Desenvolvimento Rural do município mantém desde 2014 programas de incentivo a atividades de produção agropecuária, como o Programa Municipal de Fruticultura (Pro-Frutas), Programa Municipal de Horticultura (Pró-Horta), Programa Redes de Desenvolvimento Rural, que pretende aproximar os pequenos produtores dos supermercadistas, entre outros (SANTA MARIA, 2017). De acordo com a Secretaria, a justificativa para a iniciativa é a ausência de incentivo a atividades laborais na área rural de Santa Maria, assim como visa incrementar a matriz produtiva do município. Outra iniciativa relacionada foi desenvolvida em 2014. O Zoneamento Edáfico de Culturas para o Município de Santa Maria levantou a potencialidade de produção de 16 culturas, entre elas olerícolas (não especificadas) e sete espécies frutíferas no município (FLORES; ALBA, 2015). Os resultados dos estudos apontaram que quase 30% do território é recomendável para a maioria das culturas analisadas, e as olerícolas possuem pelo menos 4% da área total sendo classificada como preferencial (FLORES; ALBA, 2015).

Diante do exposto, este trabalho parte do pressuposto que a disponibilidade de produtos em nível local pode melhorar o abastecimento local com FLVs, dinamizar a economia e fomentar o desenvolvimento local.

Visando contribuir para o diagnóstico da realidade que subsidiará estudos posteriores, este trabalho objetiva realizar o levantamento e exposição de informações sobre o perfil sócio-econômico e produtivo dos estabelecimentos produtores de FLV no município de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Como objetivos específicos buscou-se caracterizar aspectos sobre os indivíduos e núcleos familiares dos estabelecimentos envolvidos na atividade, a produção, o destino comercial dado aos produtos, bem como mapear geograficamente os estabelecimentos.

## 2. Referencial Teórico

Este item expõe os conceitos teóricos utilizados para a caracterização dos estabelecimentos produtores de FLV. Para isso, são discutidos a seguir as noções de Sistemas Agroalimentares e Cadeias Produtivas, bem como, aspectos relativos à produção e comercialização de FLV.

### 2.1 A lógica de encadeamento na análise do objeto de estudo

Parte-se do princípio que um Sistema Agroalimentar (SAG) é uma rede de interdependências estabelecidas, dentro de uma dimensão geográfica, entre empresas e agentes que têm entre si um fluxo de bens e serviços, objetivando a satisfação da demanda de consumidores para determinado produto (ZYBERSZTAJN, 2000; ROESSING, 2002). Portanto, no caso deste trabalho, o estabelecimento produtor de FLV é visto como um elo pertencente a um conjunto maior, representado pela cadeia produtiva de FLV (ROESSING, 2002).

A caracterização de um SAG trata de identificar as suas atividades e participantes (estrutura), bem como, as relações técnicas e socioeconômicas envolvidas (funcionamento) (ROESSING, 2002). Especificamente, a análise da estrutura consiste na caracterização técnica e socioeconômica dos atores diretamente envolvidos no SAG, o que implica na necessidade de identificar os elos de cada cadeia produtiva, buscando entender a dinâmica e características das relações entre cada grupo (ROESSING, 2002). Zybersztajn (2000) indica que os elementos fundamentais para a análise descritiva de um SAG são: os agentes, as relações entre os elos, os setores, as organizações de apoio e o ambiente institucional. Neste sentido, o

mesmo autor cita a noção de cadeia produtiva como ferramenta de análise do sistema. A partir da identificação do produto final que é tomado como objeto de estudo, é realizado o encadeamento, de jusante a montante, as operações técnicas, comerciais e logísticas necessárias para a sua produção (BATALHA, 1997). O autor explica que a cadeia de produtiva é composta por macrosssegmentos, cuja organização e limites variam de acordo com o objeto de estudo, sendo eles a comercialização (agentes em contato com o consumidor final, que viabilizam o consumo e comércio do produto final), industrialização (firmas responsáveis pela transformação das matérias primas no produto final), produção de matérias-primas (produtores e fornecedores da matéria-prima inicial para a produção do produto final) e fornecedores de insumos (organizações que ofertam os materiais e produtos necessários à produção das matérias primas e transformação do mesmo no produto final) (BATALHA, 1997).

Dentro da cadeia, têm-se o caminho pelo qual o produto percorre saindo do produtor até chegar ao consumidor final. Este pode se apresentar de várias formas, sendo representados pelos Canais de Comercialização. O número de níveis entre o produtor e o consumidor final define a extensão do canal (KOTLER, 2006). A adoção de um canal em detrimento de outro para a comercialização dos produtos, depende de vários fatores, mas as principais razões citadas por para justificar a existência de intermediários entre a produção e o consumidor final são: aumentar a eficiência do processo, já que há cada vez maior sortimento de produtos disponíveis para o consumo e seria ineficiente que uma empresa tentasse atender os consumidores de forma individual; especialização e divisão do trabalho; aumentar a eficiência contratual visando diminuição dos custos de transação; facilitar o processo de busca de fornecedores e clientes (STERN et al., 1996 e ROSEMBLOOM, 1999).

Entre as aplicações do estudo dos SAGs, podem-se citar a elaboração de cenários normativos e exploratórios da atividade agrícola, identificação de oportunidades e necessidades para cada elo da cadeia produtiva, servindo como base para políticas públicas e projetos privados, entre outros (CAMARGO *et al.*, 2014).

A dimensão do SAG representada pelos FLVs apresenta complexidades que a diferenciam em relação ao observado para outros produtos, como a soja por exemplo (MELO; VILELA, 2007). Como características diferenciadoras podem ser citadas a natureza biológica da matéria-prima (que pode já configurar o produto final), a dependência das condições edafoclimáticas para a produção, a perecibilidade dos alimentos, os aspectos sanitários da produção, a importância para a saúde pública e a dimensão simbólica do consumo dos alimentos, a regulamentação e a intervenção do Estado também a produção e comercialização pulverizados (MELO; VILELA, 2007; WILKINSON, 2008).

## 2.2. Produção e Comercialização de Frutas, Legumes e Verduras

Recentemente, emerge no sistema agroalimentar uma tendência envolvendo a produção de FLVs, que passa a ser caracterizada pela coexistência de processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos (MALUF, 2004). Segundo o autor, isso é resultado da concomitância entre o aumento da representatividade das grandes redes de varejo no comércio de FLVs e da elevação dos níveis de exigência dos consumidores quanto a atributos como qualidade e variedade na hora de consumir FLVs.

A manutenção do tradicional perfil diversificado das unidades produtivas de FLV tem sido desafiada pelas pressões competitivas na direção da elevação da escala de produção e, conseqüentemente, de um crescente grau de especialização produtiva (MELO; VILELA, 2007). A intensificação da adoção de tecnologia ocorrida durante a revolução verde nos anos 60 e 70 proporcionou significativos ganhos de produtividade nos principais cultivos, mas ao

mesmo tempo afetou o equilíbrio de mercado. Em outras palavras, a tecnologia tem contribuído para aumentar a oferta, porém, também contribuiu para a queda dos preços (FORNAZIER; BELIK, 2013). Além dos impactos ambientais da agricultura especializada, existe maior dependência e vulnerabilidade econômica dos produtores em caso de fracasso em uma safra ou oscilações de mercado (MALUF, 2004). Uma das consequências dessa tendência tem sido o comprometimento da sobrevivência de pequenos estabelecimentos rurais nas cadeias produtivas das quais fazem parte, pois geralmente não possuem recursos o suficiente para competir com produtores melhor estruturados (FORNAZIER; BELIK, 2013).

Por outro lado, a nova onda de consumo causada pelo fenômeno *quality turn*, que prioriza a qualidade dos alimentos, vem criando novas oportunidades de mercado, muitas das quais são acessíveis aos agricultores de pequeno e médio portes (HASTUTI, 2007; MALUF, 2004). Essas novas possibilidades abrem espaço para a inserção dos produtores em mercados de nicho até o fornecimento de produtos para o grande varejo (SOUZA FILHO; BONFIM, 2013).

De acordo com Ploeg (1992), existem diferentes níveis de mercantilização da produção realizada em um estabelecimento rural. Seguindo esta concepção, Schneider (2016) dividiu em quatro os tipos principais de mercado em que os produtores de FLV atuam: mercados de proximidade, mercados locais e territoriais, mercados convencionais e mercados públicos e institucionais. Eles estão compilados no Quadro 1, que também apresenta as demais características de cada um deles, como o tipo de produtor envolvido, seu *locus* ou alcance espacial, a natureza das trocas ou modelo de negócio predominante, sua forma de regulação e, por fim, quais os canais de comercialização que se enquadram em cada um dos quatro tipos de mercado.

Quadro 1 –Tipologias

	<b>Tipo de Agricultor</b>	<b>Locus e/ou alcance espacial</b>	<b>Natureza das trocas/modelo de negócios</b>	<b>Forma de regulação</b>	<b>Canais de comercialização</b>
Mercados de proximidade	Camponês; Produtor de excedentes	Spot; Venda direta; Somente local	Interpessoal + Solidário	Confiança + Amizade	- Na propriedade; - No domicílio/casa; - Beira estrada; - Entrega direta; - Feira local; - Grupos consumo
Mercados locais e territoriais	Agricultor familiar; Produtor simples de mercadorias	Spot; Local, regional e territorial	Diversificado + Complementariedade	Reputação/ Confiança + Procedência + Preços	- Feira regional e/ou nacional, eventos; - Redes de venda; - Loja especializada; - Restaurantes; - Associação vendas; - Sacolão
Mercados convencionais	Produtor de mercadorias	Sem lugar definido; <i>Placeless/Unbond</i>	Concorrencial	Contratos + Preços	- Atravessadores; - Cooperativa; - Agroindústria; - Empresa privada; - Internet; - Supermercados
Mercados públicos e	Todos os tipos de	Multi-espacial	Licitatório, Seleção	Contratos públicos	- Alimentação escolar;

institucionais	fornecedores		Pública	+ Leis	- Órgãos internacionais - ONGs; - Órgãos governamentais.
----------------	--------------	--	---------	-----------	--

Fonte: Adaptado de Schneider (2016).

### 3. Metodologia

O tipo de pesquisa que o presente trabalho representa pode ser definido de acordo com dois critérios: objetivo da pesquisa e procedimentos técnicos adotados (GIL, 2008). Quanto ao objetivo, esta é uma pesquisa de caráter exploratório, pois pretende explicitar e caracterizar o problema analisado utilizando técnicas de levantamento bibliográfico e entrevistas com os indivíduos envolvidos diretamente com os objetos estudados. Com relação ao procedimento técnico, a pesquisa se trata de um levantamento, pois realiza a interrogação direta das pessoas cuja realidade se deseja conhecer, solicitando informações acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quanti e qualitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 2008).

Foram tomados como objetos de estudo os estabelecimentos produtores de FLV, bem como o destino dado à produção no município de Santa Maria no Rio Grande do Sul, durante os anos de 2015 e 2016. O foco da pesquisa é o elo da cadeia produtiva representada pelos produtores de FLV. As atividades desenvolvidas integram a realização do Projeto de Pesquisa “Produção e Comercialização de Frutas, Legumes e Verduras em Santa Maria/ Rio Grande do Sul” da Universidade Federal de Santa Maria, cujos objetivos principais são analisar o potencial para o abastecimento local com FLV, identificar os entraves para inserção e/ou construção de mercados desde a ótica dos agricultores e também verificar se existe uma tendência de fortalecimento da agricultura familiar no município. Além disso, contou-se com o apoio da equipe do Projeto de Pesquisa “Sistema de Informações Geográficas para a Gestão da Fruticultura e Olericultura na Região Central do Estado do Rio Grande do Sul”, do Colégio Politécnico da Universidade Federal de Santa Maria, para a elaboração do mapa com a localização geográfica dos produtores entrevistados e a obtenção dos questionários utilizados.

A metodologia utilizada na coleta e análise dos dados pode ser dividida em fases, que serão descritas a seguir, na ordem em que foram executadas.

A primeira etapa do trabalho denomina-se fase de “Aproximação”. Ela iniciou com a análise de dados secundários obtidos por meio de pesquisa bibliográfica de trabalhos e censos realizados previamente na região, possibilitou uma aproximação do cenário e público pesquisados. Posteriormente, contatou-se informantes-chave que trabalham diretamente com a cadeia de suprimentos de FLV no município, como a EMATER/ASCAR, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural de Santa Maria, Projeto Esperança/Coesperança, varejistas, além de visitas às feiras de produtores. Este contato pretendia conhecer os produtores e os principais meios de comercialização adotados no município. Baseando-se nas informações obtidas e nos objetivos do trabalho, foi adequado um questionário<sup>1</sup> com questões abertas e fechadas, que serviu como instrumento de coleta de dados por meio de entrevistas realizadas com os produtores.

<sup>1</sup> O questionário utilizado foi elaborado pelos pesquisadores responsáveis pelo Projeto de Pesquisa “Modelagem de um Banco de Dados Espacial para a matriz produtiva da Fruticultura e da Horticultura na Região Central do Rio Grande do Sul” durante os anos de 2015 e 2016.

Na segunda fase, denominada “Pesquisa de Campo”, buscou-se a realização de entrevistas com o maior número possível de produtores de FLV visando coletar os dados primários, sendo que no total foram obtidas 85 entrevistas<sup>2</sup> de um universo estimado de 100 produtores.

Considerando os custos e agilidade da coleta de informações, inicialmente os produtores foram contatados nos espaços de venda de FLVs, como feiras livre e pontos de entrega da produção comercializada. Por fim, as unidades de produção que não alcançadas até então foram visitadas *in loco*.

O questionário possui quatro seções principais. A primeira parte busca caracterizar o “núcleo familiar” por meio de informações a respeito dos integrantes dos moradores do estabelecimento rural, relações de parentesco, sexo, idade, escolaridade e ocupação de cada um deles. A segunda parte abordou o “estabelecimento” quanto à sua área e condição de posse, mão de obra utilizada, motivações para atuar na fruticultura/olericultura e quais seriam as organizações ou agentes que serviam de referência ou apoio para exercer a atividade.

A terceira parte relacionava-se ao “Nível Tecnológico” do sistema de produção. Foram coletados dados relativos às formas de cultivo praticadas, tipo de pulverizador e tração utilizados, formas de adubação empregadas, presença ou não de irrigação e plasticultura, fonte de água e os métodos adotados para controle de pragas e doenças. Também foi solicitado aos produtores que atribuíssem um valor numa escala de 1 a 10, sendo “1” o sistema convencional de cultivo e “10” o sistema de produção orgânica, objetivando conhecer qual a percepção do produtor sobre a sustentabilidade do próprio sistema de produção. A última pergunta desta seção dizia respeito às principais dificuldades ou problemas enfrentados com a atividade de produção de FLVs.

A quarta e última parte do questionário dizia respeito aos sistemas de produção e comercialização adotados. Assim, foram registradas as espécies cultivadas, idade dos pomares, área dedicada a cada cultivo, número de safras realizadas anualmente, volume produzido, bem como a percepção do produtor se a sua produção era suficiente para a sua demanda de mercado e se ele tinha a intenção de aumento de produção de alguma espécie. Por fim, foi registrada a representatividade de cada canal de comercialização adotado.

Estando a etapa de coleta de dados concluída, as informações dos estabelecimentos foram enquadradas em mapas, quadros, gráficos, organogramas e diagramas de acordo com aspectos sócio-econômicos, área, nível tecnológico e características da produção, objetivando responder aos objetivos propostos nesta pesquisa. Para isso, foram utilizados os softwares Excel® 2016 e *Statistical Package for Social Sciences (SPSS Statistics)* 24. Esta última fase foi denominada “Análise”.

#### 4. Resultados e Discussão

Os resultados são expostos iniciando-se pela caracterização socioeconômica dos produtores e estabelecimentos, por meio da apresentação dos dados coletados durante as entrevistas envolvendo os 85 estabelecimentos que compõe o banco de informações<sup>3</sup>. A seguir, analisa-se os principais produtos e como os mesmos se inserem nos mercados locais.

<sup>2</sup> Para aplicação dos questionários contou-se com a colaboração e apoio de colegas e pesquisadores parceiros que integram o Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural e do Colégio Politécnico da Universidade Federal de Santa Maria.

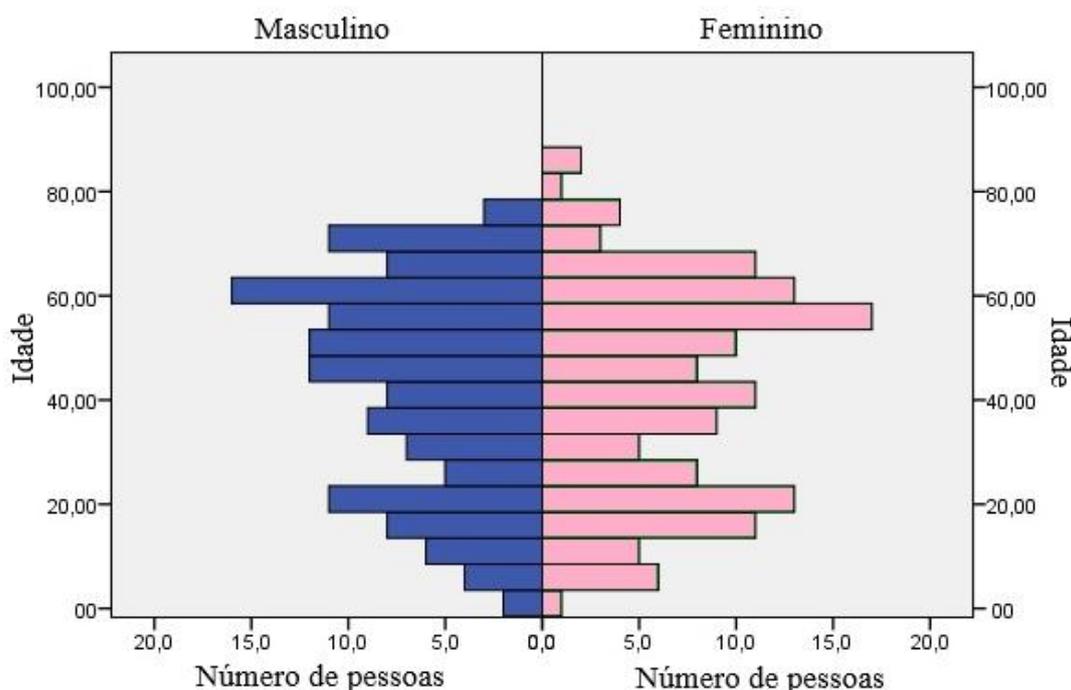
<sup>3</sup> Uma análise mais completa do elo produtivo de FLV, abrangendo mais informações, como o nível tecnológico dos estabelecimentos e demais aspectos levantados na pesquisa, será realizada em trabalhos futuros.

#### 4.1 Caracterização socioeconômica dos produtores de FLV

Esta subdivisão do trabalho dedica-se inicialmente à exposição de informações a respeito dos indivíduos envolvidos na produção e comercialização de FLVs. Após são apresentadas as características relativas aos estabelecimentos, como área, relação de posse, etc. são abordadas. Por fim, demonstra-se a situação atual do recebimento de serviços de assistência técnica e extensão rural.

O público total abarcado pela pesquisa correspondeu a 271 pessoas, sendo 137 mulheres e 134 homens. A Figura 1 apresenta a pirâmide etária dos produtores de FLV, demonstrando que existe um reduzido número de indivíduos com idade entre 20 e 40 anos, indicando que talvez haja um comportamento social e demográfico que valha a pena ser analisado mais detalhadamente, visando entender uma possível evasão do público jovem dos estabelecimentos rurais. Além disso, percebe-se predomínio de indivíduos acima dos 40 anos, indicando que, caso o cenário permaneça o mesmo, haverá envelhecimento da população produtora de FLV em função da menor retenção dos jovens nos estabelecimentos<sup>4</sup>.

Figura 1 – Pirâmide etária das pessoas ligadas diretamente à produção de FLV



Fonte: Autores.

Os estabelecimentos possuem uma média de três moradores cada, sendo que 50% contam com dois a quatro moradores. São mais raros os estabelecimentos que possuem mais que quatro indivíduos, encontrando-se um número máximo de sete moradores. Leva-se em conta ainda que os dados coletados demonstram que 88% dos residentes dos estabelecimentos integram o núcleo familiar do respondente (cônjuges, pais e filhos representam 87%, 77% e 65%, respectivamente). Desta forma, ao observar que 75% das propriedades possuem menos

<sup>4</sup> Para um entendimento mais aprofundado deste assunto, recomendamos a leitura de: MAIA, A. G.; BUAINAIN, A. M. O novo mapa da população rural brasileira. **Confins** (Online). n. 25, 2015. Disponível em: <<http://confins.revues.org/10548>>. Acesso em: 30 mar. 2017.

de quatro moradores, pode-se inferir que existe a tendência é de que sejam majoritariamente casais que vivem com os pais ou filhos.

O Quadro 2 apresenta a escolaridade do público analisado. Nota-se que mais de 50% das pessoas possuem ensino fundamental incompleto ou até mesmo não são alfabetizadas. Isso pode estar ligado ao fato de a população mais velha representar parte considerável do público observado, pois esses indivíduos tradicionalmente tiveram menos acesso à educação formal (LIRA; MELO, 2010). Além disso, saber dessa informação pode orientar serviços de extensão rural para que façam a abordagem do público com uma linguagem adequada à realidade de cada estabelecimento atendido. Também chama a atenção que 8% do público tenha concluído ou esteja cursando algum curso superior. Conforme a observação possibilitada pela pirâmide etária (FIGURA 1), talvez o número de pessoas com ensino superior no meio rural fosse maior caso todo o público entre 20 e 40 anos ainda mantivesse residência nos estabelecimentos.

Quadro 2 – Escolaridade do público relacionado com a produção de FLV em Santa Maria- RS

Não alfabetizado	4%
Ensino Fundamental Incompleto	48%
Ensino Fundamental Completo	11%
Ensino médio Incompleto	8%
Ensino médio Completo	17%
Ensino superior completo	8%

Fonte: Autores.

Do público integrante dos estabelecimentos rurais, verifica-se no Quadro 3 que quase 70% das pessoas possuem como ocupação principal o ofício de agricultor, enquanto outros 30% desempenham outras atividades, demonstrando que existe certa pluralidade nas atividades do público rural em 1/3 dos casos. Entretanto, isso não quer dizer que esse público tenha rompido totalmente sua ligação com as atividades agrícolas. Durante as entrevistas, era comum o relato de que os aposentados e estudantes ajudavam nos trabalhos de campo esporadicamente.

Quadro 3 – Ocupação dos residentes dos estabelecimentos produtores de FLV

Agricultor	68,1%
Estudante	15,4%
Aposentado	5,6%
Terceirização de Serviços	3,4%
1/2 Agricultor e 1/2 Estudante	2,7%
Funcionário Público	1,5%
Comerciante	1,5%
Outros	2%

Fonte: Autores.

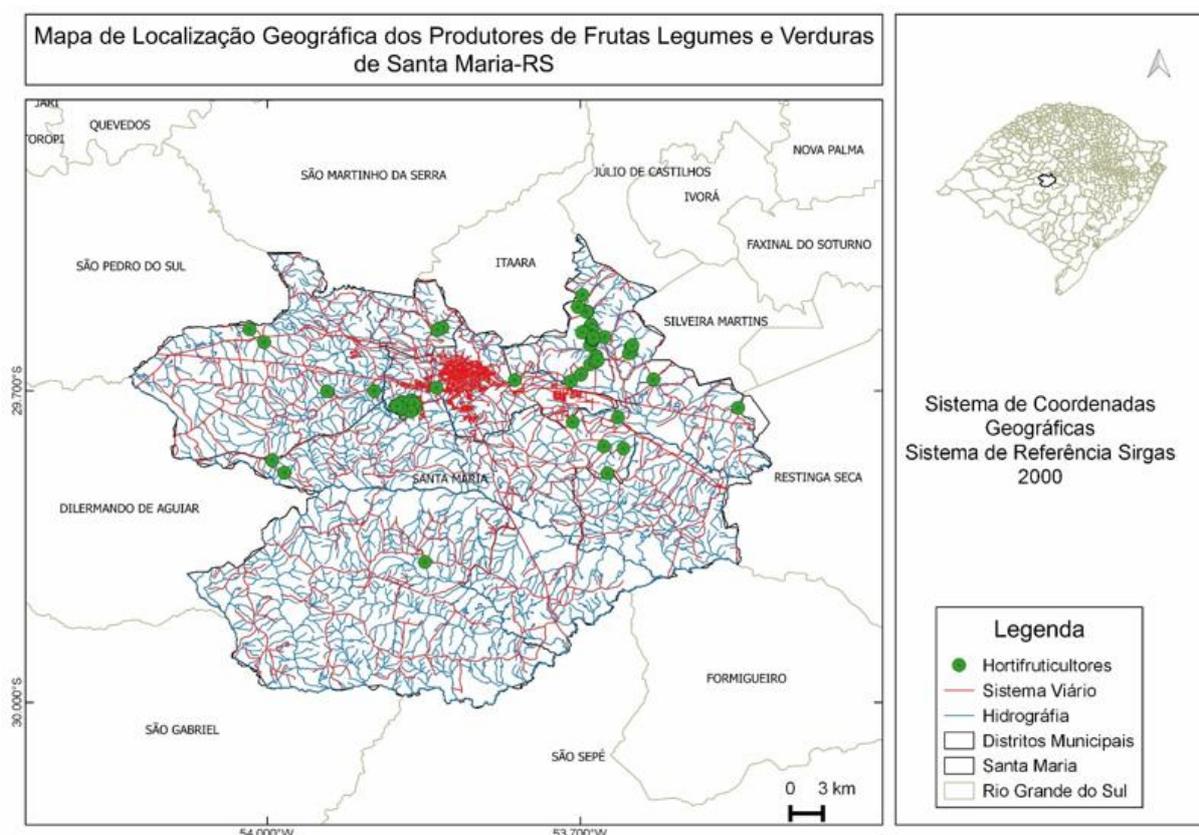
Quando se trata do número de anos que os agricultores realizam a produção de FLV, verifica-se que 19% estão a mais de 40 anos, entre 21 e 40 anos temos 42% das pessoas, entre 11 e 20 anos somam 25% e com menos de 10 anos temos 14%.

Com relação as principais motivações para o início da atuação como produtor de FLV, para 39% dos respondentes é porque ‘vem de geração em geração na família’, para 36% é

visualizado uma oportunidade de renda, e em 12 % é uma junção dos dois fatores (vem de geração em geração + oportunidade de renda visualizada). Cerca de 8% dos estabelecimentos afirmaram que a opção pelos FLVs foi uma alternativa produtiva para deixar a produção de tabaco, além de outros 6%, que indicaram ações de extensão rural como incentivadores à produção de FLVs.

A Figura 2 ilustra a distribuição geográfica dos estabelecimentos produtores de FLV. Nota-se claramente que existem duas áreas de concentração. Os distritos de Arroio Grande e Sede contam com 49% e 23% das propriedades, respectivamente, totalizando quase 70% do total de estabelecimentos. Observar a proximidade do centro urbano do municipal, bem como a presença do sistema viário que ocorre nesses dois distritos pode explicar a maior concentração de produtores de FLV, porém, uma análise mais aprofundada levando em conta informações históricas e edafoclimáticas também embasam o cenário observado.

Figura 2 – Mapa de localização dos estabelecimentos produtores de FLV no município de Santa Maria -RS



Fonte: Autores.

A área dos estabelecimentos é majoritariamente pequena, sendo que 75% deles possuem menos de 12 hectares, tendo em média 7,5 hectares para cada estabelecimento. A menor área encontrada foi de 0,5 hectares, e a maior, de 60 hectares. Obteve-se que existem estabelecimentos que possuem áreas maiores que 30 hectares, mas representam apenas 3,5% do total. Ainda no que se refere às áreas de produção, em mais de 75% dos casos analisados, o estabelecimento é de posse integral por parte do produtor. Existe uma presença menor de arrendamentos e parcerias, sendo que em apenas 10% do total o número de casos em que o produtor não seja proprietário de pelo menos uma parte da área que ele cultiva.

Quando questionados quanto às organizações que prestam algum tipo de serviço de assistência técnica e extensão rural (ATER), verifica-se que 51% dos estabelecimentos recebem alguma forma de ATER, enquanto 49% deles não dispõe de nenhum suporte. A Emater/RS Ascar foi a prestadora de serviço mais lembrada, citada por 25% dos produtores. As demais organizações possuem uma atuação mais restrita, que soma 15,5% do total. São elas o Sindicato Rural (7%), Assistência técnica privada (2,5%), Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural (2,5%), SENAR-RS (2,5%) e Universidade Federal de Santa Maria (1%). Quanto aos produtores que tinham mais do que uma fonte de ATER, estes somaram apenas 10,5%.

#### 4.2 Caracterização da produção

A produção de FLVs em Santa Maria mostra-se bastante diversificada, compreendendo um total de 56 cultivos diferentes, sendo 41 olerícolas<sup>5</sup> e 15 frutíferas<sup>6</sup>. Vale ressaltar que a diversidade de espécies produzidas não se restringe ao número de 56, uma vez que cada cultivo engloba mais de uma variedade. Por exemplo, os cultivos de alface, tomate, pimentão, entre outros, envolvem diversas variedades dentro do seu respectivo cultivo.

O Quadro 4 apresenta as dez espécies olerícolas e frutícolas mais frequentemente cultivadas nos estabelecimentos produtores de FLV. Dentre os estabelecimentos participantes da pesquisa, 45% deles possuíam dedicação exclusiva à produção de FLVs. Os outros 55% contavam com alguma forma de diversificação produtiva envolvendo pelo menos outra atividade, destacando-se a pecuária, panificação e produção de alimentos à base de carne, cultivo de lavouras de cereais, entre outros.

Quadro 4 – Espécies olerícolas e frutícolas mais cultivadas em Santa Maria - RS

Olerícolas		Frutícolas	
Espécie	% dos estabelecimentos	Espécie	% dos estabelecimentos
Alface	81%	Laranja	50,6%
Couve	74%	Bergamota	48,2%
Mandioca	56%	Limão	18,8%
Repolho	56%	Lima	12,9%
Cebolinha	55%	Abacate	8,2%
Salsa	54%	Pêssego	5,9%
Brócolis	49%	Caqui	4,7%
Beterraba	48%	Figo	3,5%
Rúcula	45%	Uva	2,4%
Cenoura	44%	Tangerina	2,4%

Fonte: Autores.

Há diversidade de espécies produzidas em cada estabelecimento de FLV, havendo um caso extremo em que há dedicação à produção de uma única espécie, bem como aqueles em

<sup>5</sup> Espécies olerícolas: alface, abobrinha, abóbora, agrião, alecrim, alho, batata doce, batata inglesa, berinjela, beterraba, brócolis, cebola, cebolinha, cenoura, chicória, chuchu, couve, couve chinesa, couve flor, ervilha, espinafre, mandioca, melancia, manjeriço, manjerona, melão, milho verde, moranga, morango, mostarda, nabo, pepino, pimentão, rabanete, radite, repolho, rúcula, salsa, salvia, tomate, feijão de vagem.

<sup>6</sup> Espécies frutícolas: ameixa, abacate, banana, bergamota, caqui, figo, goiaba, laranja, lima, limão, manga, pera, pêssego, tangerina, uva.

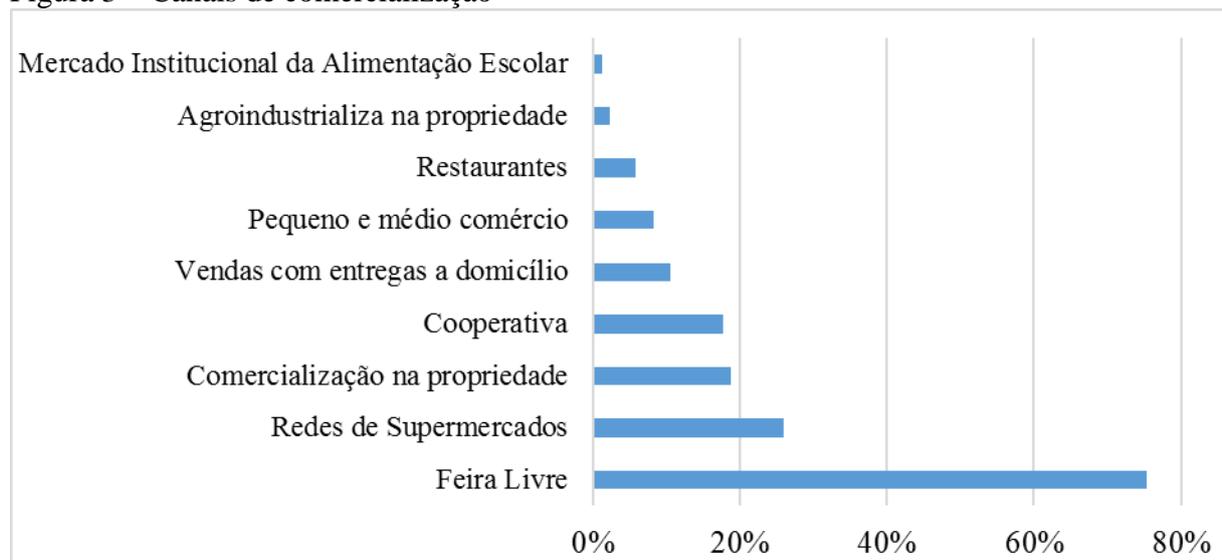
que são cultivadas 28 espécies diferentes. São cultivadas em média 12 espécies diferentes em cada estabelecimento, sendo que 75% deles cultivam pelo menos sete espécies diferentes, demonstrando que é reduzido o número de produtores especializados em poucas espécies.

#### 4.3 Caracterização da comercialização

Considerando os canais de comercialização adotados pelos produtores de FLV (feira livre, redes de supermercados, comercialização na propriedade, cooperativa, vendas com entregas à domicílio, pequenos e médios comércios, restaurantes, mercado institucional da alimentação escolar e/ou industrializa no próprio estabelecimento), verifica-se que 49,5% deles utilizam somente um canal, 33% adotam dois canais e 16,5%, três canais. Foi verificado que apenas um produtor adota mais de três canais diferentes.

Dentre o total de 42 produtores que utilizam apenas um canal de comercialização, 27 deles adotam a feira livre, seis comercializam diretamente na propriedade, cinco abastecem redes de supermercados, dois entregam toda a sua produção para cooperativa que comercializa com redes varejistas de grande porte no município, um vende somente com entrega à domicílio e outro só realiza vendas para o pequeno e médio comércio (tais como armazéns). Quanto aos canais mais frequentemente utilizados, a Figura 3 apresenta que a feira livre e as redes de supermercado são as opções mais comuns. De maneira geral, verifica-se que existe uma preferência maior por canais curtos em detrimento dos canais mais longos.

Figura 3 – Canais de comercialização



Fonte: Autores.

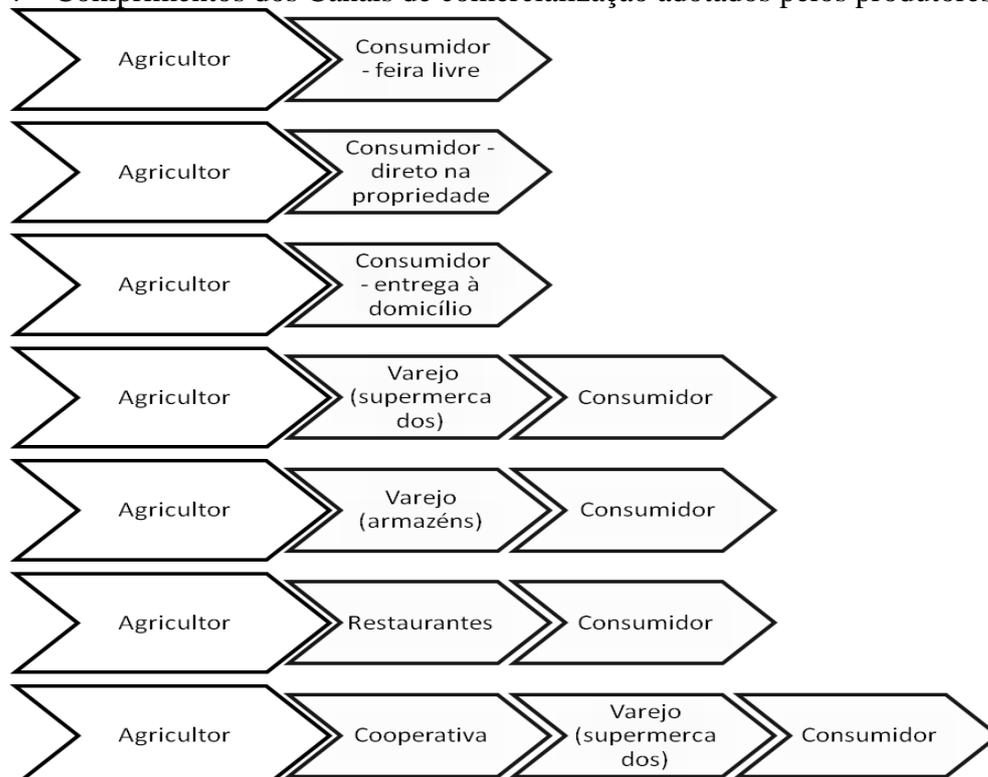
Conforme a perspectiva de Cadeia Produtiva abordada no referencial teórico deste trabalho, observou-se o produtor transacionando diretamente com o consumidor final, como no caso da feira livre (75%), da comercialização direto na propriedade (19%) e nas vendas com entrega à domicílio (10,5%), nestes casos temos uma cadeia curta. Se tomarmos apenas o caso da feira, utilizada em 75% dos casos como canal de comercialização, pode-se, pelo menos no estudo de caso realizado, contrapor as afirmações Ojima e Silva (2005) quando afirmam que o canal de comercialização de FLV é tradicionalmente composto por produtores, atacadistas e varejistas, sendo que alternam, ora para conexão direta dos grandes varejistas com os produtores, ora pela revalorização do atacadista. Assim, no local onde a pesquisa foi feita, observou-se a predominância dos canais curtos de comercialização. Isso pode ser

explicado por, pelo menos, três fatores: a maior parte dos produtores pesquisados possuem um escala de produção pequena em comparação a produtores patronais o que inviabilizaria transações com redes varejistas (BRANDÃO, 2016); geograficamente o município se localiza distante cerca de 350 km da Central de Distribuição do Rio Grande do Sul (CAESA) o que dificultaria o transporte até o grande centro consumidor; e, trata-se na maioria dos casos, de produtos altamente perecíveis. A alta perecibilidade, que é uma característica inerente a esses produtos, exige um arranjo de canal de distribuição que permita sua comercialização eficiente, o que está, muitas vezes, fora do alcance dos produtores (LOURENZANI; SILVA, 2004).

Entretanto, em 26% (a exemplo dos que transacionam com supermercados); e em 17,5% (cooperativas); em 8% (pequenos e médios comércios), e 6% vendas para restaurantes os agricultores optam por canais que deixam a cadeia até o consumidor mais longa. Sabe-se que as funções desempenhadas por diferentes membros do canal são chamadas de fluxos porque consistem num conjunto de atividades que ocorrem numa seqüência dinâmica dentro do canal de distribuição, entre os fluxos tem-se para além do fluxo de produtos, os fluxos de negociação, propriedade, informação e promoção (STERN et al., 1996; ROSENBLOOM, 1999). Neste sentido, cabe ponderar que quanto maior o canal adotado pelo agricultor, mais complexas serão as transações e, por consequência, as relações estabelecidas ao longo do canal. Entre os aspectos relacionais, os entrevistados citam como determinantes na escolha dos canais a ‘acessibilidade’, representada pela inexistência de barreiras a entrada; a confiança; e, a segurança através da garantia da venda do produto (ou seja, menor incerteza).

A Figura 4 apresenta uma síntese do comprimento dos canais constatados.

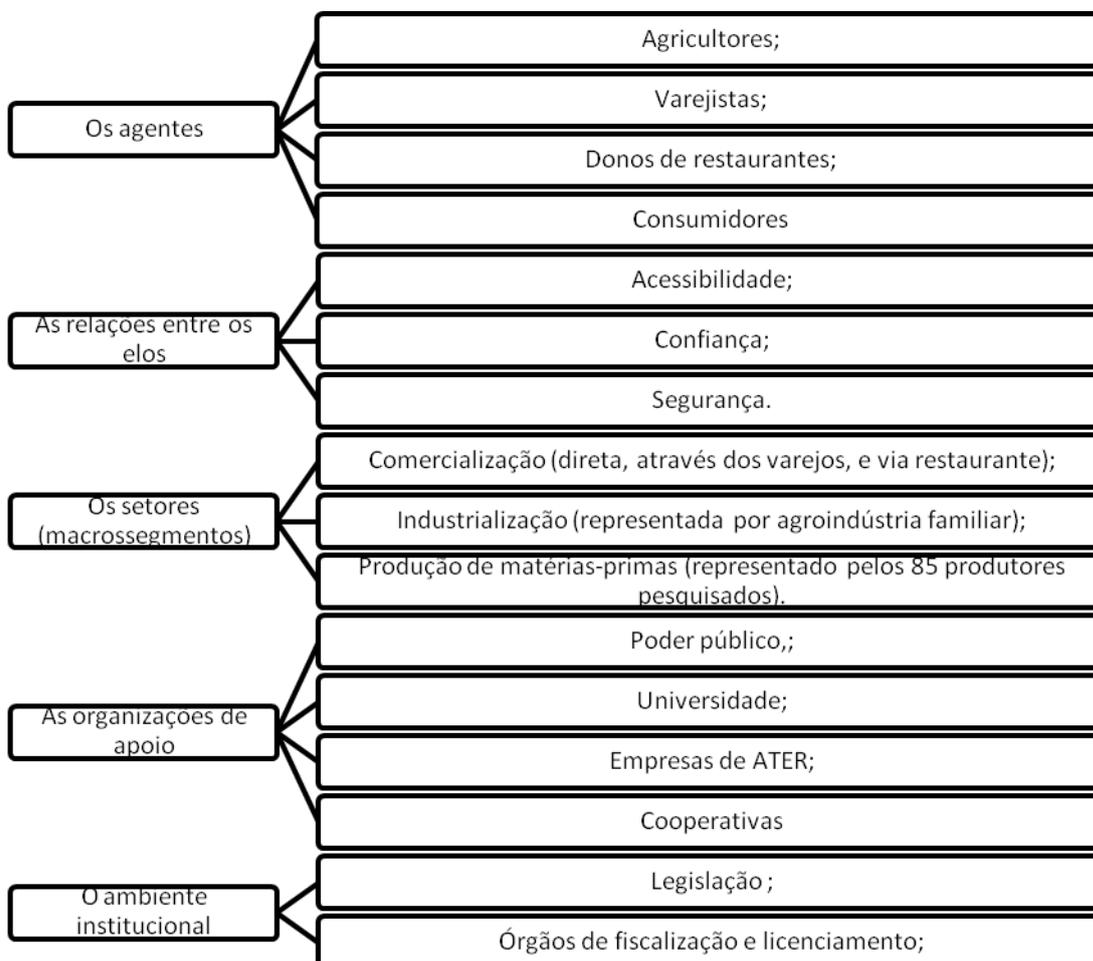
Figura 4 – Comprimentos dos Canais de comercialização adotados pelos produtores de FLV



Fonte: Autores.

Baseado neste estudo através da ótica descritiva do SAG proposto por Zybersztajn (2000) elaborou-se o esquema apresentado na Figura 5.

Figura 5- Esquema do SAG de FLV em Santa Maria/RS



Fonte: Autores.

Num esforço de enquadrar o mercado visualizado através dos canais de comercialização adotados, constatou-se que dos quatro mercados sugeridos por Schneider (2016) pelo menos três foram facilmente verificados, quais sejam: Mercados de proximidade; Mercados locais e territoriais; Mercados convencionais. Todavia, de acordo com proporcionalidade dos canais de comercialização adotados, o tipo mais comum é o ‘Mercado de proximidade’, composto por um agricultor tipo ‘Camponês’, produtor de excedentes, que utiliza o mercado ‘Spot’, venda direta e/ou somente local. Este ‘tipo’ utiliza como natureza das trocas/modelo de negócios as relações interpessoais e solidárias, adotando como regulação a confiança e a amizade.

Entre as aplicações do estudo do SAG para Santa Maria, podem-se citar como cenário normativo e exploratório da atividade agrícola o fato de que a maior parte dos agricultores que exercem essa atividade possuem área total inferior a um módulo fiscal, utilizam mão de obra familiar e ficam geograficamente muito próximo ao centro urbano. Outrossim, estão envelhecendo e a escolaridade é baixa; e, existe ainda, a necessidade de ampliação dos serviços de ATER, já que praticamente metade afirmou não contar com nenhum suporte técnico e, mais, destaca-se o fato de que a atividade vem sendo desenvolvida por quase 40%

dos produtores motivada por questões culturais, sem análise de custos e rentabilidade. Tais fatores justificam este ‘tipo’ de produtor encontrado, o “Camponês”.

Entretanto, como identificação de oportunidades no SAG, desde o elo focal (agricultor) sabe-se que o mercado de Santa Maria ainda é majoritariamente abastecido por produtos oriundos de fora do município (conforme a Prefeitura Municipal, 82% do consumo no ano de 2009<sup>7</sup> foi suprido com alimentos não produzidos em Santa Maria), o que demonstra que o abastecimento local pode ser suprido com produtos da região. Além disso, tem-se o fato do Zoneamento Edáfico de Culturas para o município de Santa Maria/ RS evidenciar que 30% das áreas são próprias para produção, o que demonstra claramente a oportunidade de ampliação, desde que os diversos gargalos expostos sejam superados.

## 5. Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi obter o perfil sócio-econômico dos produtores, bem como, verificar as características relativas à produção e comercialização praticadas pelos estabelecimentos produtores de FLV no município de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Neste sentido, obteve-se que a produção de FLVs no município de Santa Maria é realizada majoritariamente por produtores com idade entre 40 e 60 anos e que estão há mais de 20 anos envolvidos com esta atividade. Além disso, predominam os estabelecimentos próprios com área inferior a 12 hectares, havendo a concentração dos mesmos em dois distritos próximos ao centro urbano de Santa Maria. As espécies mais produzidas são, dentre as olerícolas, a alface, couve, mandioca, repolho e tempero verde, e dentre as frutícolas, são mais presentes a laranja, bergamota, limão, lima e abacate. Praticamente a metade dos produtores adotam apenas um canal de comercialização para a venda dos seus produtos, sendo que menos de 20% do total de estabelecimentos utilizam três ou mais canais de comercialização. A feira é o canal mais utilizado (75%) e há preponderância de canais curtos. Decorre disso, que o tipo mais comum é o ‘Mercado de proximidade’, composto por um agricultor tipo ‘Camponês’, produtor de excedentes, que utiliza o mercado ‘Spot’, venda direta e/ou somente local. Este ‘tipo’ utiliza como natureza das trocas/modelo de negócios as relações interpessoais e solidárias, adotando como regulação a confiança e a amizade.

## 6. Referências Bibliográficas

ABRAS. ABRAS divulga 1º balanço do Programa de Rastreabilidade e Monitoramento de Alimentos (RAMA). **Associação Brasileira de Supermercados**. 2016. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/supermercados/seguranca-alimentar/abras-divulga-1o-balanco-do-programa-de-rastreabilidade-e-monitoramento-de-alimentos-rama-2/>>. Acesso em 20 nov. 2016.

AHUMADA, O.; VILLALOBOS, J.R. Application of planning models in the agri-food supply chain: a review. **European Journal of Operational Research**. v.196, n.1, p.1–20. 2009.

---

<sup>7</sup> Informações obtidas em reunião com representante da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural de Santa Maria, e posteriormente recebidas por e-mail. ZANINI, T. **Produção e Consumo SM** [mensagem pessoal], Mensagem recebida por <humbertozen@gmail.com> em 31 mar. 2017.

- ANUÁRIO BRASILEIRO DA FRUTICULTURA. Brazilian Fruit Yearbook. Santa Cruz do Sul: Gazeta. 92p. 2016.
- ANUÁRIO BRASILEIRO DE HORTALIÇAS. Brazilian Vegetable Yearbook. Santa Cruz do Sul: Gazeta. 68p. 2016.
- BATALHA, M. O. Sistemas Agroindustriais: Definições e Correntes Metodológicas. In: **Gestão Agroindustrial**. Coord. BATALHA, M. O. v.1, São Paulo: Atlas, 1997.
- BELIK, W.; MALUF, R. (Org). **Abastecimento e segurança alimentar**: os limites da liberalização. Campinas: Unicamp. 2000.
- BIMBO, F.; BONANNO, A.; NARDONE, G.; VISCECCHIA, R. The Hidden Benefits of Short Food Supply Chains: Farmers' Markets Density and Body Mass Index in Italy. **International Food and Agribusiness Management Review**. v.18, n.1, 2015.
- BRANDÃO, J. B. **A gestão da cadeia de suprimentos das redes regionais de varejo de frutas, legumes e verduras no Rio Grande do Sul**. (Tese de Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural - Universidade Federal de Santa Maria, 2011.
- BRANDÃO, J. B; ARBAGE, A. P. A gestão da cadeia de suprimentos das redes regionais de varejo de frutas, legumes e verduras no Rio Grande do Sul: um estudo multicaso. **Extensão Rural**, v. 23, n. 3, p. 51-68, 2016. Disponível em <<https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/18489>>. Acesso em: 30 de março de 2017.
- CAMARGO, M. E.; PRIESNITZ FILHO, W.; SILVA, J. L. S.; MALAFAIA, G. C.; CRUZ, M. R.; MOTTA, M. E. V. Construção de cenários prospectivos em sistema agroalimentar de Vacaria, Rio Grande do Sul, Brasil. **Agroalimentaria**. v.20, n.38, p.137-149. 2014.
- COLDIRETTI, R. E. Vendita di vendita diretta: ecco i numeri di campagna amica. 2012. Disponível em: <[http://www.reggio-emilia.coldiretti.it/vendita-diretta-ecco-i-numeri-di-campagna-amica-.aspx?KeyPub=GP\\_CD\\_REGGIOEMILIA\\_HOME%7CCD\\_REGGIOEMILIA\\_HOME&subskintype=Detail&Cod\\_Oggetto=32827709](http://www.reggio-emilia.coldiretti.it/vendita-diretta-ecco-i-numeri-di-campagna-amica-.aspx?KeyPub=GP_CD_REGGIOEMILIA_HOME%7CCD_REGGIOEMILIA_HOME&subskintype=Detail&Cod_Oggetto=32827709)>. Acesso em: 27 nov. 2016.
- CUNHA, A. R. A. A. Dimensionando o passeio das mercadorias: uma análise através dos dados do Prohort. **Revista Política Agrícola**. n.4, p.55-63. 2015.
- DOWD, K.; BURKE, K. J. The influence of ethical values and food choice motivations on intentions to purchase sustainably sourced foods. **Appetite**. n.69, p.137-144. 2013.
- FAO. Faostat database query. Disponível em: <<http://fao.org.org/>>. Acesso em 20 nov. 2016.
- FLORES, C. A.; ALBA, J. M. F. (Ed.) **Zoneamento de culturas para o município de Santa Maria – RS**: Visando o ordenamento territorial. Brasília, DF: Embrapa. 2015.
- FORNAZIER, A.; BELIK, W. Produção e consumo local de alimentos: objetivos e debates. 2013. In: **Anais do 51º Encontro da Sober**. Belém, PA. Brasil. 2013.

FOSCACHES, C. A. L.; SPROESSER, R. L.; SILVA, F. Q.; LIMA-FILHO, D. O. Logística de Frutas, Legumes e Verduras (FLV): um estudo sobre embalagem, armazenamento e transporte em pequenas cidades brasileiras. **Informações Econômicas**. São Paulo, v.42, n.2, 2012.

G1. Análise aponta mais agrotóxicos que o permitido em produtos da CEASA. **Portal G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/12/analise-aponta-mais-agrotoxicos-que-o-permitido-em-produtos-da-ceasa.html>>. Acesso em 15 mar. 2017.

GALZKI, J. C.; MULLA, D. J.; PETERS, C. J. Mapping the potential of local food capacity in Southeastern Minnesota. **Renewable Agriculture and Food Systems**. v.30, n.4, p.364–372, 2014.

GLOBAL AGRIBUSINESS FORUM – GAF Academy. **Original Articles**. 1 ed., 2014. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/3541938-Global-agribusiness-forum-gaf-academy-original-articles-various-authors-1st-edition-2014-sao-paulo-brazil-isbn-978-85-68740-002.html>>. Acesso em 24 nov. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 206p. 2006.

HASTUTI, E.Y. **The influence of agribusiness system applied to vegetables farmers income improvement in Boyolali regency**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Diponegoro University. Semarang, 2007.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice-Hall, 2006.

LAWRENCE, F. **Not on the Label: What Really Goes into the Food on your Plate**. London: Penguin. 2004.

LIRA, D. A.; MELO, A. D. D. Educação brasileira no meio rural: recortes no tempo e no espaço. **Seminário de Pesquisa CCSA**, v. 16, 2010.

LOURENZANI, A. E. B. S.; SILVA, AL da. Um estudo da competitividade dos diferentes canais de distribuição de hortaliças. **Gestão e Produção**, v. 11, n. 3, p. 385-398, 2004.

MALUF, R. Ações públicas locais de abastecimento alimentar. **Polis Papers: Polis Assessoria, Formação e Estudos em Políticas Sociais**. São Paulo. 42p. 1999.

MALUF, R. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.25, n.1, p.299-322, abr. 2004.

MARTINEZ, S. M.; HAND, M.; Da PRA, S. et al. Local food systems: concepts, impacts, and issues. **USDA Economic Research Report**. n.97. Washington DC, US: USDA Economic Research Service. 2010.

MELO, P.C.; VILELA, N. J. A importância da Cadeia Produtiva Brasileira de Hortaliças. In: **Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Rio Branco: Acre. 2007. Disponível em: <[http://www.abhorticultura.com.br/downloads/cadeia\\_produtiva.pdf](http://www.abhorticultura.com.br/downloads/cadeia_produtiva.pdf)>. Acesso em: 17 out. 2016.

NASCIMENTO, W. M.; MELO, P. C. T. Panorama da cadeia produtiva de hortaliças no Brasil. **Embrapa Hortaliças**. 2011. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-publicacao/911263/panorama-da-cadeia-produtiva-da-cadeia-de-hortalicas-no-brasil>>. Acesso em 20 nov. 2016.

OJIMA, A. L. R. O.; SILVA, P. R. **O papel da logística na cadeia de produção dos hortifrutis**. 2005. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

O GLOBO. Greve de caminhoneiros já ameaça abastecimento no Sul. **Jornal o Globo**. Edição de 24 de fevereiro de 2015. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/economia/greve-de-caminhoneiros-ja-ameaca-abastecimento-no-sul-15421747>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

PLOEG, J. D. El proceso de trabajo agrícola y la mercantilización. In: GUZMAN, E. S. (Ed.). **Ecologia, campesinato y historia**. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta, 1992.

PRIŠENK, J. et al. A multi-criteria assessment of the production and marketing systems of local mountain food. **Renewable Agriculture and Food Systems**. v.29, n.4, p.345–354, 2013.

SANTA MARIA. Programas da Secretaria. **Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural de Santa Maria**. Disponível em: <<http://www.santamaria.rs.gov.br/rural/68-programas-da-secretaria>>. Acesso em 20 mar. 2017.

SCHNEIDER, S. Agricultura Familiar e Mercados. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Org.) **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: Desafios para o Desenvolvimento Rural**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2016. 416p.

SINI, P. Long and Short Supply Chain Co-existence in the Agricultural Food Market on Different Scales: Oligopolies, Local Economies and the Degree of Liberalisation of the Global Market. **European Scientific Journal**. v.10, n.4, 2014.

ROSEMBLOOM, B. **Marketing Channels: a management view**. Orlando (FL): The Dryden Press, 1999.

STERN, L.W.; EL-ANSARY A.I. COUGHLAN, A.T. **Marketing channels**. Englewood Cliffs: Prentice – Hall, 1996.

SOUZA FILHO, H. M.; BONFIM, R. M. Oportunidades e desafios para a inserção de pequenos produtores em mercados modernos. In: CAMPOS, S. K.; NAVARRO, Z. **A pequena produção rural e as tendências do desenvolvimento agrário brasileiro: Ganhar tempo é possível?** Brasília – DF: Embrapa. 2013. 264 p.

SOUZA, R. A. M. et al. Comercialização hortícola: análise de alguns setores do Mercado varejista de São Paulo. **Informações Econômicas**. São Paulo, v.28, n.10, p.7-23, 1998.

SOUZA, R. S.; ARBAGE, A. P.; NEUMANN, P. S. et al. Comportamento de compra dos consumidores de frutas, legumes e verduras na região central do Rio Grande do Sul. **Ciência Rural**. Santa Maria, v.38, n.2, p.511-517, 2008.

SYROVÁTKOVÁ, M.; HRABÁK, J.; SPILKOVÁ, J. Farmers' markets' locavore challenge: The potential of local food production for newly emerged farmers' markets in Czechia. **Renewable Agriculture and Food Systems**. v.30, n.4, p.305–317, 2014.

ZYLBERSZTAJN, D.; Conceitos Gerais, Evolução e Apresentação do Sistema Agroindustrial. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.) **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira. 2000.