

# **Parcerias, acção coletiva e desenvolvimento de sistemas alimentares localizados: o projecto prove em portugal**

## **Partnerships, collective action and development of localized food systems: the project provides in Portugal**

**Alberto Baptista**

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro/CETRAD,  
Vila Real, Portugal, abaptist@utad.pt

**Artur Cristóvão**

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro/CETRAD,  
Vila Real, Portugal, acristov@utad.pt

**Isabel Rodrigo**

Universidade Técnica de Lisboa /ISA/CETRAD

**Manuel Luís Tibério**

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro/CETRAD,  
Vila Real, mtiberio@utad.pt

### **Resumo**

O sistema alimentar global tem efeitos a vários níveis: mudanças climáticas, produção de gases com efeitos de estufa, dependência da energia fóssil, consumo elevado de água potável, perda de solos aráveis e de fertilidade, redução da biodiversidade, riscos para a saúde e assimetrias sociais e territoriais. A transição para outros sistemas alimentares, mais localizados, é lenta tem assumido figurinos vários. Em Portugal, as mudanças no mercado de produtos agro-alimentares levaram a uma enorme concentração da oferta num pequeno número de grandes distribuidores. Esta evolução contribuiu para a estagnação da economia rural de muitos territórios e a queda acentuada no número de explorações. A sobrevivência dos pequenos produtores e a revitalização das zonas rurais requerem medidas que valorizem os agentes e os recursos locais, sendo o acesso ao mercado e a sua organização aspectos fundamentais. Neste artigo apresentamos o projeto PROVE, uma experiência de venda direta em cabazes, implementada em Portugal, que tem apoiado a criação de núcleos de produtores, a angariação de consumidores e a promoção e comercialização

dos seus produtos. Os objectivos do artigo são analisar as parcerias locais, os processos de acção colectiva, as dinâmicas territoriais, bem como destacar os factores favoráveis e limitadores da expansão desta modalidade de venda directa.

**Palavras chave:** Redes alimentares, venda directa, acção colectiva, desenvolvimento rural, Portugal.

### **Resumen**

El sistema alimentario global tiene efectos en varios niveles: el cambio climático, la producción de emisiones de gases de efecto invernadero, la dependencia de las energías fósiles, el alto consumo de agua potable, la pérdida de tierras de cultivo y la fertilidad, reducción de la biodiversidad, los riesgos de salud y las desigualdades sociales y territoriales. La transición a otros sistemas alimentarios, más localizada es lento y ha tomado varios trajes. En Portugal, los cambios en el mercado de los productos agroalimentarios han dado lugar a una enorme concentración de la oferta en un pequeño número de grandes distribuidores. Estos avances han contribuido al estancamiento de la economía rural de muchos territorios y fuerte caída en el número de explotaciones. La supervivencia de los pequeños agricultores y las medidas de revitalización rural requieren agentes y recursos locales, y acceso al mercado y los fundamentos de la organización destacando. En este trabajo se presenta el proyecto PROVE experiencia en cestas de venta directa, aplicado en Portugal, que ha apoyado la creación de los productores principales, aumentando la promoción de consumo y la comercialización de sus productos. Los objetivos de este trabajo son analizar las asociaciones locales, los procesos de acción colectiva, dinámicas territoriales, así como destacar los factores favorables y limitantes de la expansión de este tipo de venta directa.

**Palabras clave:** cadenas alimentarias, venta directa, acción colectiva, desarrollo rural, Portugal.

## **1. INTRODUÇÃO**

Em Portugal, o elevado número de pequenos produtores, a sua dispersão no território e as dificuldades de se organizarem para a comercialização, contribuíram para que as mudanças no mercado de produtos agro-alimentares levassem a uma enorme concentração da oferta num pequeno número de

grandes distribuidores, que representam hoje cerca de 3/4 das vendas. Em 1987 o comércio tradicional representava 74% das vendas, caindo em 2004 para 16,7% (Palma et al., nd). A mesma tendência foi seguida em outros países europeus (Knickel et al., 2008; Lyson and Green, 1999; McMichael, 2000). Esta evolução contribuiu, entre outras consequências, para a exclusão económica de pequenos produtores, o abandono de áreas agrícolas, a queda no número de explorações e a estagnação da economia rural. Como veremos nesta comunicação, a sobrevivência dos pequenos produtores e a revitalização das zonas rurais requerem medidas inovadoras, que valorizem os agentes e os recursos locais e, em particular, os produtos agro-alimentares. Para tal, as medidas que apoiem o acesso ao mercado e a organização dos produtores são fundamentais.

Após a entrada de Portugal na União Europeia a agricultura deixou de ser uma área prioritária de investimento, o que conduziu ao abandono da atividade por milhares de produtores, assistindo-se em paralelo ao crescimento das importações de produtos alimentares. A política seguida reservava um papel menor para o sector agro-alimentar, o que conduziu a elevados défices na balança alimentar. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), o défice comercial português (saldo entre as exportações e as importações de alimentos) aumentou 23,7 por cento entre 1999 e 2009, totalizando 3,3 mil milhões de euros. Ainda assim, o valor do défice face ao produto interno bruto diminuiu, embora não tanto quanto seria de esperar, passando de 2,3 por cento em 1999 para dois por cento em 2009. Um outro indicador do INE mostra que Portugal apresenta um grau de autossuficiência alimentar de 81%, expresso em valor, para o conjunto dos produtos da agricultura, da pesca e das indústrias alimentar e das bebidas (média 2006-2010), indicador que se manteve estável durante o quinquénio.

Nos últimos anos, em parte resultado da crise económica e financeira, os decisores políticos reconhecem um papel estratégico à agricultura e a necessidade de uma maior aposta no sector agro-alimentar, elevando o auto-abastecimento, valorizando os recursos disponíveis (humanos, solos), reduzindo as importações, aumentando as exportações de produtos agro-alimentares e contribuindo para o equilíbrio da balança comercial. Os investimentos no empreendimento do Alqueva, bem como a elevada instalação de jovens na actividade agrícola e os investimentos com fundos comunitários na modernização da agricultura, são alguns exemplos desta mudança. Outras iniciativas do Ministério da Agricultura, ainda que com menos impacto, são

as que visam apoiar, em particular, os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), através de um projeto de venda direta, como o que aqui vamos analisar em detalhe e que se denomina “Projeto PROVE - Promover e Vender” e que, para simplificar, vamos designar por PROVE.

O Projeto consiste na venda direta de cabazes de frutas e legumes frescos, do produtor ao consumidor, sem intermediários. O PROVE surge formalmente em 2004, a título experimental, no âmbito da Iniciativa Comunitária (IC) EQUAL, sendo mais tarde (2010) continuado e ampliado no âmbito do programa PRODER<sup>1</sup> de apoio á agricultura e desenvolvimento rural, passando então a ser promovido pela rede portuguesa LEADER. No âmbito do estudo analisámos o projeto PROVE em várias dimensões, designadamente a perspectiva dos atores envolvidos, dos produtores e consumidores, destacando-se, nesta comunicação, o trabalho em parceria, a acção colectiva e as dinâmicas territoriais geradas. O projeto envolve como dinamizadores institucionais os Grupos de Ação Local (GAL) que são associações de desenvolvimento local responsáveis por executar, no seu território, as acções do programa LEADER.

O objectivo central da pesquisa que aqui vamos apresentar foi compreender o contributo do Projecto PROVE para o desenvolvimento e manutenção de dinâmicas territoriais locais sustentáveis e o reforço de parcerias entre vários atores do território. Mais concretamente, avaliar em que medida os núcleos de produtores do “cabaz PROVE” têm contribuído para aquele desenvolvimento e evidenciar quais são os factores que favorecem ou limitam a expansão deste modo de venda direta.

A concretização dos objectivos foi realizada com uma metodologia de trabalho que privilegiou a análise qualitativa e baseou-se em oito “focus group”, realizados em 2012, em diferentes locais do país, envolvendo 89 pessoas, assim distribuídas: 14 técnicos dos Grupos de Ação Local, 26 produtores PROVE, 19 consumidores, 17 pessoas oriundas dos vários parceiros. As sessões tiveram uma duração de cerca de três horas, e abordaram várias questões relativas ao PROVE: efeitos e impactos na agricultura e economia local; ligação dos núcleos a outras iniciativas locais; factores favoráveis e desfavoráveis à dinâmica do PROVE; e perspectivas futuras

---

1. O PRODER é um instrumento estratégico e financeiro de apoio ao desenvolvimento rural de Portugal continental, para o período 2007-2013, aprovado pela Comissão Europeia,

deste tipo de comercialização. As sessões foram precedidas de uma entrevista com a equipa técnica do Grupo de Ação Local (GAL), em que se abordou a história do PROVE, a construção da parceria, o envolvimento de produtores e consumidores, os impactos, a geração de inovações e a dinâmicas criada no respectivo território. O estudo incidiu no período de maior crescimento deste projeto, entre 2010 e 2012. Para a caracterização breve dos produtores e da sua evolução recorreremos aos resultados de um inquérito sobre os produtores PROVE, realizado pela mesma equipa de autores desta comunicação (Baptista, et al. 2012).

Para além desta introdução, a comunicação inclui três secções. Na seguinte apresenta-se um breve enquadramento teórico da problemática e nos restante os resultados do estudo e as principais conclusões.

## **2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

A sustentabilidade do sistema alimentar global tem sido questionada em vários estudos (Foresight, 2011; EC, 2011). Os efeitos do sistema alimentar aí apresentados são claros: mudanças climáticas, produção de gases com efeito de estufa, dependência da energia fóssil, consumo elevado de água potável, perda de solos aráveis e de fertilidade, redução da biodiversidade, criação de riscos para a saúde e formação de assimetrias sociais e territoriais.

A transição para um novo sistema alimentar é lenta, fruto de muitas iniciativas que germinam em todo o globo. Alguns autores dizem que temos hoje uma “geografia alimentar híbrida”, dominada pelo “modelo agroindustrial”, mas crescentemente temperada por iniciativas ancoradas num “modelo territorial integrado” (Renting e Wiskerke, 2010): enraizado nas características de cada território, em sinergia com a conservação da natureza, o turismo e a educação; valorizador dos recursos específicos do local e das relações de proximidade; e promotor de distâncias curtas entre produção e consumo e de dietas baseadas em produtos frescos.

Estas iniciativas assumem figurinos e designações diversas, tais como “agricultura apoiada na comunidade” e “mercados de venda directa”. Algumas têm um carácter meramente comercial, correspondendo a Circuitos de Comercialização Curtos (CCC), mas outras configuram um novo tipo de relacionamento entre produtores e consumidores, as chamadas “redes

alimentares cívicas” (Gilg e Battershill, 2000; Kimura & Nishyyama, 2008; Renting e Wiskerke, 2010). Os designados Circuitos Curtos de Comercialização estão relacionados com o conceito de “Food Miles”, ou seja, como a distância do local de produção ao local de consumo (Paxton, 1994).

Do ponto de vista conceptual, existem vários movimentos e iniciativas que defendem a produção local de alimentos e o seu consumo, inspirados por uma grande diversidade de autores, entre eles destacamos: Kloppenburg et al. (1996), que introduziram o conceito de bacia alimentar ou “foodshed”; Feenstra (2002), propôs o conceito de sistema alimentar local “local food system”; Murdoch et al. (2000) que falam nas cadeias alimentares alternativas “alternative supply chains”; e Muchnik (2009), que desenvolveu um conceito amplo de sistemas agro-alimentares localizados “localized agri-food system”.

Muitos autores apontam para os benefícios sociais, económicos e ambientais deste modo de comercialização de maior proximidade. As vantagens apontadas são várias: reduzir as distâncias entre produtor e consumidor e a emissão de gases de estufa, melhorar a segurança alimentar e a qualidade, fortalecer a economia local e reforçar o capital social (Morgan, Marsden, & Murdoch, 2006; Norberg-Hodge, Merrifield, & Gorelick, 2002; e Edwards-Joines et al., 2008).

Alguns autores reconhecem que os CCC, resultado da relação de confiança entre produtor e consumidor, podem favorecer a adopção de práticas agrícolas mais respeitadoras do ambiente (Marechal, G., Alexiane Spanu, 2010).

A investigação realizada por Hultine et al. (2007) a partir de casos de estudo identifica os elementos chave para o sucesso dos sistemas alimentares locais baseados na comunidade (community-based local food systems), que incluem: (1) a existência de agricultores dinâmicos, criativos e competentes; (2) boa comunicação entre os atores, incluindo o poder local, instituições do território e líderes locais; (3) a percepção da necessidade de tempo para alcançar o sucesso, que permita a construção de relações de confiança com a comunidade, consumidores e outros atores; e (4) relações democráticas e colaborativas, com liderança e um sentido forte de direcção e estabilidade. Knickel et al. (2008, 264) apresentam uma análise dos factores limitantes e favoráveis às iniciativas coletivas de acesso ao mercado, baseada num estudo comparativo entre 10 países europeus, em que destacam, por exemplo, a inexistência de políticas coerentes de suporte a formas alternativas de venda e a necessidade de uma maior atenção na procura de novos caminhos

ao nível local e regional. Como resposta a estas preocupações, modalidades de venda integrados nos CCC tem ganho uma importância e visibilidade crescentes em vários países.

Os CCC englobam a venda direta, do produtor ao consumidor, e a venda indireta, do produtor a um só intermediário (por exemplo a restaurantes). A importância dos circuitos curtos de comercialização em diferentes países é significativa, como se pode constatar através de alguns números apresentados num relatório sobre CCC elaborado pelo Ministério de Agricultura Francês (MAAP, 2009):

- Em França, dados estatísticos sobre a agricultura mostram que o número de explorações que fazem a venda direta era de 88.600 em 2005, o que representava cerca de 16,3% das explorações agrícolas;
- Nos Estados Unidos o número de mercados de produtores passou de 1785 em 1994 para 4500 em 2007;
- No Japão os circuitos alternativos de comercialização crescerem nas últimas décadas. Os grossistas que distribuíam 82% das frutas e legumes em 1990 apenas distribuem 65% em 2005. Os mercados de produtores agrícolas com pontos de venda direta ascendem a 13.538 em todo o país;
- De acordo com o Ministério da Agricultura Alemão, 30.000 a 40.000 agricultores vendem diretamente os seus produtos na exploração, isto é, 6 a 8 % do total das explorações.

Os CCC, e em especial a venda direta de produtos, são práticas intrinsecamente ligadas com a história da agricultura e foram no passado a principal forma de comercialização dos produtos agrícolas. Contudo, o processo de modernização da agricultura, ou de industrialização, das últimas décadas do século XX induziram crescimentos espetaculares da produtividade, aumentaram fortemente o grau de especialização da atividade dos agricultores, separando a função de produtor da de transformador e vendedor e desligando-o da relação direta com os consumidores.

Os CCC podem, para determinados fileiras, ou determinados tipos de situações e contextos territoriais, constituir um modo de comercialização que valoriza a produção dos agricultores e os reconhece socialmente,

respondendo em simultâneo a uma procura dos consumidores. Os CCC não se opõem a outras formas de comercialização, pois o que se verifica é, muitas vezes, um comportamento diferenciado por parte dos consumidores. Funciona mais como uma oferta complementar aos circuitos dominantes (MAP, 2009).

A venda directa apoia o escoamento dos produtos dos agricultores de pequena dimensão, com produtos não estandardizados, e visa melhorar a captação de valor em benefício dos produtores. Para além disto, podem ainda permitir a realização de economias sobre outros segmentos da cadeia de custos (transportes, transferência ligação ao território, ligação social). Muitas vezes, em situações específicas, a venda directa surge como a única via para os produtores valorizarem as suas produções não estandardizadas (MAP, 2009).

Ao nível das políticas de desenvolvimento rural da PAC pós-2013 há sinais claros no sentido de dar uma maior prioridade à integração dos produtores, em especial os mais pequenos, no mercado e à diversificação das explorações, através de medidas que favoreçam a sua organização, e de apoios aos CCC, designadamente com a venda directa de produtos, em mercados ou outras modalidades (EC, 2011:5, 6). O caso que aqui vamos apresentar - Projecto PROVE - é um exemplo bem sucedido de uma iniciativa de venda directa apoiadas pelo Programa LEADER.

### **3. PRINCIPAIS RESULTADOS**

Como principais resultados do PROVE apresentamos seguidamente a dinâmica de constituição dos núcleos e o papel dos parceiros, os impactos, e os factores facilitadores e limitadores à sua expansão.

Dinâmica do PROVE na constituição dos núcleos e papel dos parceiros do território.

Entre 2008 e final de 2011 verifica-se uma forte dinâmica de crescimento do PROVE, patente no alargamento do número de GAL, consolidação do número de núcleos, aumento dos produtores envolvidos neste modo de comercialização. Neste período o número de Grupos de Acção Local envolvidos na divulgação, apoio e constituição de núcleos de produtores subiu de 3 em 2008 para 16 em 2011. Os núcleos de produtores PROVE

aumentaram de 6 em 2008 para 21 em meados de 2011, e o número de produtores subiu de menos de 10 para 58.

Em 2011 os produtores do PROVE eram, na sua maioria, mulheres (62%) de diferentes classes etárias; metade (51%) tem entre 40 e 60 anos, e 26% entre 31 e 40 anos. A escolaridade é muito extremada, uma vez que 79% estudou até ao sexto ano e 21% apresenta nível superior. A maioria destes produtores dedica pelo menos 70% do seu tempo à exploração, 62% dos produtores em nome individual não possui outra atividade remunerada, cerca de 33% tem a atividade na exploração como principal fonte de rendimento da família (Baptista et al, 2012).

Um dos principais factores facilitadores da expansão dos núcleos de produtores foi o apoio institucional fornecido pelo GAL. Para além dos GAL, como principal ator de dinamização deste processo, é de evidenciar o papel dos parceiros locais, cuja ação varia de núcleo para núcleo e a sua intervenção centrou-se nos seguintes domínios: apoio à criação e consolidação dos núcleos, divulgação do projeto, angariação de produtores e consumidores, planeamento inicial na composição dos cabazes, e cedência de espaço para a sua entrega. O tipo de parceiros varia, nuns casos são as Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia que tem um papel de destaque no acompanhamento do núcleo e angariação inicial de clientes. Noutros são as associações de agricultores que têm um papel crucial, designadamente na constituição dos núcleos e na mobilização dos produtores.

Nalguns GAL, a estratégia seguida foi a de apoiar a constituição de núcleos sempre que existisse na localidade uma associação âncora para a sua dinamização. Os núcleos são constituídos por cerca de dois a quatro produtores e destes depende a dinâmica e o sucesso do Projecto. Este número parece otimizar o funcionamento dos núcleos, facilitando as interações e o trabalho de equipa dos produtores e permitindo que estes possam oferecer um leque de produtos mais diversificados. Quando os produtores são muitos, aumentam os conflitos e as dificuldades de funcionamento do grupo e de planeamento da produção e venda.

A dinâmica de crescimento que se verifica no PROVE deve-se ao facto de este projeto procurar responder a um dos grandes problemas associado à pequena agricultura, a comercialização da produção, a preços vantajosos. Outras motivações, com menor peso, para a adesão dos produtores à iniciativa

foram as preocupações ambientais e com a saúde. Muitos reconhecem que mudaram os seus comportamentos relativamente à aplicação de fito-fármacos. O aconselhamento dos técnicos do PROVE revelou-se uma forte motivação para a adesão de muitos produtores.

### Principais impactos do PROVE

O PROVE, através dos núcleos de produtores, que são as suas células vivas, tem sido responsável por várias mudanças a diferentes níveis - território, produtor/exploração, relação produtor/consumidor, mudanças de comportamento do consumidor. As mudanças assinaladas, ainda que não sendo facilmente quantificáveis, não deixam, por isso, de se revelar menos importantes e estão relacionadas com: revalorização social da atividade agrícola; o aumento da área de produção e diversificação de produtos; a melhoria de rendimento das famílias; o comportamento dos consumidores.

A maioria dos núcleos era constituída por 3 a 4 produtores, que vendiam cerca de 3231 cabazes por mês em 2011, num total de 25.848 kg (média de 8 kg cabaz), gerando uma receita de 25.848 € mensais (média de 8 € cabaz). A receita média por produtor/mês era de 478 €, apresentando este valor uma grande variação, com um mínimo de 157 € e um máximo de 1593 €.

É consensual que o PROVE tem dado o seu contributo para a revalorização económica e social da atividade agrícola. Tem tido um importante efeito demonstrativo, promovendo a consciencialização para a importância do consumo de proximidade e contribuído para uma percepção mais positiva pela sociedade, dos agricultores e da atividade agrícola. Por outro lado, o PROVE está a ser assumido por vários produtores, muitos deles jovens, como uma oportunidade para a criação do seu emprego, fazendo da agricultura o seu projecto de vida.

Outro dos impactos mais significativos do PROVE verifica-se nos pequenos aumentos de área de cultivo de hortícolas, acompanhados pela introdução na exploração de uma grande diversidade de novas espécies e variedades. O PROVE incentivou os produtores a diversificarem a sua oferta de produtos de forma a satisfazerem uma clientela relativamente exigente. Para isso, alguns produtores introduziram novas espécies e variedades. Outros procuram e recuperam variedades tradicionais, que praticamente deixaram de ser comercializadas, pois, tal pode ser um importante factor de diferenciação dos

seus produtos. As mudanças referidas conduzem à necessidade de aquisição de conhecimentos sobre novos produtos hortícolas.

Os impactos do PROVE, em termos de território, são reconhecidos como reduzidos, tendo em conta o baixo número de produtores e a sua dispersão. Os impactos maiores fazem-se sentir, sobretudo, ao nível dos rendimentos dos produtores envolvidos que, em vários casos, começam a ser significativos. O facto dos produtores assegurarem o escoamento dos seus produtos é algo muito valorizado. Mas também aqui encontramos situações muito diversas, variando de núcleo para núcleo, de acordo com o número de cabazes vendido e o número de produtores por núcleo. Assim, encontramos núcleos que auferem rendimentos muitos satisfatórios (1593 euros/mês) e outros, pelo contrário, que sentem que os rendimentos são muito baixos (cerca de 160 euros) e que precisam de crescer em número de vendas. Em muitos casos o aumento de rendimento, ainda que não seja muito elevado, veio permitir complementar o salário de marido que trabalha fora da exploração. Para outros, com reformas, esta actividades veio possibilitar ocupar o tempo de forma mais rentável.

Ainda que, no essencial, a adesão a um núcleo do PROVE não implique, necessariamente, a realização de investimentos em ferramentas, equipamentos e instalações, há várias situações, derivadas da necessidade de assegurar uma determinada produção, que têm conduzido a acréscimo de investimentos, designadamente em estufas e sistemas de rega. Alguns produtores reconhecem que, para assegurar diversidade e regularidade de produtos durante um longo período do ano, precisam, por exemplo, de investir em estufas.

### Factores facilitadores do PROVE

Os factores que facilitam a expansão do PROVE são vários e encontram-se relacionados com a divulgação, o apoio institucional, a dimensão dos núcleos e seu dinamismo e localização, a relação produtor/consumidor, o comportamento e gostos dos consumidores. Vejamos cada um deles de forma mais detalhada;

- Apoio institucional e constituição de parcerias. Um dos principais factores facilitadores na criação, consolidação e expansão dos núcleos é o apoio institucional fornecido pelo GAL e parceiros locais, tais como Câmaras Municipais, Associações locais, Cooperativas, Fundações. Os parceiros

locais, pelos diferentes papéis que assumem, são fundamentais para que os núcleos se formem, cresçam e ganhem dinâmica. Os parceiros apoiam o Projeto PROVE nos seguintes domínios: cedência de local de entrega, divulgação nos seus canais de comunicação, angariação de produtores e consumidores, acompanhamento de entregas, apoio no planeamento inicial dos cabazes;

- Divulgação do Projeto PROVE. Aqui assume particular destaque a divulgação na TV, jornais e a participação dos núcleos em eventos, tais como feiras e exposições agrícolas. Vários produtores assinalam uma relação positiva entre a divulgação do projeto e o aumento do número de cabazes vendido;

- Dimensão dos núcleos e dinamismos dos produtores. A experiência mostra que há uma tendência para a dimensão dos núcleos se fixar em torno dos três a quatro produtores, valor que otimiza o funcionamento do núcleo. Alguns dos núcleos que iniciaram a sua actividade com seis ou mais produtores, viram o seu número reduzir. Em alguns núcleos temos apenas um a dois produtores. Quando o número de produtores é elevado aumentam os potenciais conflitos entre eles, designadamente nas quantidades a incluir no cabaz, no planeamento da produção, na distribuição das tarefas necessárias ao funcionamento do núcleo;

- Localização dos núcleos. Os núcleos situados nas proximidades dos centros urbanos têm mais facilidade de angariação de clientes e mais possibilidade de serem bem sucedidos, desde que existam outros factores favoráveis, designadamente, dinamismo dos produtores e preocupação em darem resposta às necessidades dos consumidores;

- Relação produtor-consumidor e qualidade dos produtos. A venda direta do PROVE é uma modalidade que assenta numa forte relação de confiança entre produtor e consumidor. Para isso é essencial que o produtor ofereça bons produtos, que respondam às expectativas dos consumidores. Nalguns casos tal implica, para os agricultores, a produção de novas espécies de hortícolas, o que requer informação acrescida sobre o seu cultivo, bem como usos e modo de preparação. Da parte dos consumidores, espera-se que cumpram o compromisso de levantar o cabaz. Para os consumidores, o PROVE tem que apresentar vantagens, seja pela qualidade dos produtos, seja porque o cabaz lhes “facilita a vida”. A maior proximidade entre consumidor e produtor é

essencial na venda direta e poderá passar pela visita às explorações, e assim reforçar as relações de confiança e o conhecimento dos consumidores sobre os produtos e a forma como são produzidos;

- Maior diversificação dos produtos do cabaz. A preocupação com a satisfação dos consumidores deve ser um objectivo central nas actividades dos produtores. A maior diversificação dos produtos do cabaz é uma meta a alcançar. Contudo, tal requer, por exemplo, um melhor planeamento da produção entre os produtores do mesmo núcleo;

- Conhecer o perfil e o comportamento dos consumidores. Para o produtor, a fidelização do consumidor passa por um melhor conhecimento do seu perfil e do que procura nestes produtos. Os inquéritos realizados aos consumidores PROVE mostram que estes apresentam rendimentos acima da média e incluem uma percentagem elevada de pessoas com profissões liberais e de funcionários públicos. Contudo, este grupo não é homogéneo, havendo diferenças de hábitos de consumo, preferências, composição familiar e formas de entrega dos cabazes. Esta realidade reforça a necessidade dos produtores procurarem, de forma continuada, responderem às necessidades dos consumidores.

### Factores limitadores à expansão do PROVE

Os factores limitantes à consolidação e expansão do PROVE podem ser muitos e variados e dependem dos atores envolvidos (produtores, parceiros locais, consumidores) e de outros condicionalismos, como destacamos em seguida:

- Dificuldade de mobilizar os produtores. Como se depreende do relato da criação de vários núcleos, nem sempre é fácil a mobilização dos produtores para estes processos. Num caso são referidas dificuldades enormes quanto ao trabalho colectivo, noutras locais faltam os produtores hortofrutícolas. As razões individuais são também importantes, porque trabalhar no PROVE significa, para muitos, um acréscimo de trabalho e responsabilidade, mas também trabalhar em parceria com outros produtores. No recrutamento dos produtores e expansão dos núcleos, o factor demonstrativo, com visitas a núcleos já instalados, é muito importante;

- Reduzido número de consumidores devido à localização do núcleo. Nos meios pequenos, com forte influência rural, é difícil ampliar o número de consumidores, pois muitos dos residentes, ou produzem ou têm fácil acesso a produtos hortícolas provenientes da localidade. Para ultrapassar o baixo número a estratégia seguida por alguns núcleos é procurar clientes nos centros urbanos mais próximos;
- Desadequação do local de entrega. A entrega do cabaz, seja pela falta de condições do local onde é realizada, seja pelo próprio processo de entrega, não é muitas vezes o mais adequado. O modo de vida dos consumidores e as dificuldades em levantar o cabaz num dado local e hora é também um factor desfavorável para alguns. Para muitos produtores, para se ultrapassar esta limitação, a solução encontrada é a entrega ao domicílio;
- Baixa divulgação do PROVE. Muitos são os produtores que concordam que a divulgação é uma forte limitação ao crescimento do PROVE. Uns assumem essa responsabilidade, valorizando muito a divulgação pessoal, outros acentuam a necessidade de divulgação feita por terceiros, como Autarquias e GAL;
- Relações conflituosas inter e intra-núcleos e competição territorial. As relações entre os produtores do mesmo núcleo nem sempre são pacíficas. A falta de qualidade dos produtos de alguns deles, bem como a distribuição do volume e tipo de produto, são razões para conflitos dentro de um dado núcleo. Planear o que vão produzir e as respectivas quantidades é um processo que requer negociação e entendimento entre os produtores;
- Percepção do preço do cabaz. A definição do preço do cabaz é percebido de forma diferente pelos produtores e consumidores. Há produtores que entendem que o preço é barato, comparativamente aos preços das grandes superfícies e mercados, atendendo à quantidade e qualidade dos produtos. Também reconhecem que há consumidores que fazem comparações com as grandes superfícies e que consideram o cabaz caro;
- Controlo do modo de produção e da qualidade dos produtos. Muitos dos intervenientes e, em especial, os produtores e técnicos do GAL, estão conscientes de que a falta de controle da qualidade dos produtos poderá ser uma limitação, ou mais do que isso, um problema sério de manutenção do núcleo, que deve ser assegurada, antes de mais, pelos produtores. Verifica-se

que, por vezes, a falta de confiança entre produtores leva a conflitos internos no núcleo e até à saída de alguns produtores. Há, por isso, ao nível dos núcleos, que zelar pela qualidade dos produtos e pelo seu modo de produção;

- Local de produção, falta de apoio técnico e de informação legal e fiscal. O local de produção está, em muitos casos, ligado com a falta de consumidores e perspectivas de expansão de alguns núcleos. É patente a dificuldade de alguns núcleos instalados em locais de predominância rural em alargar o leque de consumidores e crescerem em termos de produção. O facto de haver uma grande dispersão entre a residência dos produtores e a residência dos consumidores também contribui desfavoravelmente para consolidação do núcleo. São muitos e variados os constrangimentos que se colocam à valorização dos produtos agroalimentares locais e à sua comercialização, originados pelo quadro legislativo e fiscal em vigor e respetivos regulamentos e procedimentos de aplicação.

Em síntese o PROVE é um programa de âmbito nacional e os seus impactos variam muito de núcleo para núcleo e entre regiões. A flexibilidade existente no funcionamento e na própria constituição dos núcleos permite que se encontrem situações algo diversas e adaptadas. Contudo, merecem destaque, nas condições que favorecem a expansão do projeto, o apoio institucional local e a constituição de parcerias. Como factores limitantes, merece destaque o quadro legislativo e fiscal da comercialização de produtos alimentares. No Quadro 1 faz-se uma síntese dos vários factores facilitadores e limitadores da expansão do PROVE.

Quadro 1. Factores facilitadores e limitadores à expansão do PROVE

<b>Factores facilitadores</b>	<b>Factores limitadores</b>
Apoio institucional e constituição de parcerias	Dificuldade de mobilizar os produtores
Divulgação do Projeto PROVE	Reduzido número de consumidores devido à localização do núcleo
Dimensão dos núcleos e dinamismos dos produtores	Desadequação do local de entrega
Localização dos núcleos	Baixa divulgação do PROVE
Relação produtor-consumidor e qualidade dos produtos	Relações conflituosas inter e intra-núcleos e competição territorial
Maior diversificação dos produtos do cabaz	Percepção do preço do cabaz
Conhecer o perfil e o comportamento dos consumidores	Controlo do modo de produção e da qualidade dos produtos
	Local de produção, falta de apoio técnico e de informação legal e fiscal

#### 4. CONCLUSÕES

O PROVE permitiu que pequenos produtores que sabem produzir mas têm dificuldade em comercializar, possam ser donos do negócio que começa na produção e acaba no contacto directo com o consumidor. Tal constitui uma grande mudança para muito deles, embora implique mais trabalho e a realização de tarefas que, para a maior parte, não eram habituais.

O Projeto nasce da constatação de um problema real que afecta muitos milhares de pequenos produtores que se viram afastados dos circuitos de comercialização. Tal deveu-se aos processos de globalização, com elevada importação de produtos agro-alimentares, e à concentração da comercialização em três a quatro grandes cadeias de distribuição que, devido à sua posição dominante no mercado, colocam aos produtores várias exigências - de preço, tipo de produto, quantidades, condições de pagamento.

O PROVE deu provas de ser uma boa ideia, com potencial de crescimento elevado, desde que se saiba procurar novos consumidores e responder às suas

necessidades e expectativas. Contudo, o crescimento deste modo de comercialização irá manter-se minoritário face à grande comercialização, e será para muitos produtores, uma atividade complementar de outras, o que não lhe retira a importância relativa.

O PROVE, através dos seus núcleos de produtores, para além de apoiar na promoção e comercialização dos seus produtos, de reforçar os laços entre as comunidades rurais e urbanas, de gerar potenciais vantagens ambientais, paisagísticas, educativas e cívicas, tem sido responsável por várias mudanças. Ao nível das explorações dos produtores PROVE, verificam-se acréscimos de área de cultivo de hortícolas, e introdução de novas espécies, de forma a satisfazer os consumidores. Verificam-se também mudanças ao nível das tecnologias de produção (aumento de áreas de estufas) e das condições de produção (sistemas de rega).

Os impactos do PROVE a nível da economia local são reduzidos, atendendo ao baixo número de produtores envolvidos. Contudo, os efeitos ao nível dos rendimentos das famílias envolvidas são significativos, pelo escoamento assegurado dos produtos e pelo facto de terem uma fonte de receita regular. O PROVE é uma oportunidade de criação do emprego para alguns e uma forma apreciável de complementar os rendimentos para muitos outros. A valorização do meio rural e da agricultura, que o projeto tem promovido junto de consumidores e outros atores, é outro efeito positivo a evidenciar. Os produtores reconhecem que a integração neste programa os tem sensibilizado para os problemas da poluição e dos perigos resultantes da aplicação de fito-fármacos. Atendendo aos impactos e mudanças do PROVE, este dá um contributo importante para o desenvolvimento e manutenção sustentável de dinâmicas territoriais locais. Evidentemente, este objectivo tem que ser alcançado a partir de várias iniciativas, sendo o PROVE uma delas.

Neste processo de venda direta são essenciais ações que reforcem os intercâmbios e a cooperação entre os diversos atores locais e regionais, favorecendo a ação colectiva, a aprendizagem e as dinâmicas de desenvolvimento rural. Os encontros anuais dos produtores, entre outras iniciativas de âmbito regional e local, são oportunidades de aprendizagem e troca de experiências muito importantes e que devem ser estimulados.

Os atores envolvidos neste processo, com destaque para os parceiros locais (GAL, autarquias, associações) são cruciais para a manutenção e crescimento

desta forma de venda direta. Deve ser do interesse dos atores referidos apoiar e incentivar a produção local, como forma de melhorar rendimentos das pessoas e criar dinâmica local.

No atual contexto nada é adquirido e duradouro, o que requer por parte dos produtores um esforço de seriedade, de mudança e adaptação contínua a novos contextos. A confiança por parte dos consumidores dos produtos que compram é outro factor chave na sustentabilidade deste modo de venda. O autocontrolo a realizar pelos produtores de cada núcleo é essencial e deve ser a base da confirmação da qualidade.

A sustentabilidade dos núcleos deve assentar no facto dos produtores venderem produtos com qualidade, frescos, saborosos, que os consumidores desejam comprar e a preço justo. Para o PROVE ter futuro o consumidor deve estar no centro da atenção, procurando ganhos mútuos para produtores e consumidores.

As respostas para uma dada limitação à expansão do PROVE não têm que ser a mesma para todos os núcleos. Os produtores dos núcleos em diálogo com os consumidores têm de encontrar as respostas mais apropriadas. O que requer, por parte do núcleo, autonomia, flexibilidade e dinamismo.

A manutenção do PROVE deve explorar ao máximo o lado simbólico dos produtos e o imaginário dos consumidores, com uma imagem de marca associada com a qualidade dos produtos (frescos, saborosos, com cheiro), com maior duração, produzidos sem adubos e pesticidas, diretos do “produtor para o consumidor”. A sustentabilidade ambiental deve ser outra variável a manter e a acentuar, com práticas agrícolas amigas do ambiente, privilegiando circuitos curtos de comercialização.

A modalidade de venda direta aqui analisada é uma via importante para permitir uma maior integração de pequenos agricultores no mercado, diversificando as suas produções, utilizando de forma rentável os recursos disponíveis (mão-de-obra, solos, equipamentos) e, finalmente, aumentando os seus rendimentos. Estes objectivos podem ser reforçados no futuro com o programa de desenvolvimento rural da PAC pós 2013, que tem entre as suas prioridades de atuação o reforço da integração e acesso aos mercado dos produtores, através, designadamente, do apoio aos circuitos curtos de comercialização e, desta forma, o reforço das várias modalidades de venda

direta. Há, contudo, que restringir os fortes constrangimentos que se colocam à valorização dos produtos agroalimentares locais e à sua comercialização, originados pelo quadro legislativo e fiscal em vigor.

## **REFERÊNCIAS**

- BAPTISTA, A., Cristovão, A., Rodrigo, I. Tibério, L., Vilas Boas, D. 2012. Relatório Final de Avaliação, Projecto de Cooperação Interterritorial PROVE – PROMOVER e VENDER : A Perspectiva dos Produtores, CETRAD/UTAD.
- DGADR. 2012. Relatório do Grupo de Trabalho: Estratégia para a valorização da produção agrícola local – GEVPAL. MAMOT.
- EC. 2011. A short guide to the European Commission Proposals for EU rural development after 2013. European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, European Network for Rural Development. DOI 10.2762/30502.
- EC. 2011. Sustainable Food Consumption and Production in a Resource-Constrained World. 3rd Foresight Exercise. Brussels, EC, DG Research and Innovation.
- FORESIGHT. 2011. The Future of Food and Farming. Executive Summary. London, The Government Office for Science.
- GILG, A. & Battershill. 2000. To What Extent can Direct Selling of Farm Produce Offer a More Environmentally Type of Farming? Some Evidence from France. *Journal of Environmental Management*, Vol. 60: 194-214.
- HULTINE, S. A., Cooperland, L. R., Curry, M. P. & Gasteyer, S. 2007. Linking Small Farms to Rural Communities with Local Food: A Case Study of the Local Food Project in Fairbury, Illinois. *Community Development*, Vol. 38(3): 61-76.
- KIMURA, A. & Nishiyama, M. 2008. The Chisan-Chisho Movement: Japanese Local Food Movement and Its Challenges. *Agriculture & Human Values*, Vol. 25: 49-64.

- KNICKEL, K., Zerger, C., Jahn, G. & Renting, H. 2008. Limiting and Enabling Factors of Collective Farmers' Marketing Initiatives: Results of a Comparative Analysis of the Situation and Trends in 10 European Countries. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition*, Vol. 3(2-3): 247-269.
- LYSON, T. & Green, J. 1999. The Agricultural Marketscape: A Framework for Sustainable Agriculture and Communities in the Northeast. *Journal of Sustainable Agriculture*, Vol. 15(2/3): 133-150.
- MAAP. 2009. Rapport du groupe de travail « Circuits courts de commercialisation ». Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 2009. [http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/communiques/developper-circuits/downloadFile/FichierAttache\\_2\\_f0/rapport\\_du\\_gt\\_circuits\\_courts0409.pdf?nocache=123](http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/communiques/developper-circuits/downloadFile/FichierAttache_2_f0/rapport_du_gt_circuits_courts0409.pdf?nocache=123)
- MAAP. 2009. Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs. Plan d'action pour développer les circuits courts. [http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/comuniques/developpper-circuits/downloadfile/FichierAttache\\_1f0/4p](http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/comuniques/developpper-circuits/downloadfile/FichierAttache_1f0/4p).
- MARÉCHAL G. & Spanu A. 2010. Les circuits courts favorisent-ils l'adoption de pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement ? *Courrier de l'environnement de l'INRA*, n° 59, octobre 2010. pp. 33-45.
- McMICHAEL, P. 2006. The Power of Food. *Agriculture and Human Values*, Vol. 17: 21-33.
- MORGAN, K., Marsden, T., & Murdoch, J. 2006. *Worlds of food. Place, power and provenance in the food chain*. Oxford: Oxford University Press.
- NORBERG-HODGE, H., Merrifield, T., & Gorelick, S. 2002. *Bringing the food economy home: Local alternatives to global agribusiness*. London: Zed Books.

PALMA, F., Pereira, A., Pereira, Malaquias, M. & Barros, S. (sd). O Sector da Distribuição: Dinamismo e crescimento ES Research – Research Sectorial. Available at [www.bescv.cv/sfecv/cms.aspx?plg=88d9ce17-4942-4082-8d28-d327b426d5a0](http://www.bescv.cv/sfecv/cms.aspx?plg=88d9ce17-4942-4082-8d28-d327b426d5a0)

PAXTON, A. 1994. The Food Mile report: The dangers of long distance food transport. The SAFE Alliance, London.

RENTING, H. & Wiskerke, H. 2010. New Emerging Roles for Public Institutions and Civil Society in the Promotion of Sustainable Local Agro-Food Systems. Proceedings of the 9th European Farming Systems Association Symposium, Vienna, Austria: 1902-1912, 2010.