



# Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

**Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos**

Flávia Sofia Lopes Teixeira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Estudos de Desenvolvimento: Diversidades Locais e Desafios Mundiais

Orientador(a):

Doutora Maria de Fátima Ferreiro, Professora Auxiliar,

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014





# Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos

Flávia Sofia Lopes Teixeira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Estudos de Desenvolvimento: Diversidades Locais e Desafios Mundiais

Orientador(a):

Doutora Maria de Fátima Ferreiro, Professora Auxiliar,

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014



À minha mãe.

Agradeço a todos aqueles que disponibilizaram algum do seu tempo  
para a realização desta dissertação.

Agradeço em especial à minha orientadora, pela sua disponibilidade  
e acompanhamento.

## **Resumo**

Num mundo em constante mudança são muitos os desafios que hoje se colocam à segurança alimentar. A escassez de recursos naturais, a alteração dos padrões de consumo e o crescimento demográfico são ameaças que se colocam à sustentabilidade do sistema alimentar. Paralelamente as doenças ditas ‘modernas’, decorrentes de escolhas nutricionais inadequadas, são uma realidade nas sociedades atuais, sobretudo nos países dito ‘desenvolvidos’. A ‘alimentação’ é essencial às nossas vidas, e como tal, é uma questão-chave nas estratégias de desenvolvimento do futuro.

Novos problemas requerem de novas respostas. Esta dissertação tem por objetivo explorar quais as potencialidades dos circuitos curtos agroalimentares para a segurança alimentar e processo de desenvolvimento rural. Para tal, fez-se um levantamento – a nível nacional - de iniciativas que elegem o ‘cabaz agroalimentar’ como meio de comercialização, debruçando-se posteriormente sobre três casos em concreto: uma micro empresa, uma associação de desenvolvimento local e uma cooperativa de consumidores. Nestes casos, realizaram-se três entrevistas aos respetivos promotores.

Após a recolha e análise da informação percebe-se que os circuitos curtos agroalimentares têm características que os distinguem dos ‘tradicionais’ circuitos de comercialização, sendo passível retirar-se daí vantagens, quer para a promoção da segurança alimentar, quer para o desenvolvimento rural dos territórios em que se inserem.

Palavras-chave: Circuito Curto Agroalimentar; Segurança Alimentar; Desenvolvimento; Desenvolvimento Rural.

## **Abstract**

In a constantly changing world there are plenty of challenges currently placed upon food security. The scarcity of natural resources, the change of consumption patterns and population growth are threats posed to the sustainability of the food system. Alongside, the 'modern' diseases, arising from inadequate nutritional choices, are a reality in today's societies, especially in the so called "developed" countries. 'Feeding' is essential to our lives, and as such, is a key issue in the development strategies for the future.

New problems require new responses and this thesis aims to explore the potential of short food supply chain in food security and rural development. To this end, a national level inventory of initiatives that elect the 'agrifood basket' as a way of commercialization was made. Three cases were especially focused on: a micro company, an association of local development and a consumers cooperative. The promoters of these initiatives were interviewed.

After analysis of the information gathered it was perceived that short food supply chain have characteristics that distinguish them from 'traditional' marketing channels, with benefits for the promotion of food security and for the rural development of territories in which they operate.

**Keywords:** Short food supply chain; Food Safety; Development; Rural Development.

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	1
I. Segurança Alimentar e Desenvolvimento: que desafios para o Século XXI? .....	3
I.1 Origem, Definição e Evolução do Conceito de Segurança Alimentar .....	3
<i>I.1.1 Dimensões da Segurança Alimentar</i> .....	6
I.2 Segurança Alimentar e Desenvolvimento .....	8
<i>I.2.1 O Conceito de Desenvolvimento</i> .....	8
<i>I.2.2 Desenvolvimento em Meio Rural</i> .....	10
<i>I.2.3 Segurança Alimentar e Desenvolvimento</i> .....	12
I.3 Desafios à Segurança Alimentar no Séc. XXI .....	15
<i>I.3.1 Segurança Alimentar num planeta em mudança</i> .....	15
<i>I.3.2 Especificidades dos Países ‘desenvolvidos’</i> .....	17
II. Circuitos Curtos Agroalimentares (CCA): que potencialidades? .....	25
II.1 Circuitos de abastecimento e as novas exigências dos consumidores .....	25
II.2 Definir Circuitos Curtos Agroalimentares .....	28
<i>II.2.1 O que são Circuitos Curtos Agroalimentares?</i> .....	28
<i>II.2.2 Tipologias de Circuitos Curtos Agroalimentares</i> .....	31
<i>II.2.3 Benefícios dos CCA para o Desenvolvimento Rural e para a Segurança Alimentar</i> .....	33
<i>II.2.4 Dificuldades e condições para a Implementação de CCA</i> .....	37
II.3 CCA na Europa .....	38
<i>II.3.1 Enquadramento político europeu</i> .....	38
<i>II.3.2 Lugar da Segurança Alimentar na Política Agrícola Comum</i> .....	40
<i>II.3.3 Contexto Português: contributos do Programa de Desenvolvimento Rural</i> .....	43
<i>II.3.4 Pistas para a caracterização dos CCA no contexto Europeu</i> .....	46
III. Uma visão sobre os Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal .....	49
III.1 Objetivos da Investigação .....	49
III.2 Método e Técnicas de Investigação .....	49
IV. Cabazes Agroalimentares, que dinâmicas? .....	53
IV.1 Especialização .....	53
IV.2 Estudos de Caso .....	55
<i>IV.2.1 Identificação dos Estudos de Caso</i> .....	55
<i>IV.2.2 Identificação dos Entrevistados</i> .....	56

IV.3 Características-chave dos cabazes agroalimentares.....	56
IV.4 Contributos dos cabazes agroalimentares para a segurança alimentar: promoção da qualidade alimentar e redução do desperdício alimentar.....	62
IV.4.1 Motivações dos promotores .....	62
IV.4.2 Do lado dos Consumidores.....	63
IV.5 Potencialidades dos cabazes agroalimentares para o desenvolvimento rural.....	65
IV.5.1 Benefícios para os produtores .....	65
IV.5.2 Benefícios ambientais.....	65
IV.5.3 Benefícios para os territórios.....	66
IV.6 Criação de Novos Laços Sociais.....	67
IV.7 Aceitação e perspetivas de futuro.....	69
IV.7.1 Evolução do número de clientes até ao presente .....	69
IV.7.2 Número de pessoas envolvidas.....	70
IV.7.3 Perspetivas de Futuro .....	71
CONCLUSÃO .....	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	79
Webgrafia.....	83
ANEXO A - Guião de Entrevista - a aplicar aos promotores de CCA .....	85
ANEXO B - Grelha de Análise das Entrevistas .....	88
ANEXO C - Grelha de Análise dos espaços <i>online</i> das iniciativas identificadas.....	98

## **Glossário**

ADL – Associações de Desenvolvimento Local

AE – Área Estratégica

AGROBIO – Associação Portuguesa de Agricultura Biológica

CAF – Complexo Agroflorestal

CCA – Circuitos Curtos Agroalimentares

FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

FEADER – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

GAL – Grupo de Ação Local

GEVPAL – Grupo de Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local

MAMAOT - Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento de Território

MPB – Modo de Produção Biológico

ONGD – Organização Não Governamental para o Desenvolvimento

PAC – Política Agrícola Comum

PDR – Programa de Desenvolvimento Rural

PIB – Produto Interno Bruto

PROMAR – Programa Operacional Pesca

REDR – Rede Europeia de Desenvolvimento Rural

RRN – Rede Rural Nacional

SAL – Sistema Alimentar Local

UE – União Europeia

VAB – Valor Acrescentado Bruto



## **INTRODUÇÃO**

Num mundo em constante mudança, todos os dias nos deparamos com novos desafios, que requerem novas respostas. A ‘segurança alimentar’ é um deles. Sabemos que alimentação é vital para a nossa sobrevivência, assumindo também um papel fundamental nos processos de desenvolvimentos. A garantia de acesso a uma dieta nutricionalmente equilibrada é essencial para uma vida ativa e saudável, sendo este um requisito-chave para o desenvolvimento de um dado território e sociedade.

A par das persistentes situações de fome, novos problemas se colocam à segurança alimentar para o século XXI. O atual modelo de produção e distribuição alimentar, à semelhança dos próprios padrões de desenvolvimento vigentes, tem acarretado graves consequências ambientais e ecológicas. O agravamento dos fenómenos climáticos extremos, a escassez de recursos naturais e a perda da biodiversidade são problemas reais. As ‘doenças modernas’, como a obesidade, resultantes das más escolhas alimentares estão na ordem do dia. A segurança alimentar é uma noção essencial nas estratégias de desenvolvimento do futuro.

Paralelamente, as dinâmicas subjacentes à globalização permitem consumir produtos dos locais mais remotos, durante todo o ano e a um preço relativamente acessível. O progresso dos sistemas de logística/distribuição e conseqüente aumento da concorrência vêm dificultar o escoamento da produção local. Além de questões relacionadas com a ‘qualidade alimentar’, a produção e consumo de massas poderá refletir-se na desvalorização e/ou ‘esquecimento’ dos modos de produção tradicionais, menos invasivos para o ambiente, ou até da gastronomia local. Isto trás consequências visíveis para os processos de desenvolvimento rural.

Em resposta às dinâmicas acima descritas assistimos hoje a uma crescente valorização dos produtos nacionais, sobretudo das produções agroalimentares locais, surgindo cada vez mais iniciativas que visam os circuitos curtos agroalimentares (CCA). Sinteticamente, estas caracterizam-se pelo encurtamento das distâncias entre produtor e consumidor, criando novas relações de confiança e valorizando as produções locais. A reafirmação dos CCA relaciona-se sobretudo com o crescente reconhecimento dos benefícios sociais, económicos e ambientais destas iniciativas para os territórios em que se inserem (Lopes, 2014). Paralelamente tem-se assistido à introdução da temática dos CCA nas políticas europeias, nomeadamente na Política Agrícola Comum (PAC) e no Programa de Desenvolvimento Rural (PDR).

Neste contexto, o objetivo da presente dissertação é perceber quais as potencialidades dos CCA e mais especificamente dos cabazes de produtos agroalimentares tendo em vista os seguintes objetivos:

- i. A promoção da segurança alimentar, tendo em conta os desafios que se colocam para o século XXI.
- ii. A caracterização destas iniciativas, no sentido de se identificarem as dinâmicas associadas, as motivações dos seus promotores, as dificuldades e elementos facilitadores da sua implementação.
- iii. A análise das suas potencialidades para o desenvolvimento dos territórios rurais.

O I capítulo ('Segurança alimentar e desenvolvimento: que desafios para o Século XXI?') expõe a relação entre 'segurança alimentar' e 'desenvolvimento', sendo aí definido o conceito de 'segurança alimentar'; No ponto I.2.1 será aprofundada a noção de 'desenvolvimento' apresentando-se as diferentes etapas que caracterizam a reflexão em torno deste conceito; serão ainda identificados os atuais desafios relativos à segurança alimentar, dando especial ênfase às especificidades dos países 'desenvolvidos'.

No II capítulo ('Circuitos agroalimentares, que potencialidades?') serão clarificadas as motivações dos consumidores para a crescente valorização das produções locais, potenciadoras do desenvolvimento dos CCA; serão definidas e caracterizadas estas 'novas' formas de comercialização, tendo em conta as suas diferentes tipologias. Destacam-se ainda os benefícios dos CCA quer para a promoção da segurança alimentar quer para o desenvolvimento rural, bem como as dificuldades associadas à sua implementação; finalizar-se-á com um breve enquadramento sobre a presença da temática dos CCA nas políticas europeias até ao momento. Este capítulo terminará com uma breve caracterização deste fenómeno a nível europeu.

A estratégia seguida para dar resposta ao objetivo central desta investigação, acima explicitado, encontra-se no III capítulo, com a apresentação dos métodos e técnicas utilizados para a recolha e análise dos dados de pesquisa. É no capítulo IV que se aprofunda a informação recolhida com a componente empírica da investigação, analisando-se os estudos de caso de CCA à luz dos objetivos definidos. Por fim, no último capítulo constam os principais resultados e conclusões encontradas com esta investigação tendo em conta o modelo analítico e a estratégia metodológica seguidas.

## **I. Segurança Alimentar e Desenvolvimento: que desafios para o Século XXI?**

### **I.1 Origem, Definição e Evolução do Conceito de Segurança Alimentar**

O conceito de ‘segurança alimentar’ tem vindo a sofrer alterações ao longo das últimas décadas, integrando progressivamente novas dimensões. A análise das suas sucessivas definições permite ter uma perceção daquelas que foram, e continuam a ser, as principais preocupações impostas pela questão alimentar a nível mundial (Clay, 2002). ‘Segurança alimentar’ é uma noção multidimensional com “um alcance potencial muito alargado; vai da agricultura aos transportes, passando pela economia e pela área social” (Miribel, 2013:101). O facto de este ser um conceito flexível, com diferentes aplicações, e abordagens vem dificultar a sua discussão ao nível político e académico com consequências para sua aplicação e medição (Clay, 2002).

Segundo Maluf *et al.* (2001) a expressão ‘segurança alimentar’ surgiu pela primeira vez no pós I Guerra Mundial após se perceber que a capacidade de resistência de um país poderia estar dependente do controlo do abastecimento de alimentos. Assim, a capacidade de produção passou a assumir extrema importância a nível estratégico. Mais tarde, durante a II Guerra Mundial, verifica-se sobretudo nos EUA um esforço significativo para aumentar a produção alimentar, reduzindo assim a dependência de importações. Consequentemente, em 1943 o presidente Franklin D. Roosevelt convoca uma conferência das Nações Unidas sobre Agricultura e Alimentação com o objetivo de se criar uma Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO). Após os compromissos estabelecidos nesse encontro, a FAO é fundada em 1945, no Quebec, Canadá.

O final da II Guerra Mundial traduziu-se efetivamente numa constante preocupação com a disponibilidade de alimentos, visível nas políticas adotadas pelos governos. Nomeadamente nos EUA, Canadá e alguns países europeus em que foram adotadas políticas de incentivo à agricultura. Mais tarde, outros países do mundo adotam também medidas de incentivo à produção, gerando situações de superprodução (Colonnelli e Simon, 2013).

A origem das preocupações com a segurança alimentar começou assim por ser associada à *quantidade* de alimentos produzida, no sentido de ser suficiente para uma dada população - conceção que predominou até aos anos 70. Com efeito, a produção de excedentes foi uma realidade até 1972, ano em que devido a uma série de fenómenos naturais houve uma queda

na produção mundial de cereais e uma conseqüente inflação dos preços praticados (Filho, *et al.*, 2007; Coronelli e Simon, 2013). É neste contexto que a segurança alimentar é integrada na discussão mundial sobre alimentação, surgindo também a sua primeira definição oficial (Clay, 2002). Em 1974 é realizada em Roma a I Conferência Mundial da Alimentação, promovida pela FAO, onde o conceito de segurança alimentar é definido como: “availability at all times of adequate world food supplies of basic foodstuffs [...] to sustain a steady expansion of food consumption [...] and to offset fluctuations in production and prices” (UN 1975 *op. cit.* Clay, 2002:2).

As resoluções da referida conferência refletem uma noção de segurança alimentar ainda exclusivamente relacionada com a *produção*. Pretende-se assegurar que esta será suficiente tendo em conta o aumento do consumo, mas também as flutuações de preços.

Em 1981, com a publicação de “Poverty and Famines”, Amartya Sen dá um importante contributo para a evolução do conceito de segurança alimentar. O autor explica que podem ocorrer situações de fome sem que haja necessariamente um déficit de produção como, por exemplo, em situações de desemprego e ausência de políticas sociais, onde os indivíduos não têm recursos económicos que permitam o acesso à alimentação. Esta incapacidade de acesso poderá estar dependente de fatores económicos mas não só. Destaca-se também a acessibilidade física, pois não basta que um país tenha alimentos suficientes para toda a população, é necessário que estes estejam onde são necessários. Podem-se ainda encontrar barreiras socioculturais, relacionadas com características sociais como a religião, refletindo-se na exclusão de grupos específicos de uma dada população ao acesso alimentar. Com este aprofundamento o foco deixou assim de ser exclusivamente a produção, incluindo agora os direitos individuais (Coronelli e Simon, 2013).

A persistência de situações de fome num dado território mesmo onde existem reservas de alimentos, levou as discussões sobre segurança alimentar a outro nível - o *acesso*. Os problemas referentes à segurança alimentar deixam de estar somente ligados a questões relacionadas com a produção, passando a incluir também a distribuição. Nesse sentido, na XII Conferência Mundial, em 1989 a FAO sugere a ampliação do conceito de segurança alimentar, passando a incluir a dimensão do “acesso” (Filho, *et al.*, 2007): “ensuring that all people at all times have both physical and economic access to the basic food that they need” (FAO, 1983 *in* Clay, 2002:2).

Com esta explanação, o conceito de segurança alimentar passa a estar assente em três pilares: 1) na garantia que a produção de alimentos seja adequada às necessidades de consumo a nível mundial; 2) na obtenção da máxima estabilidade no fluxo da mesma e; 3) na segurança de acesso aos alimentos, sobretudo por parte da população mais empobrecida (Menezes, 2001 *in* Filho, *et al.*, 2007; Clay, 2002). Também o Banco Mundial vem contribuir para uma melhor definição deste conceito no relatório “Pobreza e Fome” (1986): “access of all people at all times to enough food for an active, healthy life” (World Bank, 1986 *op. cit.* Clay, 2002:2)

O Banco Mundial distingue “chronic food insecurity” de “transitory food insecurity”. Enquanto a primeira diz respeito a situações de pobreza estrutural e contínua que se refletirá numa insegurança alimentar “crónica”, e portanto, reproduzida entre gerações, a segunda caracteriza situações, que por algum acontecimento específico, como catástrofes naturais, guerras ou até mesmo crises económicas, a produção, acesso e/ou abastecimento alimentar é comprometido (Clay, 2002).

Na Conferência Mundial de Alimentação de 1996, é destacado o direito que todos os indivíduos têm de ter uma alimentação segura e *nutritiva*, pois só o equilíbrio nutricional permite uma vida ativa e saudável. Poderá dizer-se que a segurança alimentar ganha uma dimensão ‘individual’ na medida em que pode estar dependente das escolhas individuais de cada um. Aqui, os Chefes de Estado presentes comprometem-se a fazer esforços no sentido do combate à pobreza e desigualdades sociais, com vista à erradicação da fome. O objetivo seria a redução para metade as situações fome no mundo até 2015, e sabendo-se que a pobreza é a principal causa de insegurança alimentar, os Chefes de Estado aqui surge a Declaração de Roma sobre Segurança Alimentar Mundial e o Plano de ação da Conferência Mundial da Alimentação com o objetivo garantir a “segurança alimentar a nível individual, familiar, nacional, regional e mundial” (Filho, *et al.*, 2007:3). Neste contexto, considera-se que:

food security, at the individual, household, national, regional and global levels [is achieved] when all people, at all times, have physical and economic access to sufficient, safe and nutritious food to meet their dietary needs and food preferences for an active and healthy life (FAO, 1996 *in* Clay, 2002:2).

A FAO apresenta a seguinte definição de insegurança alimentar: “A situation that exists when people lack secure access to sufficient amounts of safe and nutritious food for normal growth and development and an active and healthy life” (FAO, 2013:50).

Tal insegurança poderá estar subjacente à indisponibilidade de alimentos, escassez de recursos económicos, ou até ao inadequado transporte e/ou à inadequada utilização dos alimentos ao nível doméstico. Atualmente, embora se possam encontrar diversas definições de segurança alimentar, a grande maioria vai ao encontro daquela que é fornecida pela FAO.

Contribuindo para uma melhor definição daquilo que é segurança alimentar, dando destaque a temáticas, que apesar de presentes no conceito da FAO, ainda não tinham sido salientadas, Campbell (1991) apresenta a seguinte definição:

(...) access by all people at all times to enough food for an active, healthy life, and at a minimum includes the following: 1) the ready availability of nutritionally adequate and safe foods and 2) the assured ability to acquire personally acceptable foods in a socially acceptable way. Food insecurity exists whenever the availability of nutritionally adequate, safe foods or the ability to acquire personally acceptable foods in socially acceptable ways is limited or uncertain (p.408-409).

O autor defende, assim, que a segurança alimentar só será possível se todas as pessoas, agora e no futuro, tiverem acesso a uma alimentação nutricionalmente equilibrada. Tal requisito vem chamar a atenção para a sustentabilidade do sistema alimentar, um desafio cada vez mais presente. Também alerta para o facto de só ser possível existir segurança alimentar se todos os indivíduos tiverem acesso aos alimentos sob formas ‘socialmente aceitáveis’. Ou seja, através da compra em estabelecimentos comerciais, restaurantes ou programas de assistência alimentar. Por fim, é dado relevo às especificidades culturais de cada sociedade, e/ou gosto individuais, salientando a dimensão da liberdade de escolha. Fala-se, por exemplo, de situações em que a crença a determinada religião poderá excluir alimentos específicos da dieta (Campbell, 1991).

### *1.1.1 Dimensões da Segurança Alimentar*

Como já foi referido e observado na evolução histórica do conceito de segurança alimentar, este congrega diferentes dimensões. Em “The State of Food Insecurity in the World” (2013:18-20) a FAO distingue quatro dimensões da segurança alimentar. Em primeiro lugar, a já amplamente discutida *disponibilidade de alimentos*. Apesar das melhorias verificadas nas últimas duas décadas ao nível da disponibilidade e qualidade alimentar nos países em desenvolvimento, esta dimensão continua a ter lugar de destaque na discussão mundial sobre segurança alimentar. De facto este progresso não é igual em todas as regiões, salientando-se o continente Africano e o sul da Ásia, como as regiões onde se verificam ainda fortes carências

alimentares. A resposta a esta situação estará dependente da atividade agrícola, pesca, aquicultura, mas também de produtos florestais.

A segunda dimensão prende-se com o mencionado *acesso à alimentação*. Neste relatório são distinguidas duas condicionantes desse acesso: por um lado, o ‘acesso físico’, ou seja, a existência de infraestruturas de comunicação como portos ou estradas que viabilizam o transporte de alimentos; por outro, o ‘acesso económico’, relacionado com o poder de compra da população. Destaco ainda, como referido na secção anterior, que o acesso à alimentação pode também ser condicionado por situações de exclusão social.

A terceira dimensão destacada pela FAO diz respeito à *utilização dos alimentos*. Uma adequada absorção dos nutrientes pelo organismo só é possível se, para além de uma dieta equilibrada, existam condições de higiene e de saneamento básico. A existência de serviços de saúde adequados é fundamental para prevenir a contaminação dos alimentos e a ausência de uma utilização adequada dos alimentos pode refletir-se em situações de subnutrição e em doenças como é o caso do nanismo.

Por fim, salienta-se a importância da *estabilidade*, ou seja, a exposição aos riscos associados a alterações climáticas que poderão afetar a segurança alimentar. Nos últimos anos têm-se assistido a um aumento de fenómenos climáticos como secas, inundações, furacões, entre outros, que provocam quebras de produção e, conseqüentemente, o aumento do preço dos alimentos. Considerando que estes fenómenos serão mais frequentes no futuro, a FAO sublinha a necessidade de uma melhor gestão dos recursos naturais.

Com esta breve exposição do conceito de segurança alimentar, fica claro que este ainda se encontra em processo de construção. A sua permeabilidade a um mundo em mudança é evidente e, como mais à frente explicitaremos, este conceito tenderá a integrar novas dimensões no futuro que vão ao encontro dos desafios que se colocam para o século XXI. Em complemento, a segurança alimentar aparece como uma questão cada vez mais central nas estratégias de desenvolvimento, não só dos países mais pobres, mas também daqueles ditos desenvolvidos.

## **I.2 Segurança Alimentar e Desenvolvimento**

Alimentação e Desenvolvimento são duas questões intimamente relacionadas na medida em que:

Todos comemos e estamos, portanto dependentes do acesso a alimentos saudáveis e nutritivos. O acesso aos alimentos e a qualidade da alimentação são, por isso questões-chave do desenvolvimento humano (...). O acesso aos alimentos e a qualidade da alimentação (ou a sua falta) têm também profundas implicações ao nível da saúde pública, do bem-estar das pessoas e do capital humano, afetando a própria capacidade de uma sociedade para se desenvolver (Santos *et al.*, 2013: 7).

Isto é, se uma dada população está num estado profundo de fome e subnutrição, não poderá desenvolver na sua plenitude os papéis sociais, o que terá consequências no desenvolvimento do seu país, nomeadamente contribuindo para a reprodução do ciclo de pobreza (Correia e Cabral, 2013). Esta ligação entre segurança alimentar e desenvolvimento também é estabelecida por Godfray (2013:21):

O problema da fome prende-se com a falta de acesso físico das pessoas aos alimentos. (...) Mas, na esmagadora maioria dos casos, o problema é que as pessoas são demasiado pobres para adquirirem alimentos ou para possuírem os meios que lhes permitam produzi-los. Num menor número de casos, a fome pode estar relacionada com o acesso social aos alimentos. Portanto, o fenómeno da fome é intimamente ligado às questões do desenvolvimento.

Antes de aprofundar as ligações entre segurança alimentar e desenvolvimento far-se-á uma breve apresentação deste último conceito.

### *I.2.1 O Conceito de Desenvolvimento*

As ideias associadas ao conceito de desenvolvimento têm sido aprofundadas por diferentes áreas disciplinares. Segundo Roque Amaro (2003), a conceção de ‘desenvolvimento’ encerra em si mesma distintas mudanças sociais que se podem agrupar em oito ‘revoluções’ divisíveis em dois grupos: por um lado, aquelas que privilegiam as condições materiais da vida, trazendo sobretudo alterações aos modos de produção, nomeadamente no domínio agrícola, comercial, transportes e comunicações, tecnologia, e culminando na Revolução Industrial; por outro lado, aquelas que incidem nas condições imateriais, que se manifestam numa expressa alteração dos valores dominantes da sociedade, nos campos da Cultura e Filosofia, Religião, Ciência, Política, e que por sua vez convergiram na Revolução Francesa (Amaro, 2003).

Nos anos 50-60, pós 2ª Guerra Mundial, o conceito foi amplamente marcado pelos acontecimentos da época, destacando-se os seguintes: a reconstrução europeia, através do Plano Marshall, com vista ao rápido retorno do ‘caminho’ para o desenvolvimento, ou, neste

caso, crescimento económico; início dos processos de independências das ex-colónias europeias, de onde se seguiu a pretensão de um crescimento económico semelhante ao dos seus colonizadores; Guerra Fria com a divisão do mundo em dois blocos, capitalismo/socialismo ou bloco americano/bloco soviético e o intervencionismo keynesiano, assente na regulação da economia pelo Estado, nos países de orientação capitalista. Nesta época a definição de desenvolvimento está intimamente relacionada às noções de ‘crescimento económico’, ‘modernização’ e ‘sequencias virtuosas de industrialização’, respetivamente inspiradas em Keynes, Arthur Lewis e W.W. Rostow (Amaro, 2001). O conceito estava então adjacente aos ‘mitos’ do *economicismo*, *produtivismo*, *consumismo*, *quantitativismo*, *industrialismo*, *tecnologismo*, *urbanicismo*, *antropocentrismo*, *etnocentrismo* e *uniformismo* (Amaro, 2003). Marcado pelas influências deste período, ainda hoje podemos assistir a uma associação entre desenvolvimento e crescimento económico, nomeadamente na medição de desenvolvimento por relação a indicadores de carácter económico, como é o caso do PIB *per capita*.

Nesta primeira fase da conceção de ‘desenvolvimento’, numa lógica de crescimento económico, correspondente aos ‘30 anos gloriosos’, verificou-se de facto uma melhoria substancial na qualidade de vida material das sociedades à época consideradas como ‘desenvolvidas’. No entanto, por outro lado, tornaram-se evidentes as consequências negativas deste modelo, de onde se podem salientar: a persistência dos problemas de pobreza, fome e epidemias nos países menos desenvolvidos; mal-estar social geral; o nascimento de uma consciência ambiental face aos problemas decorrentes do processo de crescimento económico e, por fim, a crise económica dos anos 30, de onde nascem novos problemas sociais, inclusivamente nos países com maior produto interno bruto (PIB) (Amaro, 2003). Tais preocupações provocaram uma reação ao modelo vigente, procurando-se novas conceções e estratégias, para um modelo de desenvolvimento mais adequado às necessidades atuais.

Neste cenário, face a novos desafios, surgem novas terminologias associadas ao ‘desenvolvimento’, que podem ser distinguidas e subdivididas por fileiras. Na fileira ambiental encontramos o conceito de *desenvolvimento sustentável*; *Desenvolvimento local* e *desenvolvimento participativo* na fileira das pessoas; *Desenvolvimento humano* e *desenvolvimento social*, na fileira dos direitos humanos fundamentais. E por fim, *desenvolvimento integrado*, que é referido transversalmente em todos os outros (Amaro,

2003). De forma breve interessa ainda referir as componentes que caracterizam e dão forma a cada um destes novos conceitos<sup>1</sup>:

- a) *Multidimensionalidade*, ou seja, a abertura disciplinar do conceito, sendo que este engloba diferentes perspetivas vindas de vários campos disciplinares.
- b) *Mudança de Enfoque* da satisfação das necessidades para a capacitação das pessoas. Numa lógica de *empowerment*, as pessoas são convidadas a desenvolver a capacidade de satisfação das necessidades por si próprias.
- c) Crescente importância das noções de *participação* e *cidadania* nomeadamente no que refere às próprias estratégias de desenvolvimento, onde se dá protagonismo à população.
- d) Uma nova relação com o *meio ambiente* que está presente em todos os conceitos de desenvolvimento.
- e) Visão *multiterritorial* tendo em conta o contexto global de onde surge um ‘puzzle territorial’ nacional, supranacional, transnacional e infranacional.

Por fim, procurando uma definição sintética do atual conceito de desenvolvimento, poderá dizer-se o seguinte:

Processo de mudança e transformação das estruturas da sociedade que reduz a insatisfação de necessidades fundamentais da população e que aumenta a mobilização e a realização das suas capacidades (ou, se quiser, que reduz as capacidades desaproveitadas), sem pôr em causa nenhuma geração (qualquer que ela seja) à custa de outra (Amaro, 2001: 193).

### *1.2.2 Desenvolvimento em Meio Rural*

Nesta investigação em concreto, e tendo em conta a estreita relação entre produção e distribuição agroalimentar com o meio rural, parece-nos relevante a explicitação do conceito de ‘desenvolvimento rural’. A apresentação deste conceito será importante para o aprofundamento dos benefícios dos CCA, abordado mais adiante.

A delimitação do que é ‘rural’ não é pacífica. Muitas vezes o rural é pensado como tudo aquilo que não é urbano, associando-se a atividade agrícola e a paisagem natural como as suas principais características. No entanto, é necessário considerar a diversidade de territórios

---

<sup>1</sup> A síntese das componentes dos novos conceitos de desenvolvimento é resultante da exposição e discussão das seguintes Unidades Curriculares: *Teorias e Práticas do Desenvolvimento* e *Seminário de Teorias e práticas do Desenvolvimento*, lecionadas pelo professor Rogério Roque Amaro no ano lectivo de 2012/2013.

rurais que podemos encontrar adequando as definições aos contextos em análise. O desenvolvimento rural pode ser definido genericamente da seguinte forma:

Melhoria das condições de vida das pessoas residentes nas áreas e regiões rurais, através de processos sociais que respeitem e articulem os seguintes princípios: eficiência económica, equidade social e territorial, qualidade patrimonial e ambiental, sustentabilidade (conservação; condições de competitividade dinâmica/duradoura), participação democrática e responsabilidade cívica (Cordovil, 1997:6).

Pode-se ainda acrescentar que o desenvolvimento rural se concretiza na redução das desigualdades territoriais existentes num território nacional (Carneiro, 2005).

Segundo Francisco Cordovil (1997) para que haja um processo de desenvolvimento rural são necessárias estratégias abertas e seletivas de relação com o exterior, no sentido de apostar na diferenciação e qualidade face à concorrência internacional. No mesmo sentido, deve-se promover a interdependência entre o urbano e rural ao invés da sua dicotomia. Aqui, chama-se também a atenção para a necessidade de envolvimento do Estado no sentido de uma intervenção proactiva e reguladora, nomeadamente no incentivo à atividade privada, mas também, na definição de estratégias de desenvolvimento e ordenamento do território adequadas ao contexto regional e nacional.

Neste momento, tendo em conta a aparente ‘crise’ do espaço rural, as soluções de revitalização passam largamente pelo aproveitamento das potencialidades destes espaços. A este respeito salienta-se que apesar do território rural ter perdido importância produtiva e consequentemente económica, a sua função de ‘reserva de espaço físico’, no sentido de uma reserva ecológica, patrimonial e cultural, tem vindo a ser valorizada. Isto é bem visível, nomeadamente pelo investimento em diversas formas de turismo em espaço rural, assim como também, na proliferação de segundas residências nestes espaços. No entanto é importante salientar, que mesmo em projetos relacionados com o empreendimento turístico é fundamental que haja o envolvimento da população, potenciando um maior benefício (Capucha, 1996).

Num contexto de crescimento das preocupações sociais e ambientais, presentes nas sociedades modernas, as políticas de desenvolvimento rural devem integrar ações como a “preservação dos recursos naturais, a salvaguarda do ambiente e do equilíbrio biológico, a recuperação e conservação de património histórico e cultural, a utilização de produtos tradicionais de qualidade” (Cordovil e Rosa, 1997: 16).

É neste âmbito que se destaca o Complexo Agro Florestal (CAF), composto pela agricultura, silvicultura e indústrias agroalimentares e florestais, com extrema importância para o tecido rural nacional. Entre os seus benefícios salienta-se a produção de alimentos, a criação de emprego, a criação de valor acrescentado, a proteção e gestão dos recursos naturais e, na generalidade, a melhoria das condições de vida da população rural. No entanto, o CAF tem vindo a perder expressão no valor do PIB, passando dos 7,5% em 2000, para 5,8% em 2012 (MAMAOT, 2013). Sendo a diversificação da economia local das zonas rurais fundamental para a atração e fixação de população, tal poderá passar pelos seguintes aspetos:

Inovação em meio rural, ofertas alternativas ou novos produtos (consumidores), parcerias para o desenvolvimento de circuitos curtos agroalimentares sendo estas oportunidades facilitadas pelas novas tecnologias de informação, inclui também a nova cultura e valores alimentares como o consumo ético, as preocupações ambientais, a solidariedade para com os agricultores, e produtos locais de alta qualidade, saudáveis, naturais, [...]. (MAMAOT, 2013:95).

Contudo, o incentivo à inovação em meio rural depara-se frequentemente com uma série de constrangimentos: os produtores tendem a pertencer a escalões etários mais elevados, com baixas qualificações com dificuldade de aceder a informação e sem apoio na parte burocrática. Paralelamente, o acesso a financiamento e/ou crédito afigura-se como uma dificuldade acrescida.

Apesar disso, as potencialidades destes territórios podem contribuir para um desenvolvimento endógeno dos mesmos, não só favorecendo um crescimento económico, mas um desenvolvimento social e ambiental sustentáveis. Assim, a aposta no desenvolvimento em meio rural traz oportunidades acrescidas para o desenvolvimento nacional e maior capacidade para lidar com os problemas económicos e de sustentabilidade.

### *1.2.3 Segurança Alimentar e Desenvolvimento*

Dados apresentados em 2012 pela FAO indicam que o número total de subnutridos perfaz 870 milhões, i.e., cerca de 12% da população mundial. Desses, cerca de 850 milhões vivem nos países em desenvolvimento, sendo o Sul da Ásia e a África Subsaariana as regiões mais afetadas (FAO, 2012, *in* Correia e Cabral, 2013). Para Correia e Cabral (2013:92): “A pobreza é sem dúvida, um dos principais determinantes do acesso ou não a comida, pelo que a melhoria das taxas de segurança alimentar passará, antes de mais, pela redução da pobreza”. De facto, se tivermos em conta a dimensão económica do desenvolvimento, poderá estabelecer-se rapidamente uma relação linear entre crescimento económico e acesso à alimentação.

A redução da taxa de pobreza aparece associada a uma melhoria no acesso à alimentação. No entanto, sabemos que não é possível combater eficazmente a fome sem que haja um efetivo processo de desenvolvimento, fomentado nas capacidades individuais e coletivas da população, e que portanto, leve ao aumento da qualidade de vida da mesma (Miribel, 2013). Para tal, não bastará que haja um crescimento económico.

O crescimento não contribui por si só para a melhoria da alimentação para todos. Para que isso se verifique é também necessário que as políticas e os programas de crescimento promovam a diversificação da alimentação, o acesso a água potável, ao saneamento público e aos serviços de saúde e à educação dos consumidores em termos de nutrição e de cuidados infantis (Miribel, 2013:96-97).

Por outro lado, a ajuda alimentar externa também não será solução para estes países. Esta é uma resposta limitada que não contribui para a resolução do problema a longo prazo. Na atualidade são várias as críticas aos modelos de desenvolvimento aplicados das décadas de 1950 e 1970 aos países em desenvolvimento:

Durante demasiado tempo, governos dos países desenvolvidos enviaram os seus excedentes de cereais para os países subdesenvolvidos, sem ter em conta as especificidades dos contextos locais. Os efeitos perversos da ajuda alimentar são desde então conhecidos; entre eles, estão a potencial desestruturação das capacidades locais de produção e o estabelecimento de relações de dependência alimentar (Miribel, 2013:99-100).

O sector agrícola local foi negligenciado, sendo que no futuro este deverá desempenhar um papel central no processo de desenvolvimento destes países (Correia e Cabral, 2013). Aqui, a solução do problema da segurança alimentar passará necessariamente pela aposta no desenvolvimento desses mesmos países. Ou seja, é necessário assegurar direitos como as condições de higiene e saneamento básico para a generalidade da população, educação para todas as crianças, cuidados de saúde primários e reprodutivos, incentivar a criação de empregos e a formação profissional, nomeadamente no âmbito da agricultura, melhorar as infraestruturas e acessos locais, etc. (Andersen e Lorch, 1998). Deverá existir um efetivo processo de desenvolvimento.

Por sua vez, nos países ditos desenvolvidos, as últimas décadas do século XX foram marcadas por uma alteração dos padrões de vida, onde se incluem os hábitos de consumo alimentar, dando-se preferência a produtos manufacturados ao invés dos naturais. A dependência de elementos químicos, quer para o aumento da produção agrícola, quer para a transformação industrial tem consequências drásticas para a saúde dos indivíduos. O atual padrão alimentar contém uma grande quantidade de gordura animal, sal, açúcar, hidratos de carbono complexos etc., sendo possível observar-se “inúmeras doenças relacionadas diretamente a este regime

alimentar como diferentes tipos de cancro, as alergias, as doenças do aparelho circulatório e a obesidade” (Maluf *et al.*, 2001:38). Também neste caso o capital económico poderá ser uma condicionante da segurança alimentar. Tendo por referência, por exemplo, a comida *fast food* disponível em qualquer ponto do planeta, sugere-se que são os grupos mais vulneráveis da população os principais alvos do *marketing* e consequentemente os mais atingidos pela massificação alimentar (Maluf *et al.*, 2001).

Se “a obesidade é também uma forma de subnutrição que aumenta os riscos de problemas de saúde e limita as capacidades de desenvolvimento” (Miribel, 2013:99), constata-se que:

Um marcador das diferenças sociais nos países desenvolvidos é a distribuição da prevalência de obesidade nestes países. Em todos os países onde foi estudada a relação entre obesidade e a classe social, a maior prevalência está entre os grupos de menor rendimento económico. (...) Quando se observa a distribuição de acordo com o grau de instrução, verifica-se que o escalão mais alto tem cerca de quatro vezes menos prevalência de obesidade do que o escalão mais baixo (Carmo, 2013:51).

No mesmo sentido, Santos *et al.* (2013:7-8) consideram que “a desigualdade social afeta fortemente o acesso de muitos a uma alimentação de qualidade, quer nos países em desenvolvimento, quer nos países ditos desenvolvidos”. Assim, “as populações mais pobres do planeta sofrem não apenas da fome (o não acesso à alimentação) mas também das doenças ditas ‘modernas’ (...)” (Maluf *et al.* 2001: 39) relacionadas com a qualidade dos alimentos.

A má alimentação e o desenvolvimento estão intimamente relacionados, condicionando-se mutuamente. As situações de insegurança alimentar tendem a vitimizar, quer nos países em desenvolvimento quer nos países mais desenvolvidos, as camadas mais vulneráveis da população. Por estas razões, não é possível combater eficazmente a fome e a má nutrição se não existir uma aposta na capacitação individual e coletiva de uma dada sociedade com vista ao seu desenvolvimento.

### **I.3 Desafios à Segurança Alimentar no Séc. XXI**

Segundo Campbell (1991:411), “[T]he identification of risk factors for food insecurity depends on the researcher's conceptualization of the social context of food insecurity”. Ou seja, cada investigador, tendo em conta o seu objeto de estudo e o contexto em que este está inserido, pode identificar e analisar distintos fatores de risco. Se nos estivermos a debruçar sobre a segurança alimentar de um indivíduo ou agregado familiar, os fatores de risco podem ser, por exemplo, o nível de rendimento económico, o tempo disponível, o acesso à informação, etc. (Campbell, 1991). Tal como já foi explorado na conceptualização de ‘segurança alimentar’, esta é composta por diferentes dimensões. A um nível global, o futuro da alimentação depara-se com problemas como o crescimento demográfico, alteração dos hábitos alimentares e escassez de recursos naturais, que vêm por em causa a disponibilidade de alimentos em quantidade suficiente.

Godfray *et al.* (2010) reconhece que o mundo está perante um triplo desafio: é preciso responder às exigências de uma população que está a crescer e cada vez com maior rendimento<sup>2</sup>; fazê-lo de uma forma sustentável em termos ambientais e sociais e garantir a redução da fome entre a população mais pobre:

“This challenge requires changes in the way food is produced, stored, processed, distributed, and accessed that are as radical as those that occurred during the 18<sup>th</sup> and 19<sup>th</sup> century Industrial and Agricultural Revolutions and the 20th-century Green Revolution” (Godfray *et al.*, 2010: 812).

#### *I.3.1 Segurança Alimentar num planeta em mudança*

A FAO (2011) destaca seis desafios, estreitamente interligados, que se colocam à segurança alimentar mundial: *crescimento da população, crescente urbanização, alteração dos hábitos de consumo alimentar, esgotamento dos recursos naturais*, aumento dos fenómenos naturais provocados pelas *alterações climáticas e globalização do sector agrícola*.

Segundo estimativas das Nações Unidas (2010), a população mundial em 2050 será superior a 9,5 mil milhões de habitantes, sendo que 8 mil milhões de indivíduos viverão em países com um nível de pobreza acentuado (Correia e Cabral, 2013). Perante tais números prevê-se que a

---

<sup>2</sup> O autor refere-se a países como a China, onde a rápida industrialização e enriquecimento da população deu origem a uma ocidentalização dos padrões alimentares, provocando o aumento exponencial do consumo de carne (FAO, 2009 *in* Godfray, 2013).

garantia de segurança alimentar terá de passar pelo aumento dos níveis de produção. Nesse sentido, estima-se que para responder às necessidades alimentares de 2050 é necessário aumentar a produção em cerca de 70% (FAO, 2011). Não se trata, no entanto, apenas do aumento da população mundial. Esta tende também a ficar potencialmente mais rica, nomeadamente nos países em desenvolvimento, refletindo-se isso numa alteração das dietas alimentares, que já se faz sentir. Ao longo dos últimos 50 anos a procura de carne e produtos lácteos aumentou exponencialmente. Isto deve-se sobretudo ao aumento do poder de compra em países como a China e a Índia, onde culturalmente não era comum o consumo destes alimentos. Além das consequências que uma dieta rica em carne vermelha poderá ter na saúde dos indivíduos, as consequências da sua produção para o meio ambiente é alarmante. Assim, além de ser necessário alimentar um número cada vez maior de pessoas, é também necessário ter consideração que as mesmas vão procurar tipos de alimentos que tradicionalmente não consumiam (Godfray, 2013). Para a resposta a tais desafios é fundamental a adoção de modos de produção mais eficientes e sustentáveis (FAO, 2011).

Por outro lado, paralelamente ao aumento da procura, as consequências das alterações climáticas quer para os ciclos de produção, quer no seu reflexo no esgotamento dos recursos naturais prejudicarão fortemente a produção de alimentos do futuro (Godfray, 2013). Estas são já evidentes e tendem a aumentar, aparecendo como outro desafio à segurança alimentar. Fenómenos como o aumento do nível médio do mar, as alterações geográficas da fauna e flora, ou desastres naturais vão alterar a maioria dos ecossistemas terrestres. Também se prevê um agravamento da dependência alimentar nos países em desenvolvimento, na medida em que estes têm uma menor capacidade de adaptação às mudanças exigidas (FAO, 2011).

Neste mesmo sentido, um outro repto se coloca: a escassez dos recursos naturais. A pressão populacional, a alteração dos hábitos alimentares, a produção de biocombustíveis, os elevados níveis de poluição e a agricultura intensiva estão a fazer com que a área fértil seja cada vez menor. O mesmo acontece com o recurso à água. Este é fundamental quer na redução da pobreza quer no combate à insegurança alimentar, não só por ser indispensável à atividade agrícola, mas também, para que sejam reunidas condições de higiene indispensáveis a uma vida saudável (FAO, 2011). É ainda previsível uma degradação dos ecossistemas de floresta e montanha como ameaça à segurança alimentar. Segundo a FAO (2011) a má gestão das florestas, o abatimento de árvores, os incêndios florestais, desastres naturais, pragas etc. vêm

destruir a biodiversidades destes locais, indispensável na conservação dos solos, e atenuação das alterações climáticas.

A globalização do sector agrícola afigura-se como outro desafio, pois traz consequências para as dinâmicas do comércio livre de produtos alimentares, disponibilidade do recurso terra e preço dos alimentos, de onde os pequenos produtores saem lesados (FAO, 2011). Cumulativamente a todos os problemas que se colocam quanto à incapacidade de alimentar toda a população, sabe-se que sensivelmente 30 a 40% da comida produzida, quer em países em desenvolvimento, quer em países mais desenvolvidos é desperdiçada. (Godfray *et al.*, 2010; 2013).

Neste contexto é unanime que:

O futuro da alimentação humana num mundo em crescimento demográfico, com dietas em rápida mutação, com escassez crescente de recursos cruciais como a água, a energia e o solo fértil, e num contexto de alterações climáticas cada vez mais visíveis, coloca hoje desafios monumentais à ciência e à tecnologia e às políticas públicas nos mais diversos domínios e a todos nós, enquanto cidadãos e consumidores (Santos *et al.*, 2013: 8).

### *1.3.2 Especificidades dos Países ‘desenvolvidos’*

Depois de identificar os desafios globais que se colocam à segurança alimentar pretende-se agora expor alguns dos problemas que se fazem sentir sobretudo nos mais países mais ricos, ditos desenvolvidos. A fome e a desnutrição, causadas pela impossibilidade de acesso aos alimentos são sem dúvida as situações mais preocupantes de insegurança alimentar mais visíveis nos países em desenvolvimento. No entanto, os problemas da segurança alimentar também se fazem sentir nos países ditos desenvolvidos:

The character of the food system and the nature of food policy are both changing, as urbanisation, technical change and the industrialisation of the food system transform the way food is produced, marketed and consumed in developing countries. The challenges are daunting and immediate – and need to be on the agenda of policy-makers throughout the developing world (ODI, 2003:1).

Fenómenos como a urbanização, industrialização e globalização exercem significativa influência sobre o sistema alimentar global. Os alimentos são cada vez mais produzidos de forma industrial e transportados por longas distâncias pelas grandes cadeias comerciais (ODI, 2003). “Pesticidas químicos e herbicidas são hoje amplamente usados na agricultura moderna, e muitas espécies animais (como o frango ou o porco) estão repletas de hormonas e antibióticos” (Giddens, 2009: 68). Estas técnicas põem em risco a saúde dos seres humanos,

havendo inúmeras críticas e escândalos associados à sua utilização. Autores como Renato Maluf, Francisco Menezes e Susana Marques (2001) chamam a atenção para os riscos associados à crescente utilização que químicos com vista ao aumento da produtividade agrícola e também à posterior conservação dos alimentos. Salientam a importância de garantir que esses mesmos alimentos não serão prejudiciais à saúde e que, portanto, mantêm a sua qualidade nutricional.

Outra preocupação diz respeito aos hábitos alimentares como património cultural. A globalização da alimentação é evidente, não só no que toca à possibilidade de fazer-se transportar alimentos em grandes distâncias ou na produção de espécies fora daquele que será o seu habitat natural, mas também na crescente homogeneização do consumo.

No final deste século, observa-se uma rutura radical destes sistemas alimentares. A urbanização acelerada fez com que produtos do mundo inteiro se misturassem, transformando progressivamente os hábitos alimentares. Os exemplos recentes desta globalização alimentar são o hambúrguer e a coca-cola, símbolos do que é mais moderno, seguro (enquanto alimento higiénico), fácil e rápido de comer (Maluf, *et al.*, 2001: 38).

Não obstante as consequências deste fenómeno para a saúde da população, ele provoca também um desenraizamento daqueles que são os hábitos de consumo de uma comunidade, passados entre gerações e que apesar de nem sempre serem os mais corretos, foram evoluindo consoante as especificidades sociais e sobretudo ambientais de uma dada região. Estes desenvolvimentos põe em risco a sustentabilidade do sistema alimentar,

A segurança alimentar depende não apenas da existência de um sistema que garanta, presentemente, a produção, distribuição e consumo de alimentos em quantidade e qualidade adequadas, mas que também não venha a comprometer a mesma capacidade futura de produção, distribuição e consumo (Maluf *et al.*, 2001: 3).

Por outro lado, como já foi referido, as campanhas de *marketing* vêm contribuir para uma dieta alimentar rica em alimentos refinados, com gorduras e açúcares. As populações urbanas são as mais atingidas por este processo, não só pelo facto de se encontrarem a uma maior distância do produtor, mas também por muitas vezes, devido à falta de tempo, serem obrigadas a fazer um grande número de refeições fora de casa. Isto poderá também trazer doenças relacionadas com a falta de higiene, nomeadamente em países onde há uma forte tradição na venda de comida ambulantemente. Tais factos colocam neste momento desafios para a segurança alimentar em todo o mundo, com graves custos para a saúde dos indivíduos.

Salientam-se as já referidas doenças modernas associadas à má alimentação:

O *boom* da indústria agroalimentar no mundo desenvolvido (...) tem levado a um consumo calórico crescente nos países europeus e na América do Norte, cujas médias ultrapassam em muito aquilo que se calcula como as necessidades energéticas de homens e mulheres, sobretudo em países em que a maior parte do trabalho é realizado com o auxílio de máquinas e as deslocações em transportes (Carmo, 2013:49).

O ser humano tem um impulso natural para a ingestão dos alimentos mais calóricos, sendo que “a indústria agroalimentar tem desfrutado da nossa apetência inata” (Cohen e Farley, 2008b, *op cit* Carmo, 2013: 50). O excesso calórico vai acumular sob forma de tecido gordo, prejudicial à saúde, podendo dar origem a situações de mortalidade e morbidade precoce. Grande parte da população faz escolhas alimentares excessivas do ponto de vista calórico, mas que apresentam carências específicas, nomeadamente de proteínas e micronutrientes<sup>3</sup>, dando origem a situações de malnutrição, e portanto de insegurança alimentar (Carmo, 2013).

Como já vimos, no mundo ocidental comemos mal, em demasia e desperdiçamos muita comida. Baptista *et al.* (2012) defendem que o desperdício é um fenómeno inerente a uma sociedade de consumo. “Parfitt *et al.* identificam três forças interligadas, que propulsionam o desperdício alimentar: a urbanização e a contração do sector agrícola; a transição de dietas nos países emergentes, e o aumento da globalização do comércio” (Baptista *et al.*, 2012: 15). Estes autores defendem que pelo facto das cadeias de distribuição serem mais longas, existe uma maior oportunidade para o desperdício. Paralelamente, e pela correlação entre riqueza e desperdício, estima-se que países como a Índia e a China em que se começam a fazer sentir as alterações dos padrões consumo, aumentem também os níveis de desperdício alimentar.

Tendo em conta que se espera um aumento da população urbana, e potencialmente mais rica, nos países em desenvolvimento torna-se premente a elaboração de uma política alimentar, mais ampla que inclua a produção, comercialização e consumo (ODI, 2003).

Após apresentar os desafios para a segurança alimentar no séc. XXI parece evidente que os atuais modelos de produção e consumo num mundo desenvolvido estão a pôr em causa a segurança alimentar do futuro. Neste contexto, é necessário e urgente intervir de forma integrada e participada com vista à sustentabilidade do sistema alimentar para o futuro.

---

<sup>3</sup> Micronutrientes onde se destacam “o ferro, o cálcio, o zinco, o iodo, a vitamina B12 e o ácido fólico” (Carmo, 2013:55)

### ***1.3.3 Que Soluções?***

O sector agrícola tem o grande desafio de no futuro aumentar a produção e ao mesmo tempo reduzir o impacto ambiental. Face à necessidade de aumentar a produção a FAO (2011) recomenda que, em vez da aposta em práticas agrícolas insustentáveis que se refletem mais tarde no esgotamento dos recursos naturais, exista um investimento estratégico em tecnologia e conhecimento. Para tal, são fundamentais mais incentivos e estímulos por parte dos governos, assim como também do investimento na articulação e coerência das políticas em diferentes domínios, como o dos direitos humanos e o da propriedade, utilização e aplicação.

Um uso sustentável dos recursos naturais deve incluir todas as partes interessadas: indivíduos, famílias, agricultores e comunidades locais, sector privado, sociedade civil, governos nacionais e comunidade internacional (Andersen e Lorch, 1998). Neste seguimento, parece necessária uma abordagem multidisciplinar, capaz de garantir a qualidade do sistema alimentar quer em espaços urbanos, quer em espaços rurais, incentivando-se os circuitos curtos de distribuição agroalimentar, capazes de estabelecer relações mais próxima entre urbano e rural. Esta medida é também relevante para a redução dos gases de efeito de estufa emitidos para a atmosfera durante o transporte dos alimentos. Sugere-se ainda uma gestão sustentável da terra assente num modelo de governança onde se privilegiem as abordagens sociais e participativas, onde a população local tem um papel de destaque.

A FAO (2011) salienta que para o futuro da agricultura é necessária uma maior eficiência, um menor desperdício alimentar e o aumento do uso de fontes de energia renováveis; para garantir uma produção sustentável podem ser adotadas medidas tais como o planeamento racional e participativo, a utilização de energias renováveis, o uso de resíduos agrícolas e florestais e a adoção de sistemas agrícolas que beneficiem o pequeno agricultor. Assim, desde logo será fundamental um maior investimento dos Estados no sector agrícola.

Para Godfray (2013) o aumento da produção agrícola, e consequentemente da oferta, não pode ser solução única para a resolução do problema. É fundamental alterar comportamentos no lado da procura. Ou seja, é necessário refletir sobre os hábitos alimentares atuais e proceder a alterações nos mesmos. O autor ressalva a importância de se melhorar a gestão e eficiência do sistema alimentar com vista à redução dos níveis de desperdício, considerando ser necessário e urgente:

Um debate informado - o discurso da sociedade civil tem de alcançar um determinado nível, de modo a legitimar os políticos a agirem, a tomarem as decisões que, de momento, são ainda demasiado difíceis: legislar, taxar determinados tipos de alimentos, ou mesmo exigir ao setor privado que restrinja aquilo que põe à venda nos supermercados (Godfray, 2013: 28-29).

Na mesma linha, Santos *et al.* (2013) apresentam uma visão interdisciplinar dos problemas que ameaçam a segurança alimentar no futuro, destacando oito ideias-chave para a sua resolução (2013: 9-13):

- i. *Face à complexidade dos desafios, as soluções devem “garantir simultaneamente a saúde e o bem-estar das pessoas, a sustentabilidade ambiental e a equidade no acesso à alimentação, devendo também potenciar o desenvolvimento económico através da criação de valor acrescentado e de emprego” (Santos et al., 2013:9). Para isso é necessário uma abordagem integradora que acolha diferentes conhecimentos disciplinares, para a construção de políticas públicas, e onde se inclua a participação de diferentes partes interessadas, tais como os consumidores, as organizações não-governamentais para o desenvolvimento (ONGD’s), as indústrias e os agricultores;*
- ii. *O regresso às práticas alimentares do passado não pode ser a solução para a alimentação do futuro. As consequências negativas da globalização e alteração dos modos de vida para o sistema alimentar devem ser encarados, como “(...) novos problemas e requerem novas soluções. As soluções para o futuro têm de ser reinventadas, no contexto global, regional e local, com realismo e com o apoio da moderna ciência e tecnologia” (Santos et al., 2013:10). No entanto, o recurso a hábitos e conhecimentos do passado podem fazer parte das soluções do futuro. Ações como a promoção de padrões alimentares locais, assim como formas produtivas adaptadas às especificidades do território, contrariando aquelas que são as práticas intensivas da agricultura moderna podem ser exemplo disso. Isto é, deve existir um estreito diálogo entre conhecimento científico e saberes locais, já que estes últimos podem ser reinterpretados e potenciados nas soluções do futuro;*
- iii. *Face ao desafio de aumentar a produção em concomitância com a redução da pegada ecológica, não se deve deixar de parte nenhuma hipótese. É necessário explorar as potencialidades de todas as vias de atuação, desde as novas biotecnologias que atuam sobre os genes, até à agroecologia ou agricultura biológica, ao invés de as excluir mutuamente. Deve-se adotar-se políticas públicas específicas que abranjam diferentes campos, reduzir o desperdício alimentar e repensar os padrões de consumo;*
- iv. *É necessária e urgente uma maior e melhor intervenção pública. Ao nível da sustentabilidade ambiental da produção agrícola deve existir uma aposta em*

- inovação tecnológica e incentivos à produção de bens-públicos. Isto poderá materializar-se, por exemplo, através por um maior incentivo à investigação científica, mas também no acréscimo de apoios aos agricultores que optam por modelos de produção sustentáveis;*
- v. *“São muito diferentes as necessidades de energia, água e terra para a produção, transporte, consumo e armazenamento de diferentes tipos de alimentos, bem como os resíduos produzidos” (Santos et al., 2013: 11). Nesse sentido, as escolhas alimentares tal como já foi referido, são de extrema importância no quadro das alterações climáticas. Estas podem influenciar ainda a capacidade dos indivíduos para ter uma vida ativa. Salienta-se a importância de se modificar comportamentos e decisões de consumo;*
- vi. *A sexta ideia é que apesar da informação aos consumidores com vista à escolha esclarecida ser importante, esta não é suficiente por si só. A alteração das escolhas alimentares “implica uma abordagem integrada com múltiplas ações ao nível da escola, da educação, da intervenção sobre a publicidade, da intervenção dos profissionais de saúde, da rotulagem, das compras públicas (...)” (Santos et al., 2013: 15). A concretização desta abordagem implica também, tal como já verifica em algumas instituições “a (in)disponibilidade de determinados alimentos nas escolas e cantinas, com vista a melhorar o nível nutricional da população e produzir padrões alimentares mais sustentáveis” (Santos et al., 2013: 15);*
- vii. *As questões da alimentação devem ser encaradas tendo em conta as desigualdades sociais. Por exemplo, a recomendação ‘comer menos carne’ não deve ser direcionada a todos os estratos da população, na medida em que sabemos da existência indivíduos com um défice de ingestão proteica. Isto aplica-se quer aos países em desenvolvimento, quer aos países desenvolvidos;*
- viii. *Por fim, os autores destacam a relação entre segurança alimentar e economia. Não são apenas os sistemas alimentares que são influenciados pela economia de um país, o inverso também acontece. Uma situação de insegurança alimentar reflete-se na saúde da população agravando-se o ciclo de pobreza. Nesse sentido, a estratégia de promoção da segurança alimentar deve incluir uma forte proteção social, com políticas ativas de combate à pobreza. Além disso, a produção alimentar contribui para a criação de emprego local, não só no sector agrícola e agroindustrial, mas também na restauração, turismo, etc. O incentivo à produção poderia,*

*nomeadamente, promover o desenvolvimento local e regional, melhorando as condições de vida de uma dada população.*

Em síntese, perante os problemas que se colocam:

É necessário produzir mais com menos recursos naturais (...). É necessário reduzir os atuais níveis de desperdício alimentar. É necessário mudar comportamentos e escolhas alimentares. É necessário proporcionar a todos o acesso a uma alimentação nutritiva e saudável (Santos *et al.*, 2013: 8).

Com efeito, a inovação e tecnologia parecem desempenhar um papel fundamental, assim como também a aplicação de políticas adequadas ao contexto de cada país. Segundo Correia e Cabral (2013:93), deverá apostar-se mais na agricultura, procurando aumentar a produtividade dos pequenos agricultores e “promover, ao nível local e nacional, abordagens integradas agricultura-nutrição-saúde”. Neste âmbito, acrescenta-se ainda a importância de um diálogo informado e participado, entre os diferentes atores, bem como de uma visão multidimensional e integrada que abranja as distintas dimensões da segurança alimentar e que vise uma conjugação de estratégias e modelos de intervenção.



## **II. Circuitos Curtos Agroalimentares (CCA): que potencialidades?**

### **II.1 Circuitos de abastecimento e as novas exigências dos consumidores**

Genericamente pensamos que da maioria “dos produtos alimentares consumidos nos países desenvolvidos, poucos provêm diretamente da agricultura” (Duarte, 2013:124). Se por um lado nunca existiu tanta disponibilidade e variedade de produtos no mercado, por outro, é cada vez maior a ‘desconfiança quanto’ à origem daquilo que comemos. Pode-se considerar esta abundância como uma ilusão de segurança alimentar. Os modos como os alimentos são produzidos, processados e transportados afeta em muito a saúde dos indivíduos e comunidades (Peters,1997).

Em prol da qualidade surgem cada vez mais iniciativas alternativas às redes agroalimentares tradicionais (Becker e Cabedo, 2012). Por outro lado, diferentes atores sociais têm vindo a manifestar-se contra a crescente padronização das escolhas alimentares. Tais reações dão-se “em consequência da crise do modelo quantitativo (consumo de massas) na qual a qualidade, tanto dos produtos quanto dos processos, passa a ser o objetivo central” (Aguilar, 2010 *op. cit.* Becker e Cabedo, 2012: 117).

No âmbito da problemática dos circuitos de distribuição e comercialização alimentar, importa distinguir ‘produtos agrícolas’ de ‘produtos alimentares’. Os ‘produtos agrícolas’ “(...) são produtos não transformados ou com uma transformação elementar; muitas vezes não embalados, e portanto, matérias-primas” (Lagrange, 1995 *op. cit.* Duarte, 2013). Enquanto os ‘produtos alimentares’ tratam-se de produtos agrícolas, ou com origem na pesca e aquacultura, que já passaram por diferentes processos de manuseamento, acondicionamento e transformação até efetivamente serem consumidos. Geralmente o produto agrícola no seu ‘estado original’ não tem as características requeridas pelo cliente (Duarte, 2013).

Após o processo de transformação, a distribuição permite que o consumidor tenha acesso aos produtos alimentares, com as características pretendidas, no tempo e local desejado. O conjunto de agentes ligados à produção, trocas e consumo envolvidos no processo denominam-se “cadeia de abastecimento alimentar”. Desde o produtor ao consumidor, nesta cadeia podem encontrar-se diferentes agentes económicos intermediários (Duarte, 2013). No caso dos hortofrutícolas, sabemos que os circuitos de comercialização “são normalmente longos e complexos, constituídos por um número elevado de agentes económicos e exigindo a

realização de uma multiplicidade de operações, de troca, de informação e de tomadas de decisão” (Carvalho e Rousseau, 2000:11).

Estas cadeias de abastecimento permitem que o consumidor sinta ‘segurança’ na disponibilidade dos produtos, na sua qualidade e variedade, refletindo-se isso na alteração dos padrões de consumo na generalidade dos países desenvolvidos. Além do aumento do rendimento médio, Duarte (2013: 127) distingue outras determinantes de consumo nos ‘países desenvolvidos’: variáveis psicológicas, ligadas às atitudes e perceções; variáveis motivacionais, ligadas às políticas de marketing das empresas; alterações sociodemográficas, como o envelhecimento da população e a taxa de emprego feminino, o crescimento da população urbana e a diversidade étnica que se refletem nos padrões alimentares de uma sociedade.

Filomena Duarte (2013:128-129) sugere ainda novas tendências de consumo que se têm vindo a manifestar nestes países e que espelham uma contracorrente face à massificação da alimentação. Falamos, por exemplo, da procura de experiências gastronómicas ‘diferenciadas’, nomeadamente através de produtos exóticos e/ou *gourmet* ou de produtos considerados como mais ‘saúdáveis’, sendo exemplo os produtos de origem biológica. Estas sociedades sedentárias, envelhecidas, maioritariamente urbanas e cada vez com maior acesso à informação, têm vindo a refletir as suas preocupações com a saúde, na procura de alimentos com menor teor calórico, enriquecidos com fibras, cálcio, entre outros, vistos como mais ‘naturais’. Estas opções ‘alternativas’ vêm contrastar com as já mencionadas tendências e padrões de consumos alimentar observadas nos países mais ricos, durante as últimas décadas.

Atualmente os consumidores parecem estar mais sensíveis aos modos de produção alimentar, com preocupações que vão no sentido da sustentabilidade ambiental, do bem-estar animal, do comércio justo, da valorização dos produtos locais, optando pelo consumo de alimentos vindos diretamente do produtor e/ou que passaram por processos de produção menos intensivos. Esta é uma perspetiva partilhada por diversos autores<sup>4</sup> (Baptista *et al.*, 2013a: 15):

surgem progressivamente consumidores e produtores que, em função de novos valores, se vão impondo para além do preço, como a saúde, o ambiente, o bem-estar animal, o desenvolvimento local, a procura por um novo estilo de vida mais saudável e enraizado no local, procuram formas alternativas de produção e consumo.

---

<sup>4</sup> Veja-se, por exemplo, Allena, FitzSimmons<sup>b</sup>, Goodman<sup>b</sup>, Warner<sup>b</sup>, (2003), e Moital, Almeida, Pinto-Correia, (2012).

Segundo Renting *et al.* (2003: 395):

On the consumption side of the agrofood chain important transitions in consumer perceptions of food and farming have occurred. These can be seen partly as the consequences of a more generally increased public concern over issues like ecology, health, and animal welfare, resulting in the emergence of a potential market for food products that are distinguished in credible ways on one or more of the contested quality aspects of food.

Face à procura por produtos ‘alternativos’ têm surgido diversas iniciativas que vêm valorizar os circuitos curtos de comercialização (Kirwan, 2004 *in* Baptista *et. al.*, 2013a). Como a procura de produtos locais pelos consumidores juntamente com a necessidade dos produtores aumentarem o valor da sua produção e comercialização, que deram origem ao desenvolvimento de redes alimentares locais e de pequenos canais de distribuição, de que são exemplo os mercados de agricultores e os sistemas de entregas ao domicílio.

“Each individual local food initiative has evolved in the context of the place in which it operates, the products it markets, and the nature and location of its consumer base” (REDR, 2012: 3).

No mesmo sentido Harvey *et al.* (2004, *in* Sonnino e Marsden, 2006) defende que as redes alimentares alternativas são o resultado das atuais preocupações ao nível da segurança alimentar, obesidade e das externalidades negativas sociais e/ou ambientais resultantes das cadeias tradicionais.

Estas são iniciativas que nos últimos anos têm vindo a surgir um pouco por toda a Europa. Um levantamento realizado em 2011 pela Rede Europeia de Desenvolvimento Rural (REDR), com o objetivo de recolher dados sobre as redes rurais nacionais da Hungria, Bélgica, Finlândia, Suécia, Dinamarca, Itália, Espanha Portugal, Estónia e França, defende que o tipo de redes alimentares locais e as cadeias curtas de distribuição nos diversos países são similares. Os dados recolhidos oferecem uma ampla ideia do crescimento e características destas iniciativas na União Europeia, sendo os agricultores os principais impulsionadores em todos os países. O estudo também confirma uma procura cada vez maior por parte do consumidor, relacionada com preocupações como a origem dos alimentos e o seu impacto ambiental e nutricional. Surgem novos interessados como potenciais intermediários, em particular restaurantes e supermercados (REDR, 2012).

## **II.2 Definir Circuitos Curtos Agroalimentares**

Face à globalização do sistema alimentar e tendo em conta os problemas sociais, ambientais e nutricionais que lhe estão associados, cada vez surgem mais movimentos que incentivam a produção local e sustentável, privilegiando-se a produção biológica e/ou outras formas menos intensivas de produção. Estes movimentos surgiram no Japão e nos Estados Unidos na segunda metade do século XX, estando agora a surgir também em outros pontos do mundo como a Europa do Sul - França, Itália, Bélgica e Portugal - e América Latina (Brasil e Argentina) (Tibério *et al.*, 2013). Segundo Ferrari (2011), o aparecimento destas iniciativas está intimamente relacionado com o facto de os consumidores estarem cada vez mais interessados em saber a origem dos alimentos e os processos a que são sujeitos, ou seja, com a construção dos novos padrões de qualidade.

### *II.2.1 O que são Circuitos Curtos Agroalimentares?*

Teoricamente o movimento de aproximação entre produtores e consumidores apresenta denominações distintas. Diferentes autores, como Kloppenburg, Hendrickson e Stenvenson (1996) (Cristóvão e Tibério, 2008) referem o termo *foodshed* salientando a uniformidade entre o ‘local’, o meio ambiente, os indivíduos e a sociedade; por sua vez, Lyson, define *civic agriculture* como:

O sistema de produção agrícola e alimentar enraizada num local, baseada em recursos locais, servindo mercados e consumidores locais e empenhada na justiça social, sustentabilidade ecológica e relações sociais de benefício mútuo” (Lyson 2000, 2004 *op. cit.* Cristóvão e Tibério, 2008: 3).

Murdoch *et al.* (2000) sugere a denominação de *alternative supply chains*; Muchnik (2009) refere *localized agri-food system* (Baptista *et al.*, 2013a). Cristóvão e Tibério (2008) consideram porém que ‘Sistema Alimentar Local’ (SAL), de Feenstra (2002) é o termo mais consensual:

Um esforço colaborativo para construir economias alimentares autossustentadas e baseadas no local, em que a produção, transformação e distribuição e consumo são integrados de forma a melhorar a economia, o ambiente e a saúde social de um lugar específico (Feenstra, 2002, *op. cit.* Cristóvão e Tibério, 2008: 3).

Numa tentativa de uniformização, o Grupo de Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local (GEVPAL)<sup>5</sup> estabelece o conceito de ‘Sistema Alimentar Local’ como:

Um conjunto de atividades interligadas, em que a produção, a transformação, a distribuição e o consumo de produtos alimentares visam promover a utilização sustentável dos recursos ambientais, económicos, sociais e nutricionais de um território. Este é definido como uma comunidade de interesses localizados, reforçando as relações entre os respetivos agentes intervenientes (GEVPAL, 2012:4).

Sobre este mesmo conceito o Comité das Regiões da UE salienta o seguinte:

É um sistema do tipo «empresa ao consumidor»; engloba produtos cultivados localmente na região de origem ou numa região que participa numa cooperativa de regiões de origem; é um sistema interligado de processos que ligam os produtores aos consumidores e à sociedade, ou seja, ao ambiente e à economia regional; consiste em vários elementos a diferentes níveis, desde a exploração ao nível inter-regional, incluindo a produção e transformação dos produtos, a comercialização e a promoção, a gestão da marca e a rotulagem, o envolvimento dos consumidores e da sociedade, a produção de bens públicos acessórios, a distribuição e o transporte, medidas de saúde e segurança dos alimentos, a gestão dos resíduos e da energia e a formação e educação (Comité das Regiões, 2011: 4-5).

O Comité das Regiões (2011) sugere também a noção de ‘produto alimentar local’. Para ser considerado como tal, este tem de ser necessariamente produzido a nível local ou regional e contribuir para a estratégia de desenvolvimento rural dessa região. Estes produtos devem ser comercializados através de uma cadeia curta de distribuição e vendidos no comércio retalhista ou mercados ao ar livre, destinados a consumidores que se interessam pelas características específicas dos produtos como a qualidade, a tradição, a motivação cultural, o valor ecológico, etc. Nesta cadeia visa-se que os produtos sejam vendidos o mais próximo possível do local de origem, distância que pode variar entre 1 e 50 km, dependendo da região. Aqui, o adjetivo ‘local’ tem como função sugerir que o alimento provém de um circuito ‘diferente’ daqueles a que estamos familiarizados, remetendo para uma relação direta entre consumidor e produtor (REDR, 2012).

Genericamente poderá dizer-se que um ‘Circuito Curto Agroalimentar’ (CCA) é:

Um modo de comercialização que se efetua ou por venda direta do produtor para o consumidor ou por venda indireta, com a condição de não haver mais de um intermediário. A ele se associa uma proximidade geográfica (concelho e concelhos limítrofes) e relacional entre produtores e consumidores (GEVPAL, 2012: 4).

---

<sup>5</sup> Grupo de Trabalho promovido pelo XIX Governo Constitucional de Portugal com o objetivo de apresentar uma proposta para a valorização da produção agrícola local. A constituição do grupo foi publicada em Diário da República no dia 09/07/2013, disponível em: <http://dre.pt/pdf2sdip/2013/07/130000000/2141521416.pdf> [consultado a 12 de junho de 2014].

Esta definição identifica aspetos distintivos deste tipo de circuitos como a rastreabilidade e sazonalidade, o papel ativo do produtor na comercialização, o recurso a matérias-primas locais, a maior informação ao consumidor sobre as qualidades específicas dos alimentos e a confiança gerada entre produtores e consumidores (GEVPAL, 2012).

A venda direta é caracterizada pelo facto de o produtor intervir na comercialização do produto, a existência de uma proximidade do produto ao 'local', o acesso do consumidor a informação que confirme a origem e qualidades específicas daquilo que está a consumir e também o estabelecimento de laços de confiança entre consumidor e produtor (MAMAOT, 2013, *in* Tibério *et al.*, 2013). Estas vendas podem ser realizadas pelo produtor em mercados locais, nas tradicionais feiras e/ou mercados ao ar livre, entregas ao domicílio ou em mecanismos coletivos de comercialização como é o caso de lojas do produtor. As redes sociais podem ser um motor privilegiado pois permitem vendas mais diretas e muitas vezes mais adequadas às necessidades do consumidor (Comité das Regiões, 2011).

O estabelecimento de sistemas alternativos é fundamentalmente caracterizado por um circuito curto através de novas relações entre produtor e consumidor. Nesse sentido, a re-socialização, re-espacialização são característica chave das novas redes de abastecimento alimentar. Fala-se em re-localizar, a alimentação ligando-a à agricultura local, natureza rural, paisagem e recursos naturais. Todas as cadeias alimentares curtas, têm em comum a criação de novas relações de associação (Renting *et al.*, 2003).

O breve aprofundamento deste quadro conceptual permite constatar que se trata de um fenómeno recente, cujas conceções continuam num processo de construção ativa. Assume-se, no entanto, que independentemente da definição adotada a operacionalização de um conceito que descreva e explique objetivamente "Círculo Curto Agroalimentar" não é simples, desde logo pela necessidade de definir o que se entende por 'local' (Cristóvão e Tibério, 2008). Segundo Ferrari (2011) na comercialização em CCA é fundamental que exista uma associação dos produtos ao 'local', conferindo-lhes assim um estatuto de qualidade, que muitas vezes não acontece quando os mesmos produtos são vendidos em canais 'tradicionais', ou seja, através das grandes cadeias. Por outro lado, é importante salientar que a definição de redes alimentares locais e de canais curtos agroalimentares não se resume à distância percorrida pelos alimentos mas também ao número de intermediários:

[T]he shorter the supply chain, the easier it is to maintain and communicate the authenticity and originality of the food in terms of its cultural identity, traditional production methods and the provenance of the ingredients (REDR, 2012: 5).

São, portanto, necessárias novas ferramentas conceptuais e metodológicas para explorar a questão das redes alternativas. Quer do ponto de vista empírico, quer do político urge definir um quadro teórico mais rigoroso em volta da alimentação alternativa., que permita a melhor operacionalidade e monitorização com vista à sua aplicação. A conceptualização não é fácil, mas se queremos entender a relocalização dos alimentos como um novo paradigma de desenvolvimento é necessário a sua explicitação (Sonninno e Marsden, 2006). Não esquecendo os diferentes termos apresentados, irei usar o termo CCA por ser aquele assumido pela Rede Rural Nacional (RRN), considerando ser aquele que melhor se adequa à realidade aqui estudada.

### *II.2.2 Tipologias de Circuitos Curtos Agroalimentares*

Como já foi referido os CCA podem adquirir diferentes formas. A Rede Rural Nacional<sup>6</sup> distingue cinco modalidades de CCA:

- i. *Mercado de Produtores*: estes são locais onde os produtores agrícolas e agroalimentares vendem diretamente os seus produtos. Estes mercados tendem a funcionar em centros urbanos com uma regularidade estabelecida, normalmente semanal ou quinzenal. Vendem-se sobretudo produtos hortícolas e frutícolas da época e/ou produtos transformados de forma artesanal e ligados à região, como por exemplo, queijos, licores e pão. Esta é uma modalidade tradicional em Portugal, nomeadamente para o escoamento de excedentes provindos de pequenas explorações. Atualmente as Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia e Grupos de Ação Local (GAL) têm apoiado estas iniciativas quer para a melhoria geral das suas condições quer para o desenvolvimento de iniciativas que visam a melhor adaptação às necessidades dos consumidores. Por vezes estes mercados surgem associados à realização de festividades ou eventos específicos com o objetivo de atrair novos públicos.
- ii. *Mercado de Produtores BIO*: locais onde os produtores que utilizam modos de produção biológica vendem diretamente os seus produtos. Estes mercados são exclusivos de produtos com certificação do modo de produção biológica (MPB). Nos últimos anos têm surgido um pouco por todo o país, e visam, além do escoamento de produtos, uma prática comercial mais sustentável, quer em termos económicos quer

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/modalidades-de-cca/exemplos-de-iniciativas> [consultado a 11 de abril de 2014].

em termos ambientais. Estas iniciativas vão ao encontro da crescente procura por produtos biológicos, muitas vezes indisponíveis - ou com preços muito superiores - na grande distribuição. As Associações de Desenvolvimento Local (ADL), as Câmaras Municipais e a Associação Portuguesa de Agricultura Biológica (AGROBIO) são muitas vezes os seus principais impulsionadores.

- iii. *Feiras de Produtos Locais*: são feiras que muitas vezes funcionam como a principal forma de escoamento de um ou mais produtos locais, como os vinhos, os enchidos, e o azeite de qualidade certificada. Estes eventos tendem a ser impulsionados pelas Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia, em conjunto com o tecido associativo da região e realizando-se num período temporal pré-definido (ex.: semanal, mensal...). Muitas vezes são uma mais-valia para a generalidade do território na medida em que atraem visitantes, impulsionam o turismo e todas as atividades que o rodeiam como a gastronomia e artesanato.
- iv. *Ponto de Venda Coletivo*: é um espaço comercial, como uma loja, onde os produtores se organizam para vender diretamente os seus produtos. Normalmente existe uma rotatividade dos produtores no ato de venda, sendo que a gestão do estabelecimento é assegurada por estes no seu conjunto. Os pontos de venda coletivos permitem o início de uma atividade agrícola, compartilhando os riscos e possibilitando uma melhor gestão do tempo dos produtores, entre a produção e comercialização.
- v. *Cabaz de Produtos Agroalimentares*: a Rede Rural Nacional define estes cabazes como a “venda direta de um conjunto diversificado de produtos agroalimentares, locais e sazonais, com entrega regular, num local previamente combinado entre o produtor e o consumidor”. Este local poderá ser o domicílio, o local de trabalho, uma loja, uma cooperativa, etc. Os produtos que compõem este cabaz são sobretudo de natureza hortícola e/ou frutícola muitas vezes produzido através de MPB ou em modo de produção integrado, com uma qualidade reconhecida pelo consumidor<sup>7</sup>. Existem diferentes modelos de cabaz quer em tamanho, quer nos produtos fornecidos. Existe também uma certa flexibilidade no ato de entrega de acordo com a preferência do consumidores: poderá ser semanal, quinzenal, mensal ou ocasional. Os GAL, as Câmaras Municipais e as Cooperativas são normalmente as entidades que procuram a

---

<sup>7</sup> Os modos de produção ‘biológica’ e ‘integrada’ são considerados como ‘modos de produção sustentável’ pois “permitem uma melhor proteção da biodiversidade, da paisagem, dos recursos naturais e a produção de bens de qualidade diferenciada, com valorização no mercado” (DGADR) disponível em: <http://www.dgadr.mamaot.pt/sustentavel> [consultado a 20 de julho de 2014].

agregação de dois ou mais produtores com vista à constituição de um cabaz e o escoamento dos seus produtos. Iniciativas deste tipo são cada vez mais frequentes em Portugal, sendo o projeto PROVE é o caso de sucesso mais conhecido.

Ferrari (2011), Marsden, Banks, e Bristow, (2000) e Renting, Marsden, e Banks (2003) distinguem três tipos de CCA assentes em critérios de qualidade ‘regionais/artesanais’ e ‘ecológicos/rurais’. Em primeiro lugar, os circuitos *face-to-face*, semelhantes ao que se designa por vendas diretas, sendo vendidos por exemplo, em feiras, circuitos turísticos ou porta-a-porta. Por sua vez, frequentemente associado ao ‘saber-fazer’ e aos produtos característicos de uma dada região, surge o segundo tipo de CCA- de *proximidade espacial*. Neste caso, os produtos são originários de uma produção em pequena escala, muitas vezes de tipo familiar. A sua comercialização é feita, por exemplo, em restaurantes, pequenas mercearias, feiras e mercados regionais. Em terceiro lugar, enumeram-se as cadeias *espacialmente estendidas*, situações em que os produtos obtêm uma certificação e indicação geográfica, sendo comercializados em redes em expansão (Ferrari, 2011).

### *II.2.3 Benefícios dos CCA para o Desenvolvimento Rural e para a Segurança Alimentar*

Segundo Marsden, Banks, Bristow (2000) e Renting, Marsden, e Banks (2003) as cadeias agroalimentares curtas “(...) são uma dimensão chave nos novos padrões de desenvolvimento rural emergentes e significativas para a construção de uma nova teoria de desenvolvimento rural” (*op. cit.* Ferrari, 2011: 64-65). No entanto, apesar de alguns estudos apontarem os CCA como potenciadores das zonas rurais e corroborarem a tese dos autores, o facto de estas iniciativas ainda se encontrarem numa fase embrionária faz com que seja precoce a afirmação da sua eficiência enquanto promotores da agricultura sustentável e do desenvolvimento rural (Marsden, 2004; Sonnino e Marsden, 2006).

Não obstante este alerta, diversos autores salientam os *benefícios sociais, económicos e ambientais* decorrentes desta forma de comercialização. A redução da distância entre produtores e consumidores, o incentivo a práticas agrícolas mais sustentáveis, o crescimento da economia local e o reforço do capital social, são algumas das vantagens enumeradas relativamente aos CCA. Percebe-se desde logo a sua relevância quer para a preservação ambiental quer para o desenvolvimento de uma dada região (Tibério *et al.*, 2013). A venda direta, ao possibilitar o escoamento de produtos originários de pequenos produtores, não

estandardizados, pode ainda trazer a redução dos níveis de desperdício alimentar, além de benefícios económicos aos produtores.

Tanto a Rede Rural Nacional<sup>8</sup> como o Comité das Regiões (2011) fazem uma distinção clara dos benefícios que os CCA podem trazer para a resolução de diferentes problemas. Em primeiro lugar, assinalam-se os *benefícios para os produtores*: a possibilidade de escoar o produto por um pagamento justo e imediato faz com que exista uma maior estabilidade económica que se pode refletir num aumento da produção e no alargamento das vendas a outros públicos. O contacto direto entre produtor e consumidor poderá ainda contribuir para um melhor ajuste entre a produção e necessidades de consumo. A nível Europeu, o Comité das Regiões (2011) considera que os Sistema Alimentares Locais poderiam contribuir no combate às falhas de aprovisionamento alimentar e reforçar o poder negocial dos produtores, com vista à obtenção de um rendimento mais justo.

Concomitantemente, os *consumidores* também saem beneficiados. Além de terem um maior leque de produtos frescos ao seu dispor, também têm a possibilidade de obter informação que garanta a sua qualidade. Isto possibilitará uma alimentação mais saudável, nomeadamente a indivíduos com menor poder económico, pois é expectável uma melhor relação qualidade/preço do que aquela que é praticada nas grandes superfícies de distribuição. Em última análise estas iniciativas contribuem para a promoção da segurança alimentar dos seus ‘adeptos’. A este respeito o Comité das Regiões ressalva que “a segurança alimentar global é apoiada pela manutenção das capacidades locais de produção alimentar nos países industrializados” (2011:3). O abastecimento e a satisfação das necessidades nas zonas urbanas em expansão estão dependentes do aumento da produção local e por vezes nas próprias zonas urbanas (Comité das Regiões, 2011).

Por outro lado, as relações estabelecidas entre produtores e consumidores poderão afigurar-se como uma mais-valia para a região. Entre os *benefícios para o território e a economia local*, destaca-se a regeneração de territórios rurais através da retenção de valor e de população, a valorização das tradições e produtos locais, que se traduz num reforço da coesão e da identidade cultural. Estas iniciativas poderão ainda impulsionar outras, criando-se redes e afinidades com vista ao desenvolvimento local (Comité das Regiões, 2011).

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/iniciativas-de-cca/beneficios-dos-cca> [consultado a 11 de abril de 2014].

Salientam-se também os *benefícios ambientais*, cada vez mais importantes perante os desafios emergentes, já referidos no capítulo anterior. Desde logo, o facto de se privilegiar a produção biológica ou a utilização de técnicas agrícolas menos intensivas possibilitam que haja uma redução dos níveis de poluição, maior proteção do solo e água, bem como um aumento da preservação da biodiversidade e das variedades locais. Posteriormente, a limitação do uso de embalagens e das externalidades negativas associadas ao transporte (quilometragem dos alimentos) faz com que haja uma redução da produção de resíduos e emissões de carbono<sup>9</sup>. Ainda em termos ambientais, os SAL podem ser associados a outros desafios como a “gestão dos resíduos biológicos, a gestão da água e a reutilização dos resíduos da produção (como o calor) e as energias renováveis” (Comité das Regiões, 2011: 4). Por fim, é passível que a familiarização com os objetivos e motivações dos CCA, se desenvolva uma maior consciência ambiental nos consumidores, promotora da adoção de novos comportamentos e atitudes. Estas vantagens relacionam-se estreitamente com a necessidade apontada pelo Comité das Regiões (2011), anteriormente referida, de alterar os hábitos de consumo individuais.

Indo ao encontro dos aspetos já referidos, e como forma de síntese, interessa ainda destacar a distinção proposta pelo GEVPAL (2012) de quatro tipologias de benefícios resultantes dos processos de comercialização curtos:

- i. *Benefícios Sociais*: na medida em que contribuem para uma maior coesão territorial em locais onde muitas vezes a ausência de oportunidades leva a fortes dinâmicas de emigração e migração, que se traduzem num persistente despovoamento destes territórios. Também a possibilidade da população consumir produtos frescos e de qualidade, promovendo uma vida saudável, vem trazer benefícios sociais para região em que se inserem.
- ii. *Benefícios Culturais*: a valorização dos sistemas de produção tradicionais faz com que haja uma maior preservação dos mesmos e, portanto, uma conservação das tradições. Ao mesmo tempo possibilita-se a diversificação da oferta, construindo-se alternativas à grande distribuição.
- iii. *Benefícios Económicos*: além da valorização da produção local, o facto de se privilegiarem técnicas agrícolas menos intensivas faz com que o capital inicial de

---

<sup>9</sup> À partida um alimento produzido localmente deve ter uma pegada de carbono menor que um produto importado com iguais características; o cálculo desta pegada pode ser efetuado através da análise do ciclo de vida do produto (Comité das Regiões, 2011).

investimentos seja menor, pois não será necessária a compra de máquinas e de tecnologia agrícola, normalmente inerente à produção de massa.

- iv. *Benefícios Ambientais:* por se praticar uma agricultura menos intensiva, existem menores níveis de poluição resultantes da atividade, facilitando também uma maior conservação dos recursos naturais, nomeadamente do recurso terra. A eventual redução das distâncias em que os alimentos são transportados, assim como da necessidade de refrigeração, possibilitará uma redução da utilização de combustíveis fósseis e da emissão de gases de efeito de estufa.

As vantagens associadas aos CCA nos processos de desenvolvimento do território podem impulsionar a definição de futuras políticas de desenvolvimento rural e local como se verá mais à frente.

Com efeito, Costabeber e Caporal (2002) consideram que a aposta em novas formas de comercialização pode integrar uma estratégia mais ampla para um desenvolvimento rural sustentável. Sugerem a promoção de circuitos curtos como uma forma de aumentar a eficiência ecológica e energética na produção e distribuição de alimentos, contribuindo para a soberania alimentar da região e, concomitantemente, para o estabelecimento de laços de confiança entre produtores e consumidores que poderão dar origem a uma reinvenção dos hábitos sociais e alimentares. Em linha com os outros autores, apontam também para a aferição de rendimentos mais justos para os produtores e a oportunidade dos consumidores terem acesso a uma dieta de melhor qualidade nutricional. Deveria segundo os autores, existir uma aposta no consumo institucional reproduzindo-se essa qualidade alimentar nas instituições locais, como escolas e hospitais.

Sem prejuízo do que foi dito, muito embora os sistemas alimentares de base local tragam diversas vantagens para o conjunto dos atores intervenientes neste processo e para a região em que se inserem, isso não significa que a mesma se feche ao exterior. Apenas se pretende dar alternativas àquele que é o sistema alimentar em voga (Peters, 1997).

#### *II.2.4 Dificuldades e condições para a Implementação de CCA*

A implementação dos processos de CCA está dependente de diversos fatores. Por um lado, a implementação dos CCA requer a consciencialização pública sobre as suas vantagens e relevância para os processos de desenvolvimento local e para a promoção da segurança alimentar. Paralelamente, no próprio contexto social onde se inserem os CCA poderão encontrar-se alguns constrangimentos como é o caso da ausência de uma prática de associativismo e parceria. A REDR (2012), depois de reunir com todas as Redes Rurais Nacionais, apontou uma série de obstáculos ao desenvolvimento do sector. Entre eles, salienta-se o envelhecimento da população e a desvitalização das explorações agrícolas nas zonas rurais. Muitos produtores mostram dificuldade em adaptar a sua produção ao tipo de comércio. Medidas que privilegiem a informação, formação e assistência financeira seriam benéficas para a promoção destas iniciativas.

A Rede Rural Nacional<sup>10</sup> defende que os produtores devem estar informados sobre toda a legislação e medidas de apoio disponíveis. Isto poderá ser uma dificuldade na medida em que muitas vezes estamos perante uma população envelhecida e em alguns casos isolada, em situação de infoexclusão. Por outro lado, o transporte e comercialização dos produtos por parte do produtor requer, além da aquisição de novas competências profissionais, um investimento em equipamentos que viabilizem essas atividades. Isso poderá levantar problemas de ordem económica, acrescentando-se dificuldades de acesso ao crédito.

Identificam-se ainda alguns constrangimentos inerentes à própria comercialização. Salienta-se a distância das explorações aos centros urbanos, onde o fluxo de consumidores é superior e a instabilidade da produção. Ou seja, o facto de se privilegiar uma agricultura mais sustentável, em pequena escala, que valoriza os ‘produtos de época’, faz com que não seja possível assegurar a regularidade da mesma, sendo suscetível à perda de clientes. Também os locais e horários em que estes produtos são comercializados, como por exemplo mercados municipais, poderão ser um entrave à satisfação das expectativas dos consumidores. A falta de informação sobre a existência destas iniciativas na proximidade e/ou sobre os conhecidos benefícios que estas trazem poderão ser uma dificuldade acrescida para a implementação dos CCA. A Rede

---

<sup>10</sup>Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/iniciativas-de-cca/papel-das-organizacoes-locais> [consultado a 11 de abril de 2014].

Rural Nacional destaca também a inexistência de uma cultura de associação e cooperação entre consumidores, como é o caso das cooperativas de consumidores.

Do lado das instituições locais e regionais, os técnicos e decisores estão frequentemente pouco informados ou sensibilizados para os benefícios dos CCA, que se traduz diretamente na ausência de estratégias territoriais capazes de incentivar estas iniciativas.

Em suma, a implementação efetiva dos processos de CCA envolve os seguintes aspetos:

(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 perceção 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 direção e estabilidade. (Baptista *et al.*, 2013:15).

## **II.3 CCA na Europa**

Como referido anteriormente, as medidas que visam os circuitos curtos de distribuição agroalimentar têm vindo a surgir um pouco por toda a Europa. De seguida ir-se-á fazer uma breve exposição daquele que tem sido o enquadramento político destas iniciativas, quer a nível europeu, quer a nível nacional.

### *II.3.1 Enquadramento político europeu*

A discussão sobre os CCA a nível europeu teve origem após a flutuação de preço dos alimentos ocorrida entre o ano de 2007 e 2009, quando se evidenciaram os constrangimentos no sistema mundial de abastecimento alimentar. Nomeadamente, práticas concorrenciais desleais e desigualdade de poder negocial que trazem prejuízo quer para os produtores quer para os consumidores. Este cenário é analisado (e objetivamente identificado) pela Comissão Europeia em 2009 na comunicação ‘Melhor funcionamento da cadeia de abastecimento alimentar na Europa’, onde é proposto um conjunto de ações com vista à regularização do mercado.

Na resolução de 7 de setembro de 2010, o Parlamento Europeu salienta que o melhor funcionamento da cadeia de abastecimento alimentar europeia está dependente de uma remuneração mais justa aos agricultores. Consequentemente, sugere-se o alargamento das

medidas da Comissão Europeia, visando o apoio às cadeias curtas de abastecimento, onde o produtor detém uma parte mais justa da comercialização (Rede Rural Nacional<sup>11</sup>).

Contudo, só em janeiro de 2011 é que o Comité das Regiões dá o seu parecer sobre os sistemas alimentares locais, referindo medidas específicas a serem adotadas pela Comissão Europeia. Neste documento, que contextualiza a alimentação e agricultura na Estratégia Europeia para 2020, ressaltam-se os desafios à segurança alimentar como o crescimento da população e da urbanização, as alterações climáticas e a degradação dos recursos naturais, que se associam a outros, de origem económica, política ou social, como o aumento do risco de rutura dos mercados financeiros, da instabilidade política e do risco de conflitos armados. Cenário que se agrava, quando se estima que apenas 20% dos alimentos na UE sejam produzidos e comercializados localmente, contra 80% a nível mundial. Ou seja, na medida em que a maioria dos alimentos consumidos na Europa é oriunda de circuitos comerciais longos.

A pouca força dos produtores europeus, que os impossibilita de aferir rendimentos adequados à sua produção é outro argumento levantado pelo Comité das Regiões. Defende-se que se deve tirar o melhor partido do modelo agrícola plural vigente, sendo para isso necessária uma maior ligação entre agricultores, consumidores, mercados locais, regionais e internacionais. Os SAL são entendidos como potenciais veículos de desenvolvimento local e regional; capazes de estabelecer uma relação de confiança entre consumidores e produtores e de garantir o mínimo de soberania alimentar.

Neste sentido, o Comité das Regiões (2011) considera que a Comissão Europeia deveria:

- i. encorajar os Estados-Membros a contemplarem a definição de metas para a criação de sistemas alimentares locais nas suas estratégias de desenvolvimento rural, a executar pelos órgãos de poder local e regional com o apoio da UE e das autoridades nacionais;
- ii. adotar definições de «produtos alimentares locais» e de «sistemas alimentares locais» e criar um novo logótipo, um símbolo comum e um programa de identidade comum para os produtos locais, a incluir no regulamento sobre a política de qualidade dos produtos agrícolas da União;
- iii. introduzir um programa de comercialização direta para os produtos locais registados, o qual seria gerido pelos Estados-Membros ao nível local e regional; examinar se o artigo 26.º da Diretiva 2004/18/CE relativa à coordenação dos processos de adjudicação dos contratos de empreitada de obras públicas, dos contratos públicos de fornecimento e dos contratos públicos de serviços pode ser alterado a fim de que a «produção local» se torne num critério de seleção padrão nos concursos públicos para o fornecimento de

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/cca-na-europa/as-instituicoes-europeias-e-os-cca> [consultado a 20 de abril de 2014].

alimentos, por exemplo, a escolas, lares de idosos e entidades públicas (Comité das Regiões, 2011: 1).

Estas recomendações do Comité para a política europeia vão portanto no sentido de uma definição comum de ‘produto alimentar local’, ‘cadeia curta’ e ‘sistema alimentar local’ com vista à facilitação do processo de registo e controlo. Recomenda-se ainda: 1) o incentivo à introdução e desenvolvimento de sistemas alimentares locais, através da sua integração nas metas para o desenvolvimento local dos Estados Membros; 2) o incentivo à criação de parcerias locais, onde se incluem os consumidores; 3) a criação de um roteiro a seguir pelos órgãos regionais de forma a facilitar a implementação da política de desenvolvimento local; 4) a aprovação e registo dos produtos pelos órgãos de poder local e regional, em colaboração com os grupos LEADER, e a posterior comunicação dos resultados à Rede Europeia de Desenvolvimento Local.

Fundamentando-se no parecer de 2011, a Comissão Europeia executou algumas ações com vista à sensibilização e exploração das potencialidades dos CCA na UE. Entre as principais iniciativas, destaca-se: a) a criação de um grupo de trabalho especializado em outubro de 2011, com vista ao aconselhamento sobre CCA, regime de rotulagem e vendas diretas, que se articula com o Advisory Group on Quality of Agricultural Production da Comissão Europeia; b) a publicação do estudo externo: ‘Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics’ em março de 2013; c) a elaboração do relatório sobre a ‘fundamentação lógica da criação de um regime de rotulagem para a produção local e as vendas diretas’ e do documento ‘on various aspects of short food supply chains’ que o acompanha e d) a organização da conferência ‘Local Agriculture and Short Food Supply Chains’, em abril de 2012.

### *II.3.2 Lugar da Segurança Alimentar na Política Agrícola Comum*

A reforma da Política Agrícola Comum (PAC) em 2003 já visava o desenvolvimento sustentável da UE, dando primazia à qualidade de produtos e serviços oferecidos pela agricultura e reforçando-se o Programa de Desenvolvimento Rural PDR. Nessa altura pretendia-se dar resposta às necessidades de consumo, cada vez mais exigentes quanto a ‘alimentos saudáveis’ e proteção ambiental (DG Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2006). Contudo, a preocupação com a ‘segurança alimentar’ – no sentido que esta assume atualmente – só aparece com maior destaque na mais recente reforma (2014-2020), sendo aí apontado como um dos principais desafios para a PAC pós-2013.

Na comunicação da Comissão Europeia (2010) ‘A PAC no horizonte 2020: Responder aos desafios do futuro em matéria de alimentação, recursos naturais e territoriais’<sup>12</sup> são identificados como principais desafios à reforma da PAC: a ‘segurança alimentar’, o ‘ambiente e alterações climáticas’ e o ‘equilíbrio territorial’. Neste âmbito, é defendida a continuidade na melhoria da competitividade e produtividade, assente em três objetivos principais: 1) ‘produção alimentar viável’, onde se dá ênfase a uma remuneração mais justa para os agricultores; 2) ‘gestão sustentável dos recursos naturais e alterações climáticas’ e 3) ‘desenvolvimento territorial equilibrado’ (Comissão Europeia, 2010).

Face a estes desafios, na proposta legislativa da Comissão Europeia para a PAC pós-2013, lançada a 12 de outubro de 2012, fica evidente a necessidade de uma reorientação da mesma. Pede-se uma maior competitividade do sector agrícola assim como uma política mais justa para os agricultores e mais ‘verde’ para o ambiente. Num contexto de mercado único, cabe à UE a garantia da igualdade entre os produtores dos Estados Membros. O pagamento aos agricultores deverá, portanto, refletir os bens públicos produzidos pelos mesmos, ou seja, as externalidades positivas retiradas da sua produção, como é o caso dos esforços no sentido da proteção ambiental. Face à atual situação, em que a agricultura intensiva prevalece, a proposta direciona-se para práticas agrícolas mais sustentáveis como a agricultura biológica e modelos de produção integrada.

Refletindo sobre o futuro da PAC pós-2013, Sendim (2012) chama a atenção para a segurança alimentar, fazendo referência à desigualdade que persiste na distribuição e consumo alimentar global, aos problemas relacionados com os estilos de vida ocidentais e aos novos desafios que se impõem:

É evidente o elevado grau de insegurança alimentar observado a nível comunitário e global. Esta manifesta-se atualmente através de duas vias principais: a escassez e o baixo valor nutritivo dos alimentos, acompanhados pelos efeitos negativos provocados na saúde pela alimentação. Fome e comida barata sem qualidade são dois polos da insegurança alimentar vigente (Sendim, 2012:18).

Para o autor, tal fenómeno é resultado do atual modelo de produção e consumo insustentáveis. A Comissão Europeia propõe uma PAC pós-2013 mais sólida que:

---

<sup>12</sup> Para preparar esta comunicação a Comissão Europeia promoveu um amplo debate público em 2010, que culminou numa conferência em julho desse ano, presenciada por cerca de 600 participantes.

reconheça as especificidades de cada território e promova o seu equilíbrio, a segurança alimentar, a equidade entre agricultores, a viabilidade económica (...) bem como a sustentabilidade ambiental e a redução dos efeitos nas alterações climáticas (Sendim, 2012:19).

A segurança alimentar assume assim um carácter prioritário no futuro próximo da Política Agrícola Comum, especialmente através do incentivo a modelos agrícolas agro-ecológicos, à inovação em espaço rural e aos mercados locais. O apoio técnico à reconversão da agricultura assume neste âmbito igual importância.

Também o ‘Regulamento (UE) nº 1310/2013’ confirma os CCA como uma estratégia a seguir na política de desenvolvimento rural pós-2013, ao estabelecer disposições sobre o futuro do apoio ao desenvolvimento rural através do Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER)<sup>13</sup>. Designadamente no artigo nº 5 “prioridades da UE em matéria de desenvolvimento rural”, cujo objetivo nº 3 estipula: “promover a organização das cadeias alimentares, nomeadamente no que diz respeito à transformação e à comercialização de produtos agrícolas, o bem-estar animal e a gestão de riscos na agricultura (...)” (União Europeia, 2013: 500). Neste âmbito é sublinhada a importância de aumentar a competitividade dos produtores locais, com vista a uma posição mais justa na cadeia de comercialização agroalimentar; a promoção dos mercados locais e dos circuitos curtos agroalimentares; bem como o incentivo às organizações de produtores.

Por sua vez, os objetivos 4 e 5 desta agenda expressam a necessidade de reduzir a emissão de gases com efeito de estufa provenientes da agricultura e de uma melhor preservação do solo e água. Estas metas corroboram os argumentos apresentados no capítulo anterior, uma vez que a utilização de métodos agrícolas de menor intensidade, utilizados na produção em pequena escala apresenta-se como potencialmente benéfica para a resolução dos problemas ambientais. Também o objetivo 6, tendo em vista a promoção da inclusão social e redução da pobreza, poderá ser parcialmente respondido pelos benefícios sociais decorrentes dos CCA anteriormente descritos.

Em termos do incentivo ao desenvolvimento local e aos CCA, destaca-se ainda o artigo nº35 ‘Cooperação’ do regulamento europeu, que visa estimular relações de cooperação que envolvam no mínimo duas entidades. Concretamente, “a cooperação horizontal e vertical entre todos os intervenientes da cadeia de abastecimento para a criação e desenvolvimento de cadeias de abastecimento curtas e os mercados locais” (União Europeia, 2013:516) e “as

---

<sup>13</sup> Regulamento emitido pelo Parlamento e Conselho Europeu a 17 de dezembro.

atividades de promoção num contexto local relacionadas com o desenvolvimento de cadeias de abastecimento curtas e de mercados locais” (União Europeia, 2013:516) são apresentados como dois dos domínios privilegiados para a cooperação.

Enquanto iniciativas promovidas pela União Europeia, salientam-se ainda os seguintes: os estudos ‘Marketing on local markets’ e ‘Petits Agriculteurs et Marchés Locaux dans le Contexte de la Politique Européenne de la Qualité’, publicados respetivamente pelo Comité das Regiões em 2010 e pelo Parlamento Europeu em 2011; e a criação do portal ‘Local agriculture and short food supply chains’ pelo Parlamento Europeu, em 2013<sup>14</sup>. A Rede Europeia para o Desenvolvimento Rural tem vindo a aprofundar a discussão sobre esta temática, nomeadamente através da criação de encontros e workshops entre as diferentes redes nacionais. A publicação da edição nº 12 da ‘UE Rural Review’ destaca-se pelo enfoque da temática ‘Local Food and Short Supply Chains’. E a REDR que, tal como a RRN, também criou um separador sobre CCA no seu portal Online<sup>15</sup>.

### *II.3.3 Contexto Português: contributos do Programa de Desenvolvimento Rural*

As zonas rurais de Portugal apresentam diversas fragilidades, sendo o despovoamento e o envelhecimento da população aquelas que assumem maior centralidade. Neste contexto, as explorações agrícolas familiares continuam a contribuir para o esbatimento das situações de pobreza, na medida em que muitas vezes assumem-se como uma atividade económica complementar à principal, ou seja: situações de pluriatividade e de plurirrendimento (MAMAOT, 2013).

Sendo o 2º pilar da PAC, o Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) (2007-2013) refletiu-se em ações importantes para o despontar de uma nova abordagem aos CCA no território nacional, visíveis em iniciativas como o ‘PROVE – Promover e vender’. O PDR (2007-2013) estruturou-se em quatro eixos: I – ‘Aumento da competitividade dos setores agrícola e florestal’; II – ‘Melhoria do Ambiente e da Paisagem Rural’; III ‘Qualidade de vida nas zonas rurais e diversificação da economia rural’ e IV – ‘Abordagem LEADER’.

---

<sup>14</sup> Disponível em: <http://epthinktank.eu/2013/10/14/local-agriculture-and-short-food-supply-chains/> [consultado a 20 de abril de 2014].

<sup>15</sup> Disponível em: [http://enrd.ec.europa.eu/themes/entrepreneurship/rural-entrepreneurship-gateway/library-on-rural-entrepreneurship/specific-themes/en/short-supply-chains\\_en.cfm](http://enrd.ec.europa.eu/themes/entrepreneurship/rural-entrepreneurship-gateway/library-on-rural-entrepreneurship/specific-themes/en/short-supply-chains_en.cfm) [consultado a 20 de abril de 2014].

O LEADER<sup>16</sup>, é destacado como uma iniciativa de sucesso dentro do PDR. Aqui, o desenvolvimento rural desempenha um lugar central, permitindo:

aos agentes locais do desenvolvimento valorizarem as suas potencialidades locais específicas através de abordagens inovadoras, fundamentalmente experimentais, no quadro de programas de desenvolvimento preparados de acordo com estratégias definidas em comum por um conjunto de agentes e parceiros, públicos e privados, para territórios rurais de dimensão local (Cordovil e Rosa, 1997:71).

O LEADER incide especificamente sobre as zonas rurais, e conta com a participação fundamental das ADL's. A abordagem LEADER, do PDR (2007-2013) tinha como objetivos:

“valorizar os territórios rurais e consolidar o seu tecido económico e social, através da cooperação (...) diversidades e heterogeneidades dos territórios em cooperação (...) [e] conjugar, através da cooperação, os saberes-fazer e os recursos humanos e financeiros oriundos de diferentes territórios rurais, permitindo atingir massa crítica necessária à viabilização dos projetos de cooperação, otimizar e racionalizar os recursos e identificar complementaridades que permitem abrir novas oportunidades de mercado e de desenvolvimento dos territórios rurais” (MAMAOT, 2012a: 349).

Neste contexto, ao abrigo da ação 3.4.1 – ‘Cooperação Interterritorial’ do LEADER, com o objetivo de “promover o desenvolvimento de projetos de cooperação entre territórios rurais, situados no espaço nacional com criação de mais-valia para os territórios cooperantes” (MAMAOT, 2012a: 350) surge a associação ao ‘PROVE – Promover e vender’. Este programa nasce em 2004 no âmbito da iniciativa comunitária EQUAL e é mais tarde ampliado no âmbito do PRODER. O mesmo, consiste na venda direta de cabazes de frutas e legumes frescos, envolvendo parceiros como os GAL (Baptista *et al.*, 2013b), tendo o objetivo de:

Incentivar a comercialização de proximidade, recorrendo à venda de cabazes previamente encomendados, fomentar o estreitamento da relação produtor local/consumidor, permitir a eliminação de intermediários na cadeia de comercialização dos produtos e, conseqüentemente, a obtenção de um preço final mais justo para quem vende e de produtos de maior qualidade para quem compra, bem como um melhor escoamento das produções (Baptista *et al.*, 2012: 4).

Em janeiro de 2012, a auscultação dos organismos públicos e entidades privadas ligadas ao sector agroflorestal, por parte do, permitiu identificar quais as prioridades para o

---

<sup>16</sup> Esta é uma iniciativa comunitária implementada a partir de 1991 que se encontra atualmente na 3ª edição, denominada LEADER+. A abordagem LEADER é um dos eixos do programa de desenvolvimento rural, sendo que os seus objetivos passam pela promoção de um desenvolvimento sustentado integrado.

desenvolvimento rural 2014-2020 em Portugal<sup>17</sup>. Face ao problema do atual déficit comercial das zonas rurais, as prioridades centram-se na maior competitividade e viabilidade e aumento do poder negocial dos pequenos produtores. Para tal, os auscultados sugerem que haja uma estruturação da cadeia alimentar, apoiando-se a criação de mercados locais e cadeias de abastecimento curtas. Estas medidas também são referidas relativamente aos desequilíbrios da cadeia alimentar, pois permitem relações contratuais mais justas entre produção, transformação e distribuição. As entidades consideram ser igualmente fundamental uma cultura de organização, promovendo-se a associação de produtores com vista à concentração da oferta (MAMAOT, 2012b).

Neste contexto, as orientações do PDR (2014-2020) visam “a autossuficiência, em valor, do sector agroalimentar em 2020 promovendo a sustentabilidade de todo o território nacional” (MAMAOT, 2012b: 28). Autossuficiência essa que assenta em três objetivos principais: “desenvolver a produção agrícola e florestal sustentável em todo o território nacional”; “aumentar a concentração da produção e da oferta” e a “criação e distribuição de valor equitativa ao longo da cadeia de valor do sector agroalimentar” (MAMAOT, 2012b: 29).

Segundo Diniz (2013), os principais constrangimentos à operacionalização do PDR 2014-2020 são: a “diminuição do VAB”, a “fragilidade de recursos”, as “debilidades económicas e sociais das zonas rurais” e a “dificuldade em generalizar inovação e conhecimento”.

O programa estrutura-se em quatro áreas estratégicas (AE): AE1 - “Inovação e Conhecimento”; AE2 - “competitividade e organização da produção”; AE3 - “ambiente, eficiência no uso dos recursos e clima” e AE4 - “desenvolvimento local”. Nesta última área a medida 10 (M10) “Leader” assume especial destaque no âmbito desta investigação, por incluir as ações estratégicas: “pequenos investimentos agrícolas e na transformação e comercialização” e “cadeias curtas e mercados locais” (Diniz, 2013: 22).

Estas ações surgem como resposta aos desafios de “aumentar a produção, a produtividade dos fatores primários e a rentabilidade económica do setor agro-florestal” e da “valorização do espaço rural”. Por sua vez, a M2 (AE1) “promoção para o conhecimento”, incentiva a

---

<sup>17</sup> Responderam ao questionário as seguintes entidades: Confederação dos Agricultores de Portugal; Confederação Nacional de Agricultores; Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola em Portugal; Associação Nacional de Empresas Florestais, Agrícolas e do Ambiente; Federação Nacional de Regantes de Portugal; Minha Terra – Associação de Desenvolvimento Rural e União da Floresta Mediterrânica (MAMAOT, 2012b).

capacitação e o aconselhamento dos agricultores, ações de extrema importância num contexto em que se pretende a promoção da inovação. E, indo ao encontro das já referidas preocupações ambientais e gestão dos recursos naturais, salienta-se a M7 (AE3) “agricultura e recursos naturais”, pela aposta na produção biológica e integrada; na conservação do solo e uso eficiente da água na agricultura; na promoção de culturas permanentes tradicionais e na conservação dos recursos genéticos. Ainda na AE3 é de referir a M9 “manutenção da atividade agrícola em zonas desfavorecidas” (Diniz, 2013: 22).

#### *II.3.4 Pistas para a caracterização dos CCA no contexto Europeu*

A crescente procura por circuitos alternativos às grandes cadeias de distribuição, resultante da exigência por maior qualidade alimentar, tem dado origem a um vasto leque de iniciativas um pouco por todo o mundo, mas com especial incidência na América do Norte e na Europa Ocidental (Baptista *et al.*, 2013):

Os modelos seguidos nestes dois continentes são diferentes, no entanto, apresentam características comuns. Exemplos disso são os “Community Supported Agriculture” (CSA) nos EUA, que se inspiraram, nos anos 90 do século XX, no TEIKEI, que surgiram 20 anos antes no Japão. Os AMAP em França adaptaram o modelo americano e o PROVE em Portugal e o GASAP na Bélgica tiveram como referência o sistema francês (Baptista *et al.*, 2013: 17).

Efetivamente, este ressurgimento da comercialização de alimentos a nível local tem vindo a expandir-se um pouco por todo o mundo. Estas vendas podem assumir as diferentes modalidades antes descritas<sup>18</sup>, sendo sempre desenvolvidas por relação ao contexto em que estão inseridas e às necessidades dos consumidores. Ao longo deste tempo os CCA têm vindo a contribuir para a revitalização do tecido rural europeu (REDR, 2012). Renting *et al.* (2003) divulgam dados onde se considera que, apesar de desigual, a presença dos CCA na Europa não é residual<sup>19</sup>. Estes poderão desempenhar um importante papel nas estratégias de desenvolvimento rural a longo prazo. Sem prejuízo dos resultados e recomendações deste estudo, os dados analisados datam de 1998 – por motivos de comparabilidade das informações – verificando-se todavia uma substancial expansão deste tipo de iniciativas depois dessa data.

---

<sup>18</sup> Vide secção II.2.2 ‘Tipologias de Circuitos Curtos Agroalimentares’.

<sup>19</sup> Estudo baseado em estatísticas nacionais, fontes secundárias e outras metodologias complementares, que teve por referência sete países Europeus (Holanda, Reino Unido, Irlanda, Alemanha, Itália, França e Espanha) que representam cerca de 75-85% da agricultura Europeia (Eurostat, 1997; Renting *et al.*, 2003).

Dados mais recentes (2010) mostram que em países como a França 21% dos agricultores vende os seus produtos através de canais de distribuição curtos (REDR, 2012). Já a Rede Rural Nacional portuguesa, destaca no seu portal os casos de Itália e Bélgica, onde se estima que cerca 7% das explorações agrícolas - em ambos os países - fazem comercialização através de circuitos curtos. No caso de Itália é salientado o forte quadro legal associado a esta problemática e o papel ativo da administração regional como potenciadores de um maior desenvolvimento de CCA. Na Bélgica, os CCA têm sido estimulados pelo movimento associativista vindo da economia social, agricultores, consumidores e cidadãos que desenvolvem e reforçam os projetos, mas também pela recente intervenção ao nível das políticas públicas.

Quanto às tipologias de CCA, Kneafsey, *et al.* (2013) revela que de um modo geral a diversidade de modalidades dos CCA aparece um pouco por toda a Europa, não existindo imediatamente a associação a um país específico. Salienta que os sistemas implantados em espaço urbano são aqueles que têm vindo a crescer com maior intensidade nos últimos anos, enquanto aqueles que se desenvolvem em meio rural tendem a estabilizar.

No caso concreto de Portugal temos vindo a assistir a um maior enfoque na agricultura. Os decisores políticos, muito devido à crise económica e financeira, têm vindo a reconhecer o papel estratégico da agricultura, promovendo uma maior aposta no sector agroalimentar. Apesar de ainda são serem expressivas as medidas de apoio ao desenvolvimento de CCA, é de salientar o já referido projeto ‘PROVE – Promover e Vender’. Baptista, Cristóvão, Rodrigo, e Tibério *et al.* (2013) destacam as iniciativas “COOPRaízes” e “Cabaz da Horta”, sendo a primeira uma cooperativa de produtores e a segunda um grupo informal de produtores e consumidores. Em ambos os casos o ‘cabaz’ de alimentos é o suporte privilegiado de venda. Acrescenta-se ainda a iniciativa ‘Fruta Feia’, uma cooperativa de consumidores que recentemente tem chamado a atenção quer dos meios de comunicação social quer da própria FAO<sup>20</sup> por ser apontada como um bom exemplo na redução do desperdício alimentar.

Tal como foi explicitado, os CCA correspondem a iniciativas que não, sendo originais, têm vindo a ganhar novas formas e abranger um maior número de intervenientes um pouco por todo o mundo. Apesar de ainda ser precoce afirmar, os CCA parecem vir dar respostas a

---

<sup>20</sup> Notícia Renascença, “Nações Unidas aprendem com Portugal a combater desperdício alimentar” [http://rr.sapo.pt/informacao\\_detalhe.aspx?fid=25&did=144928](http://rr.sapo.pt/informacao_detalhe.aspx?fid=25&did=144928) [consultado a 2 de maio de 2014].

alguns dos desafios que se colocam para o século XXI, nomeadamente quanto à segurança alimentar, à promoção de uma agricultura menos poluente e, conseqüentemente, à promoção de um desenvolvimento sustentável. A consciencialização pública dos benefícios económicos, sociais e ambientais decorrentes dos CCA tem-se refletido na valorização destes ao nível das políticas europeias e nacionais, ganhando um papel de relevo nas estratégias de desenvolvimento rural.

### **III. Uma visão sobre os Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal<sup>21</sup>**

#### **III.1 Objetivos da Investigação**

A presente secção destina-se à explicitação daquelas que foram as opções metodológicas desta investigação. Como nota prévia, tal como foi referido no II capítulo, relembra-se que os CCA podem tomar diferentes formas: *mercado de produtores, mercado de produtores bio, feiras de produtos locais, ponto de venda coletivo e cabaz de produtos agroalimentares*. Neste caso, pelo seu carácter inovador e atual dinamismo, debruçamo-nos sobre os *cabazes de produtos agroalimentares*. Estas são ‘novas formas de comercialização’ que promovem a “venda direta do produtor ao consumidor, apostando numa relação de compromisso entre produtores e consumidores” (Chaves, 2014:11) e que aparecem cada vez com uma maior frequência.

Tal como foi referido anteriormente, os objetivos desta investigação são:

- i. Perceber quais as potencialidades dos CCA, e mais especificamente dos cabazes de produtos agroalimentares, para a promoção da segurança alimentar;
- ii. Caracterizar estas iniciativas, no sentido de se identificar as dinâmicas associadas, as motivações dos seus promotores, dificuldades e elementos facilitadores da sua implementação;
- iii. Analisar quais as suas potencialidades para o desenvolvimento dos territórios rurais;

#### **III.2 Método e Técnicas de Investigação**

Correspondendo à natureza e aos objetivos deste estudo, a presente investigação segue uma abordagem ‘qualitativa’ na medida em que se procura aprofundar a problemática de uma forma intensiva e pormenorizada (Quivy e Campenhoudt, 2008). Neste caso em concreto, optou-se pela combinação de diferentes métodos qualitativos, ao que se pode chamar de triangulação metodológica (Flick, 2005a e 2005b *in* Duarte, 2009).

Numa primeira fase, entre os meses de março e junho de 2014, foi feito o levantamento das iniciativas de ‘cabazes agroalimentares’ em Portugal continental. Este levantamento foi realizado através de uma pesquisa exaustiva via *web*, já que as redes sociais parecem ser o

---

<sup>21</sup> A presente investigação circunscreveu-se ao Continente Português.

motor privilegiado de divulgação destas iniciativas. Neste contexto foram contabilizadas as ações que reúnem os seguintes requisitos:

- i. Correspondem a um circuito curto agroalimentar, ou seja, a transação é feita diretamente do produtor para o consumidor ou passando apenas por um intermediário;
- ii. São comercializadas sob a forma de ‘cabaz’ ou ‘caixa’ agroalimentar.
- iii. Os produtos agroalimentares comercializados correspondem a frutas, legumes carne ou peixe ‘frescos’. Isto é, não passaram por nenhum processo de transformação, sendo também excluídos os produtos rotulados como *gourmet*, licores, queijos, compotas, etc.
- iv. Apresentam atividade recente. Não foram contabilizadas iniciativas que permaneçam inativas (sem atualizações) desde os 6 meses anteriores ao início da pesquisa, ou seja, desde setembro de 2013.

Tendo em conta a informação disponível nas páginas *web* destas iniciativas, a *análise de conteúdo* realizou-se à luz das seguintes dimensões: localização; periodicidade/ponto de venda; missão/valores; divulgação; data de início; apoios; e modalidade de cabaz/preço. Pretendeu-se fazer uma análise comparativa dos vários casos. Recorrendo-se à ferramenta ‘*google maps*’, os dados recolhidos sobre a localização das iniciativas, permitiram ainda o seu mapeamento. O mesmo possibilitou uma melhor perceção de regiões com maior expressão de iniciativas, e a comparação urbana/rural. No total, a amostra extraída para análise contou com 43 casos.

Posteriormente a pesquisa focou-se em três casos específicos (*estudos de caso*), recolhendo-se informação junto de atores privilegiados sobre o processo de implementação das respetivas iniciativas. Nesta fase procurou-se uma diversificação dos casos, segundo três critérios: *localização da iniciativa, tipologia de promotor e produto comercializado*<sup>22</sup>. Estas entidade foram contactadas via *e-mail*, telefone e/ou presencialmente.

---

<sup>22</sup> Sinteticamente, a *localização da iniciativa* refere-se à sua localização rural ou urbana; a *tipologia de promotor* diz respeito à entidade que promove a iniciativa, contando com a participação de uma microempresa, uma ADL e uma cooperativa de consumidores; e o *tipo de produto* refere-se ao bem comercializado, sendo que dois dos cabazes são constituídos por hortofrutícolas e um por peixe.

Poderá dizer-se que o *estudo de caso* consiste:

no exame intensivo, tanto em amplitude como em profundidade, e utilizando todas as técnicas disponíveis, de uma amostra particular, selecionada de acordo com determinado objetivo (ou, no máximo, de um certo número de unidades de amostragem), de um fenómeno social, ordenando os dados resultantes por forma a preservar o carácter unitário da amostra, tudo isto com a finalidade última de obter uma ampla compreensão do fenómeno na sua totalidade (Greenwood, 1965: 331).

Para o aprofundamento dos casos selecionados, as técnicas de investigação privilegiadas foram a entrevista *semi-diretiva* e a *análise de conteúdo*. No primeiro caso, as entrevistas “distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana” (Quivy e Campenhoudt, 2008:191), de onde o investigador pode retirar informações substancialmente mais ricas do que no caso do inquérito. Existe um contacto direto entre o investigador e entrevistado, havendo uma troca de perceções sobre determinado objeto. Neste estudo utilizamos a entrevista semi-diretiva, que se caracteriza por não ser inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas<sup>23</sup>. Assim, com o auxílio de algumas questões colocadas pelo investigador, o entrevistado tem a liberdade de falar sobre o assunto previsto. As entrevistas têm como principais vantagens o grau de profundidade e flexibilidade dos elementos de análise recolhidos, o que permite recolher testemunhos e interpretações mais ricas (Quivy e Campenhoudt, 2008). O facto das entrevistas se terem realizado no local onde as iniciativas estão implementadas permitiu a *observação* dos espaços e interações que aí se desenrolam. Saliento a interação entre promotor/cliente e promotor/produtor.

A *análise de conteúdo*, utilizada quer na análise das páginas *web*, quer na análise das entrevistas, é uma técnica de tratamento de informação, podendo ser aplicada a diversas fontes de informação como um texto, uma entrevista ou uma fotografia (Vala, 1986). Neste caso em concreto, através da construção de dimensões de análise pretende-se encontrar ideias-chave convergentes, ou não, no discurso dos entrevistados e nas informações disponíveis nas páginas *web* das iniciativas<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Guião da entrevista está disponível na pág. 85 dos anexos.

<sup>24</sup> As grelhas de análise das entrevistas e informação recolhida nos espaços *online* das iniciativas encontram-se respetivamente nas páginas 88 e 98 dos anexos.



## **IV. Cabazes Agroalimentares, que dinâmicas?**

### **IV.1 Espacialização**

A pesquisa de *online* de iniciativas que visam a promoção de cabazes agroalimentares deu origem ao seguinte mapa (figura 1), que contempla 42 pontos de venda<sup>25</sup>.

**Figura 1 - Distribuição das iniciativas de cabazes agroalimentares no Continente**



*Fonte: Dados recolhidos no levantamento online das iniciativas de Cabazes Agroalimentares*

Face ao exposto, parece existir uma litoralização das iniciativas que promovem os cabazes agroalimentares, sendo que os maiores focos situam-se nos centros urbanos de Lisboa e Porto. Esta é uma tendência igualmente verificável no projeto ‘PROVE - Promover e Vender’, que atualmente conta com 94 núcleos, não estando presente apenas nos distritos de Vila Real, Coimbra, Castelo Branco e Portalegre<sup>26</sup>. Neste contexto poderá sugerir-se um paralelismo às próprias dinâmicas de desenvolvimento local em Portugal<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> O Mapa “Cabazes Agroalimentares - Portugal” foi construído através do ‘Google maps’, e encontra-se disponível em:

<https://maps.google.pt/maps/ms?msid=203476403443991168446.0004fc2b5bd27bb605719&msa=0&ll=39.13006,-0.32959&spn=8.195053,21.555176> [consultado a 19 de junho de 2014].

<sup>26</sup> O Mapa considera com 42 iniciativas. Tendo em conta a multiplicação de núcleos ‘PROVE - Promover e Vender’ no território nacional, estes não foram representados graficamente. Mapa das

Na tabela 1 podemos ver que a NUT II Lisboa é a região do país com maior número de iniciativas identificadas (40,5%), de onde se destaca a NUT III da Grande Lisboa com 10 iniciativas. A segunda região com maior número de iniciativas assinaladas é o Norte (21,4%), sendo que o Grande Porto destaca-se com 19,0% das iniciativas identificadas a nível nacional. O Algarve é a NUT II com menor representatividade, contando apenas com duas iniciativas (4,8%).

**Tabela 1- Número de Iniciativas identificadas por NUT II e NUT III**

NUT II	Nº	%	NUT III	Nº	%
<b>Norte</b>	<b>9</b>	<b>21,4</b>	<b>Douro</b>	1	2,4
			<b>Grande Porto</b>	<b>8</b>	<b>19,0</b>
<b>Centro</b>	8	19,0	<b>Baixo Mondego</b>	1	2,4
			<b>Beira Interior Sul</b>	1	2,4
			<b>Oeste</b>	5	11,9
			<b>Médio Tejo</b>	1	2,4
<b>Lisboa</b>	<b>17</b>	<b>40,5</b>	<b>Grande Lisboa</b>	<b>10</b>	<b>23,8</b>
			<b>Península de Setúbal</b>	7	16,7
<b>Alentejo</b>	6	14,3	<b>Lezíria do Tejo</b>	3	7,1
			<b>Alentejo Central</b>	1	2,4
			<b>Alentejo Litoral</b>	2	4,8
<b>Algarve</b>	2	4,8	<b>Algarve</b>	2	4,8
<b>Total</b>				42	100

*Fonte: Dados recolhidos no levantamento online das iniciativas de Cabazes Agroalimentares*

A maior representatividade de iniciativas sediadas nos centros urbanos poderá relacionar-se com um estilo de vida mais agitado, onde nem sempre há disponibilidade para comprar produtos frescos e de qualidade. Inversamente, a menor representatividade de zonas rurais pode relacionar-se com uma prevalência de explorações agrícolas familiares, por vezes complementares à atividade profissional principal. Esta é uma visão partilhada por uma das nossas entrevistadas (representante da Mercearia do Prato), pois o facto de ser um meio com menos densidade populacional também pode ser uma dificuldade acrescida para a implementação deste tipo de iniciativas.

---

iniciativas ‘PROVE – Promover e Vender’ disponível em: <http://www.prove.com.pt/www/sk-pub-nucleos.php> [ultima consulta a 19 de junho de 2014].

<sup>27</sup> Para aprofundar esta questão vide, por exemplo, Amaro (1991) “Lógicas de espacialização da economia portuguesa”, *Sociologia Problemas e Práticas*, 10, pp. 161-182.

Na grande maioria das iniciativas analisadas não existe um espaço físico de venda diária. Ou seja, as iniciativas decorrem apenas em formato de venda ao domicílio ou recorrendo a um ponto de distribuição semanal.

## **IV.2 Estudos de Caso**

### *IV.2.1 Identificação dos Estudos de Caso*

A ‘Mercearia do Prato’ é uma micro empresa do sector da restauração, localizada na vila de Arruda dos Vinhos, a cerca de 30km de Lisboa<sup>28</sup>. Para além dos serviços prestados na área da restauração, desde outubro de 2010 que a mercearia comercializa cabazes agroalimentares, constituídos por frutas e hortícolas biológicos. A ideia surgiu da necessidade de escoar os excedentes de produção própria, sendo que atualmente contam com a colaboração de mais quatro produtores.

O ‘Cabaz do Mar’ é uma iniciativa promovida pela Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado (TAIPA - Odemira), em parceria com a Associação Cultural e de Desenvolvimento de Pescadores e Moradores da Azenha do Mar. Sediada na localidade da Azenha do Mar<sup>29</sup>, a iniciativa do ‘Cabaz do Mar’ é uma iniciativa recente, em funcionamento desde março de 2014 e visa a comercialização de espécies de peixe menos valorizadas pelos consumidores.

A ‘Fruta Feia’ é uma cooperativa de consumo que comercializa fruta e legumes ‘feios’, ou seja, que não cumpre o calibre e os padrões convencionais do mercado. Esta iniciativa foi lançada no programa FAZ – Ideias de Origem Portuguesa (2013), promovido pela Fundação Calouste Gulbenkian, estando em funcionamento desde novembro de 2013. Com dois espaços de venda em Lisboa, esta iniciativa tem sido amplamente difundida pelos *media*, estimando-se que já evitou o desperdício de cerca de 28.630 kg de fruta e hortaliças<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Arruda dos Vinhos é uma vila do distrito de Lisboa, e concomitantemente sede de concelho. As principais atividades económicas são os serviços e indústria (Informação recolhida no site do município de Arruda dos Vinhos: <http://www.cm-arruda.pt/Home/Home.aspx> [consultado a 8 de junho de 2014]).

<sup>29</sup> A Azenha do Mar é uma pequena localidade piscatória, localizada no concelho de Odemira, distrito de Beja.

<sup>30</sup> Informação retirada do site da Fruta Feia, disponível em: <http://www.frutafeia.pt/> [consultado a 11 de junho de 2014].

#### *IV.2.2 Identificação dos Entrevistados*

De forma breve, a amostra de informantes privilegiado selecionados para a entrevista constitui-se na totalidade por três mulheres promotoras das iniciativas em estudo. No que diz respeito à faixa etária, estas encontram-se entre os 31 (representante da Fruta Feia) e 40 anos (representante do Cabaz o Mar). Todas têm habilitações académicas iguais ou superiores ao ensino secundário.

Uma das entrevistadas é a proprietária da iniciativa Mercearia do Prato, trabalhando nesta área há cerca de cinco anos. A representante da iniciativa Cabaz do Mar trabalha como técnica na TAIPA, entidade responsável pelo projeto, tendo cerca de dez anos de experiência em intervenção comunitária. Por fim, no caso da Fruta Feia, a promotora tem formação em Engenharia do Ambiente, vivia e trabalhava há sete anos em Barcelona, de onde regressou após o início do projeto.

Ainda que estas últimas estejam bastante envolvidas no processo de recolha e organização dos ‘cabazes’ apenas a primeira é simultaneamente produtora e promotora. Estamos, pois, perante empresárias jovens, com um percurso profissional que muda com a constituição das iniciativas aqui analisadas.

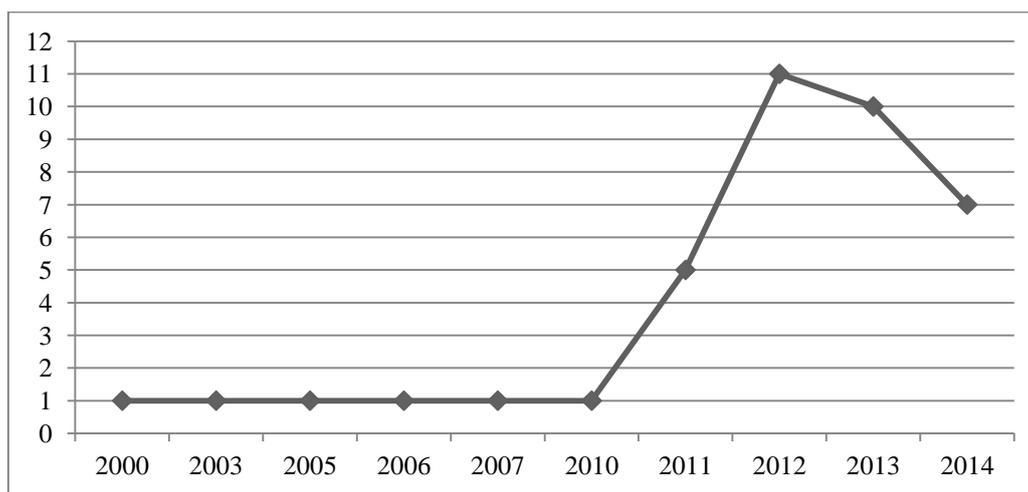
### **IV.3 Características-chave dos cabazes agroalimentares**

#### **Tipo de Promotor e Data de Origem**

Excluindo o projeto ‘PROVE – Promover e Vender’, que como já foi referido anteriormente tem um amplo apoio das ADL e municípios, as 43 iniciativas por nós assinaladas são promovidas sobretudo por parte de micro empresas e pequenos produtores, que veem aqui uma oportunidade de escoar o seu produto. A TAIPA, sendo uma ADL, destaca-se pela promoção de duas iniciativas: o já mencionado ‘Cabaz do Mar’ (2014) e o ‘Cabaz da Horta’ (2003).

Recorrendo aos dados disponíveis nas páginas web das iniciativas analisadas no âmbito desta investigação (n=39)<sup>31</sup> pode-se dizer que existe um ‘boom de cabazes agroalimentares’ após o ano de 2010 (gráfico 1). Relembramos aqui que o PDR (2007-2013) poderá ter desempenhado um papel importante na nova abordagem aos CCA, nomeadamente no lançamento do projeto PROVE – Promover e Vender, que se iniciou no núcleo de Sesimbra em 2006.

**Gráfico 1- Distribuição do número de iniciativas (yy) por ano de início (xx)**



*Fonte: Dados recolhidos no levantamento online das iniciativas de Cabazes Agroalimentares*

Das 39 iniciativas que disponibilizavam informação quanto ao ano de início, 2012 e 2013 destacam-se por ser os anos onde se regista maior dinamismo. Contabilizou-se respetivamente 11 e 10 iniciativas a iniciaram-se em cada um desses anos. O presente ano de 2014 parece seguir a tendência dos anos transatos, na medida em que nos primeiros 6 meses já conta com 7 iniciativas. Ressalva-se que apenas foram contabilizadas aquelas que aparecem *online* com uma atividade regular. Ou seja, aquelas que se encontram ativas e com página *web* atualizada, sendo que outras iniciativas que terão iniciado e cessado atividade neste espaço de tempo poderão não estar contabilizadas.

Quanto aos casos em que nos debruçamos mais detalhadamente, e tal como já foi referido, a Mercearia do Prato começou a sua distribuição de cabazes agroalimentares em outubro de 2010, a Fruta Feia em novembro de 2013 e o Cabaz do Mar em março de 2014. Estas últimas são iniciativas bastante recentes que aparecem totalmente em acordo com a tendência geral verificada no levantamento das iniciativas.

<sup>31</sup> Das 43 iniciativas resultantes do levantamento *online*, apenas 39 dispõem de informação respetiva à data de início ou data em que aderiram ao *facebook*.

## **Produtos, Modalidades e Periodicidade**

Os cabazes agroalimentares comercializam essencialmente frutas e legumes de época, sendo isso mesmo que se verifica na Mercearia do Prato e Fruta Feia. Salienta-se que no primeiro caso os produtos são exclusivamente de origem biológica, sendo a caixa constituída por “8 legumes diferentes, 3 kg de fruta variada consoante a época, 6 ovos de galinha e ervas aromáticas” (Mercearia do Prato), com um custo de 15€. A distribuição é gratuita e semanal, “desde que os produtos estejam capazes de ser colhidos”, ou seja, quando não há produtos suficientes para a caixa, colhem-se aqueles que estão bons e vendem-se na mercearia. Neste âmbito, a entrevistada salienta a frescura dos alimentos: “procuramos que os produtos estejam o mais frescos possível, e como não têm qualquer aditivo é mais difícil a conservação” (Mercearia do Prato).

Como já foi referido na apresentação da iniciativa, no caso da Fruta Feia o requisito é que a fruta e legumes sejam ‘feios’, ou seja: produtos que normalmente não teriam valor comercial. Existem dois tamanhos de cestas: a pequena, com um peso de 4kg e 7 variedades tem um custo de 3,50€, a grande tem 8 variedades, cerca de 8 kg e custa 7€. Neste caso são as pessoas que vão buscar os seus próprios cabazes. Existem dois pontos de entrega, na ‘Casa Independente’ (2<sup>a</sup>f) e no ‘Ateneu Comercial’ (3<sup>a</sup>f), em Lisboa. “Por defeito os consumidores vêm buscar a sua cesta semanalmente, no entanto se as pessoas não quiserem vir ou alterar o tamanho, têm de avisar com alguma antecedência”.

Em contrapartida, o Cabaz do Mar é uma das duas iniciativas nacionais contabilizadas que comercializam peixe em cabazes agroalimentares. A caixa é constituída por 3kg de peixe fresco com um custo de 20€. As espécies variam todas semanas: “temos uma lista de 35 espécies, as mais pescadas no nosso concelho [Odemira]. São 35 espécies que a pessoa pode receber no seu cabaz, podendo escolher até 3 que não quer. A partir daí todas as semanas é uma surpresa”. A distribuição é gratuita, sendo que cada consumidor tem a sua própria caixa com um custo de 2,50€. Há distribuição todas as semanas mas o cliente tem a possibilidade de escolher a modalidade que lhe for mais conveniente (semanal, quinzenal ou mensal). Neste caso a maioria dos clientes opta pela modalidade quinzenal.

## **Formas de Divulgação**

A internet, e mais especificamente a rede social *facebook*, aparece como um meio privilegiado para a divulgação das iniciativas sinalizadas. O mesmo acontece com os estudos de caso aqui

focados. A entrevistada da Mercearia do Prato refere fazer divulgação exclusivamente através do *facebook*. No mesmo sentido, a promoção da iniciativa Fruta Feia, além da publicidade nos *media*, recorre é feita também com recurso ao também ao *facebook* e ao *site* da iniciativa.

No caso do Cabaz do Mar, não existe neste momento qualquer tipo de divulgação. “*Nós quando pensamos nisto, primeiro fizemos um questionário de levantamento das necessidades a todos os pescadores do concelho, saber o que pescavam, conhecer as suas famílias. Foi este trabalho que nos permitiu criar relações de partida, ao mesmo tempo que conhecemos potenciais clientes. Fizemos um questionário a 117 potenciais futuros clientes, para saber quem eram, que peixes consumiam, onde o comprava, o seu agregado familiar e se poderiam estar interessados em ser nossos clientes. (...)*”. Posteriormente a isso, contactaram alguns dos interessados, tendo a iniciativa arrancado com 11 clientes.

Em todos os casos, as entrevistadas concordam que o ‘passa palavra’ é a melhor forma de divulgação.

### **Presença de apoios externos e Parcerias**

No que se refere aos estudos de caso aqui apresentados, apenas a Mercearia do Prato, não recorreu a apoios externos. “*Hoje em dia penso que já existe devido ao “boom” destas iniciativas. Quando criamos a caixa da mercearia não existia nada, mas também não era nossa intenção recorrer a tal. (...)*”. Segundo a entrevistada, não foi necessário recorrer a apoios externos, pois tinham já os meios necessários para a implementação do projeto, se fosse necessário recorreriam. Também a grande maioria das iniciativas identificadas no levantamento não disponibilizam dados sobre a obtenção de apoios externos.

Já as duas outras iniciativas obtiveram financiamentos externos, sendo ambas promovidas por organizações que atuam no âmbito da economia social. No caso do Cabaz do Mar, em 2001 a TAIPA fez uma candidatura ao PROMAR – Programa Operacional de Pesca (2007-2013), tendo sido aprovada em dezembro de 2012. Este programa financiou 75% da iniciativa, onde se acresce o apoio da Câmara Municipal de Odemira. Já a Fruta Feia, além do prémio alcançado no já referido programa FAZ – Ideias de Origem Portuguesa, teve necessidade de recorrer a uma campanha de *crowdfunding* para o arranque da iniciativa. O “*prémio foi insuficiente para o início do projeto, porque o projeto é auto sustentável com a venda da fruta, mas no início tínhamos outras despesas, fizemos uma campanha de crowdfunding*”.

Paralelamente, a nossa entrevistada recebeu um prémio da *yves rocher* como promotora da iniciativa, que distingue mulheres empreendedoras na área do ambiente.

No que se refere ao estabelecimento de parcerias, as inquiridas destacam as redes criadas com os produtores/fornecedores. Salientamos a parceria que a TAIPA e a Associação cultural e de desenvolvimento de pescadores e moradores da Azenha do Mar estabelecem para a promoção do Cabaz do Mar, pois esta é parte integrante da estratégia de desenvolvimento local aí implantada. *“O nosso projeto é feito em parceria com a associação da Azenha do Mar. Esta parceria consiste em: nós temos o nosso projeto, que é criar o cabaz do mar e aí pagamos o recurso humano e os materiais necessários para experimentar como se faz o cabaz; a associação tem o projeto de implementar o cabaz do mar, ou seja, são eles que têm a conta da carrinha, são eles que têm o site. A TAIPA funciona aqui como motor para a criação deste produto. (...) A metodologia em si está criada e a partir de agora é responsabilizar cada vez mais a associação para que a TAIPA possa sair. Isto porque o projeto acaba em novembro de 2014 e aí eles já deverão estar autónomos”* (Cabaz do Mar).

Relativamente às iniciativas identificadas no levantamento, verificam-se pontualmente referências à parceria com outros pontos de venda, como mercearias ou lojas do produtor, que servem de intermediário entre o produtor e consumidor e onde os produtos podem ser recolhidos semanalmente. Consta-se portanto que as parcerias são estabelecidas sempre no sentido de promover as iniciativas e ter um apoio externo para o seu desenvolvimento.

### **Dificuldades de implementação**

Em 2011 a Rede Europeia de Desenvolvimento Rural enumerava diferentes dificuldades associadas à implementação dos CCA. Entre elas, destaca-se a ausência de uma consciencialização pública para este tipo de iniciativas, a ausência de uma cultura de associativismo e parceria, a desvitalização das explorações agrícolas e a falta de informação dos produtores. Nenhumas destas dificuldades foram referidas pelas entidades auscultadas. No entanto, os seus discursos revelaram outras fragilidades também referidas pela REDR (2012), nomeadamente: as dificuldades inerentes ao investimento inicial (Cabaz do Mar e Fruta Feia); a aquisição de novas competências profissionais, sobretudo no Cabaz do Mar, onde a técnica da TAIPA, tem de desenvolver uma série de tarefas associadas à preparação do peixe, para além do profundo estudo burocrático que esta iniciativa exigiu e, verificável em todos os casos, a dificuldade de resposta a todos os pedidos, como se verá mais à frente na secção ‘Evolução do número de clientes até ao presente’.

Assim quando questionados, os três testemunhos recolhidos referem diferentes dificuldades na implementação de cabazes agroalimentares. A representante da Mercearia do Prato salienta os constrangimentos impostos pelo clima: *“existem sempre dificuldades, principalmente quando mexemos com a natureza. Mas infelizmente essas dificuldades não são ultrapassáveis e nós não podemos criar estratégias para as ultrapassar (...) já aconteceu perdemos colheitas inteiras e que nada podemos fazer, a não ser voltar à estaca zero”*.

No caso do Cabaz do Mar destacam-se constrangimentos de ordem burocrática, *“a nossa principal dificuldade foi conseguir perceber como funciona todo o mundo da pesca. O pescado é vendido em leilão... Tivemos muitos meses para perceber toda esta legislação, que é muito complexa (...)”*.

A Fruta Feia refere dois tipos de dificuldades: de ordem económica e o contacto inicial com os produtores. *“As principais foram financeiras, estes custos iniciais... e o contacto inicial com os agricultores, que hoje em dia já não é (...) as pessoas estão a vida toda no campo...e desconfiavam”*. Esta desconfiança deve-se ao facto de durante todos os seus anos de atividade, ser sempre exigido aos agricultores frutas e legumes ‘perfeitos’.

### **Elementos facilitadores da implementação**

Já no que se refere a elementos facilitadores da implementação, destacam-se a ‘qualidade dos produtos’ e as ‘relações humanas’. No caso da Mercearia do Prato a entrevistada salienta: *“A qualidade dos produtos. Eu tenho uma série de cliente que nos contactam porque pessoa A ou B lhes disse que era uma maravilha. Isto é a melhor publicidade e fonte de divulgação!”*. No mesmo sentido, as restantes interlocutoras destacam a componente humana das iniciativas, reforçando o papel dos produtores/fornecedores, mas também o dos consumidores: *“sem dúvida nenhuma as pessoas”* (Cabaz do Mar); *“os consumidores e os agricultores. Os consumidores têm sido uma fonte de motivação incrível. Como os agricultores que vão passando a palavra uns aos outros, e se não há um produto vão falar com um vizinho sobre o projeto... Isto é mesmo o que nós queríamos (...) como eu tinha pensado no início de ser uma cooperativa de consumo para as pessoas se sentirem parte integrante no projeto, funcionou!”* (Fruta Feia).

#### **IV.4 Contributos dos cabazes agroalimentares para a segurança alimentar: promoção da qualidade alimentar e redução do desperdício alimentar**

##### *IV.4.1 Motivações dos promotores*

Nos testemunhos recolhidos verificámos que apesar dos diferentes contextos de implementação, os objetivos gerais centram-se na promoção de produtos de qualidade e na redução do desperdício alimentar. No caso da Mercearia do Prato, a ideia de desenvolver um cabaz agroalimentar surge da necessidade de escoar produto. Posteriormente o negócio foi desenvolvido a partir daquilo que julgam ser as necessidades de um agregado familiar: “ (...) *pusemos-mos na pele do cliente, e eu como mãe e dona de casa comecei a notar o que fazia falta para a alimentação saudável de duas crianças (...). Mas queríamos o cuidado de ter produtos bons, para não trocarmos uma coisa má por uma menos boa*”. Esta iniciativa tem um grande enfoque na qualidade, nomeadamente pela preferência de produtos biológicos. Isto é verificável quando se afirma: “*não dá para alargar [o número de clientes] porque teríamos de aumentar a produção, usar químicos... e isso não é o nosso objetivo. Prefiro não divulgar tanto a caixa*”.

Por sua vez, o Cabaz do Mar surge da ideia que “*as espécies subvalorizadas não iam à lota [peixes mais pequenos], eles [os pescadores] atiravam-nas ao mar ou ficavam com elas para consumo próprio; O que acontece agora é que essas espécies também têm valor*” (Cabaz do Mar). Com efeito atualmente dentro dos 3kg de peixe que vão no cabaz, 1kg corresponde a espécies menos valorizadas. Paralelamente esta iniciativa está integrada na estratégia de desenvolvimento local que a TAIPA tem vindo, desde há cinco anos, a desenvolver na comunidade da Azenha do Mar. Tal como na iniciativa anterior a promotora salienta a qualidade do produto: “*garantia que temos peixe fresco, servido até 24h depois de ser capturado, pelos nossos pescadores*”.

Segundo a promotora do projeto Fruta Feia, este surge de uma inquietação sua: “*a iniciativa surge da identificação do problema. Ou seja, de eu me aperceber que existe um grande desperdício alimentar por questões técnicas, que se estima que seja de 30% da parte dos nossos agricultores. E essa questão começou-se a indignar e comecei a achar que se devia fazer alguma coisa para inverter esta tendência (...) esse concurso foi a motivação necessária para eu começar a tirar a ideia da fruta feia da minha cabeça para os quadradinhos do Excel*”. Aqui, o foco é claramente a redução do desperdício alimentar.

No que se refere às restantes iniciativas sinalizadas, a análise de conteúdo das páginas web permitiu perceber que existe uma grande ênfase na ‘qualidade e frescura dos alimentos’. Ou seja, grande parte das iniciativas refere modos de produção biológica (19 iniciativas) e a venda de produtos de época (10 iniciativas). Dentro daquilo que se consideram ser práticas que valorizam a sustentabilidade, existem ainda 9 iniciativas em que se reforça a necessidade de se apostar em práticas agrícolas que ‘respeitem o meio ambiente’ e ‘valorizem os recursos naturais’. Seis promotores chamam a atenção para o encurtamento do circuito de distribuição, tendo por vista a redução dos custos ambientais associados ao transporte. No que se refere à redução do desperdício alimentar, apenas a já referida Fruta Feia integra tal objetivo na sua missão.

Ainda dentro das motivações e objetivos das 43 iniciativas assinaladas, os benefícios para produtores e consumidores também têm um papel de destaque. Cerca de 8 iniciativas referem o ‘incentivo/valorização da produção local e nacional’ e em igual número, o ‘estabelecimento de relações de proximidade entre consumidores e produtores’. A prática de um comércio justo, que respeite o produtor também é referida. A pensar nas necessidades dos consumidores, 10 iniciativas destacam a possibilidade das famílias terem uma ‘alimentação de qualidade’ para toda a semana, sem necessidade de se deslocar. A prática de preços justos, num contexto de crise é enunciada por 6 iniciativas. Existem ainda 2 referências à promoção dos ‘sabores tradicionais’.

#### *IV.4.2 Do lado dos Consumidores...*

Tendo em conta os testemunhos recolhidos, as motivações dos consumidores para privilegiarem a compra de cabazes agroalimentares tendem a assemelhar-se às dos promotores. Ou seja, existe um enfoque na qualidade e acessibilidade do produto, mas também, uma identificação com a missão da iniciativa. Quando questionadas sobre as motivações dos clientes para aderirem aos CCA, as promotoras destacam: *“qualidade, frescura, variedade são as principais. Também a facilidade de acesso e o cómodo de receber coisas boas e frescas em casa sem ter de se deslocar ao local da compra”* (Mercearia do Prato); *“aquilo que eles procuram essencialmente é consumir peixe fresco da nossa costa, saber que estão a contribuir e dar a ganhar aos pescadores locais (...) e depois a descoberta, a descoberta de novos sabores, novas espécies”* (Cabaz do Mar); *“a principal motivação é estarem a participar num projeto que é lógico; e sentirem-se parte integrante num movimento que está a combater esta deficiência do mercado. Há também alguns consumidores, que não*

*são a maioria, que têm uma motivação monetária, porque os nossos produtos têm um preço mais barato que no mercado” (Fruta Feia).*

As motivações apontadas pelas promotoras destas iniciativas vão ao encontro dos ‘benefícios para os consumidores’ de CCA identificados pelo Comité das Regiões (2011), corroborando o argumento anteriormente referido, que a disponibilidade de um maior leque de produtos frescos, mais saudáveis e com uma melhor relação qualidade preço poderá beneficiar os consumidores, nomeadamente ao nível da segurança alimentar.

Não sendo possível traçar um perfil, destaca-se que todos os consumidores tendem a ser descritos pelas promotoras como pessoas sensíveis às motivações destas iniciativas e com preocupações que se relacionam com a qualidade alimentar. Esta visão vai ao encontro das perspetivas de Duarte (2013), Baptista *et al.* (2013a) e Renting *et al.* (2003), expostas no capítulo II. Destacam-se novas tendências de consumo, divergentes daquilo que chamamos ‘consumo de massas’. As pessoas começam a valorizar a ‘qualidade alimentar’ procurando produtos mais ‘frescos’, comercializados em circuitos curtos, passando por um menor número de processos até chegar ao prato. No mesmo sentido, a identificação com as motivações dos promotores poderá sustentar a presença de novas inquietações por parte dos consumidores, relacionadas com a sustentabilidade ambiental, o bem-estar animal, o comércio justo e a valorização dos produtos locais.

A representante da Mercearia do Prato destaca a importância que a distribuição de cabazes agroalimentares ao domicílio pode ter para clientes mais idosos, quer ao nível da melhor acessibilidade a produtos de qualidade, quer no combate ao isolamento – *“temos casais/pessoas idosas que não têm facilidade de deslocar (pelo menos 24), mas que ainda têm cuidado com a alimentação”*. Segundo a mesma, este tipo de iniciativas terá maior sucesso em contexto urbano, pois em espaço mais rural ainda *“existe muito cultivo próprio nas próprias casas o acesso aos produtos é diferente”* (Mercearia do Prato)<sup>32</sup>. Tal afirmação parece ir ao encontro daquilo que se verificou no levantamento das iniciativas, pois, de facto, a Grande Lisboa e Grande Porto são as zonas do país onde foi identificado o maior número de cabazes agroalimentares.

---

<sup>32</sup> Atualmente a Mercearia do Prato faz distribuição nas localidades entre Arruda dos Vinhos, Alverca, Sobralinho, Bobadela, Lisboa e Oeiras.

## **IV.5 Potencialidades dos cabazes agroalimentares para o desenvolvimento rural**

### *IV.5.1 Benefícios para os produtores*

É unânime a opinião das entrevistadas quanto às motivações dos produtores para aderirem às iniciativas. Em todos os casos, a principal motivação será de ordem económica. *“Uma motivação muito básica, significa que uma coisa que antes para eles era lixo passa a ser rentabilizada (...) Uma parte da produção que para alguns agricultores era de 10%, noutros era de 50%”* (Fruta Feia); *“conseguem ter rendimento de espécies que não eram comercializadas”* (Cabaz do Mar). Se não fosse desta forma estes produtos não seriam comercializados, aferindo-se assim um pagamento mais justo ao trabalho destes agricultores. A promotora da Mercearia do Prato trabalha exclusivamente com pequenos produtores, destacando: *“todos os produtores com quem trabalhamos são desempregados, em situação precária, que se alimentam literalmente da terra”* e desta forma escoam tudo aquilo que produzem. A possibilidade de escoar os produtos e um pagamento mais justo e imediato vão ao encontro dos ‘benefícios para os produtores’ identificados pelo Comité das Regiões (2011),

No caso do Cabaz do Mar, estamos perante um projeto que está integrado num processo de desenvolvimento local mais amplo, assumindo um papel de relevo para o crescimento económico das famílias. *“Se o projeto anterior era essencialmente de desenvolvimento social e comunitário, este é de desenvolvimento económico. (...) O objetivo principal é o desenvolvimento económico, porque foi uma necessidade que percebemos. Depois de estarmos aqui 4 anos com esta comunidade fazia-nos sentido partir para outra fase”*. Ainda neste caso, destaca-se que *“antes cada um trabalhava para si, para a sua família e agora não. Agora, tenho pescadores que tentam ver a arte que os outros pescadores estão a praticar, de forma a se complementarem”*. Ou seja, apesar de se ter como objetivo principal o *empowerment* dos pescadores com vista ao crescimento económico, em paralelo o projeto parece conseguir uma maior coesão dentro a comunidade.

### *IV.5.2 Benefícios ambientais*

Em capítulos anteriores, sugeriu-se que a utilização de métodos agrícolas menos intensivos poderia refletir-se numa diminuição da poluição associada à produção e maior conservação dos recursos naturais. No mesmo sentido, foi sugerido que o encurtamento dos canais de distribuição causaria uma redução da emissão de gases de efeito de estufa. As afirmações que se seguem mostram que, de facto, se privilegiam esse tipo de técnicas artesanais existindo

também, uma efetiva preocupação com os custos de transporte. Assim, poderá dizer-se que e os CCA se poderão refletir efetivamente em benefícios ambientais.

Assim, e no que se refere aos benefícios ambientais, destacamos, por um lado, as práticas de produção menos intensivas que se traduzem positivamente a nível ambiental: “*os produtos são criados da forma mais natural possível (Mercearia do Prato) ”*; “*(...) temos peixe fresco, (...) capturado, pelos nossos pescadores, pela pesca artesanal que eles praticam*” (Cabaz do Mar). De igual modo, a redução do desperdício alimentar reflete-se num melhor aproveitamento dos recursos naturais: “*todos os produtos têm um custo de produção, eles gastavam água, mão-de-obra... numa coisa que depois ia para o lixo*” (Fruta Feia).

Salienta-se também no discurso dos produtores a preocupação com a prática de circuitos curtos de comercialização: “*Nós só compramos produtos aos agricultores da região para poupar nos custos ambientais do transporte. Por exemplo, não nos compensa ir buscar laranjas ao algarve tendo em conta toda a poluição que isso implica*” (Fruta Feia). No mesmo sentido, à partida o produto não percorrerá longas distâncias desde o intermediário até ao consumidor. “*O que pretendemos é que com o crescimento clientes, os conseguirmos dividir, estes passem a comprar o mais próximo possível, ou seja, os consumidores de Vila Nova de Mil Fontes [VNMF] receberem o pescado de VNMF, os de S. Teotónio, recebam pescado ou da Zambujeira ou da Azenha.*” (Cabaz do Mar). No caso da Fruta Feia, os clientes “*são pessoas a quem estes pontos de entrega lhes dão jeito, ou porque moram aqui, ou trabalham aqui*”.

#### *IV.5.3 Benefícios para os territórios*

As vantagens dos circuitos curtos agroalimentares para o desenvolvimento rural sobressaem nos discursos das representantes da 1ª e 2ª iniciativa. Como já vimos, no caso da Mercearia do Prato, trabalha-se com pequenos produtores que anteriormente não tinham para onde escoar os seus produtos. Segundo a responsável pela iniciativa, “*isto é uma ponta de um iceberg do que toca ao desenvolvimento económico rural (...) havia necessidade de criar uma rede de pessoas interessadas em utilizar os campos abandonados para cultivar, (...) existe uma percentagem tão elevada de desempregados... (...)*”.

No caso do Cabaz do Mar, sendo a entidade promotora uma associação de desenvolvimento local, é expectável que exista uma grande ênfase neste domínio. “*Isto é local, feito com os pescadores do concelho para os consumidores do concelho. Não é nossa intenção, nem*

*comprar pescado fora do concelho, nem vender para fora do concelho (...) Garantimos é que o pescado é pescado por pescadores do nosso concelho, na nossa costa e isto contribui para a economia local ”.*

Ambos os depoimentos sugerem uma maior retenção de valor para o território e população, a valorização das tradições, - visível nomeadamente na utilização de métodos de produção/pesca artesanais - dos produtos locais e sobretudo neste último caso, o reforço da coesão e identidade cultural da região. Estes benefícios para os territórios onde os CCA estão implementados, são também mencionados pelo Comité das Regiões (2011).

#### **IV.6 Criação de Novos Laços Sociais**

No capítulo II foi referido que uma das características-chave dos CCA é a criação de relações entre consumidores e produtores. A conversa estabelecida com as promotoras das iniciativas permitiu verificar a existência da ‘re-espacialização’ e ‘re-socialização’, referida por Renting *et al.* (2003) como consequência das cadeias curtas de abastecimento. Esta realidade pode desde logo ser verificável, a partir do momento em que é unânime que “as pessoas” são os elementos facilitadores da implementação das iniciativas, no entanto existem outros aspetos importantes de salientar.

Na conversa com a promotora da Mercearia do Prato percebemos que apesar da divulgação ser exclusivamente feita a partir da rede social *facebook*, existe um número considerável de clientes, de faixas etárias mais altas, que à partida poderiam ter algumas dificuldades em fazer os pedidos. A entrevistada explica que “*a partir do 1º contacto, sabendo que a pessoa não tem acesso à plataforma online, temos o cuidado de contactar e informar o que há nessa semana*”. Este tipo de comércio de proximidade é de facto, diferenciador daquilo que se pratica na generalidade nas grandes superfícies comerciais, sobretudo em espaço urbano. Paralelamente, a mesma modalidade poderá dar um pequeno contributo para o combate ao isolamento da população mais idosa: “*para eles é mais uma cara, 5 min de conversa (...) estão tanto tempo sozinhos tem de haver sempre um momento de conversa*” (Mercearia do Prato). No mesmo sentido, o facto da entrevista à promotora do projeto Fruta Feia, que decorrido num dia de distribuição, permitiu observar a existência de uma relação de proximidade entre consumidores e promotora, sendo que a mesma confirmou que conhece todos os seus inscritos e procura sempre conversar um pouco com eles no momento da entrega da caixa.

Para a representante do Cabaz do Mar, o estabelecimento de uma relação forte com os pescadores é mesmo fundamental para o sucesso da iniciativa. *“Se não houvesse já relações criadas no anterior projeto era impossível termos atingido os objetivos a que nos propusemos”*.

As relações estabelecidas entre produtores, intermediários e consumidores podem ainda ser uma ponte para novos projetos, nomeadamente, projetos que visam a valorização das tradições e saberes-fazer locais. Veja-se por exemplo, das conversas estabelecidas com os clientes mais idosos, existe por vezes uma *“troca de receitas... que acabamos por trazer de volta. Quanto mais damos, mais recebemos e é isso que nos tem guiado”* (Mercearia do Prato). Estas receitas acabam por ser replicadas na ementa diária da Mercearia. Algo parecido acontece com a iniciativa Cabaz do Mar. *“Nós queremos, e já temos um levantamento de receitas com os pescadores ao nível do concelho, queremos começar a enviar as receitas com o cabaz (...). Também queremos mensalmente promover encontros entre consumidores e pescadores, um deles é o workshop de culinária. Porque as receitas até podem ir, mas os consumidores dizem sempre que não fica igual, falta o segredo. As pessoas querem aprender com eles e isto dá-lhes uma valorização pessoal que não se consegue medir. As pessoas daqui ficam com o coração cheio de ter 15 ou 20 pessoas que vêm de propósito para os ouvir”*. Esta última dinâmica vai ao encontro da referência do Comité das Regiões (2011) quanto à possibilidade de estas redes, poderem impulsionar outras, com vista a um processo de desenvolvimento.

Uma outra situação relevante, relatada pela entrevistada da Mercearia do Prato, é a promoção de relações entre os próprios consumidores, que vão além do simples ‘passa palavra’. *“Temos situações, em Lisboa e Oeiras, em que temos prédios inteiros a encomendar a caixa, onde um deles fica responsável por receber a de todos. Cria o hábito de comunicarem”*. O estabelecimento deste tipo de relações, num contexto que habitualmente é associado a um maior individualismo, poderá ser outro fator distintivo deste tipo dos CCA.

A relação estabelecida entre partes parece de facto, ser uma das características-chave destes processos, evidenciando uma clara diferença àquele que é o consumo de massas.

## **IV.7 Aceitação e perspectivas de futuro**

### *IV.7.1 Evolução do número de clientes até ao presente*

No que se refere à adesão dos clientes, as iniciativas aqui representadas são claros casos de sucesso. *“Nós temos clientes fixos e pontuais, no total temos 2100 clientes em carteira. Periodicamente temos uma média de 15 a 30 caixas a serem entregues (...) Isto derivado à qualidade do produto, também ao cuidado que hoje em dia as pessoas já estão a ter com a alimentação. A facilidade de poder aceder aos produtos sem deslocação também ajuda. Facilidade de ter um horário alargado, até às 21:30 (...)”* (Mercearia do Prato).

No caso do Cabaz do Mar e Fruta Feia - que contam apenas com alguns meses de atividade - têm incapacidade de dar uma resposta imediata a todos os pedidos de adesão, pois os recursos económicos e humanos das iniciativas não acompanham a crescente procura. *“Neste último mês passamos de 11 clientes para 31, todos os dias contactam-me pessoas interessadas. Neste momento temos dificuldade em dar uma resposta breve. Isto porque é preciso que a capacidade, os recursos humanos acompanhem (...) Nós queremos ter muitos clientes mas divididos por todas as semanas. Às vezes agendo a primeira entrega para duas semanas depois do contacto. Nós não queremos levar a carroça à frente dos bois, queremos ter consciência que estamos a fazer bem”* (Cabaz do Mar); *“Quando esta ideia foi apresentada ao concurso da Gulbenkian, o modelo tinha sido pensado para arrancar com 40 consumidores associados, nós já arrancamos com 120, ficando uns 200 em lista de espera, hoje em dia são 420 e cerca de 1500 em lista de espera por isso a adesão tem sido surpreendente e muito maior do que nós esperávamos”* (Fruta Feia). A incapacidade de aumentar o número de clientes, mantendo a qualidade do produto, também antes já tinha sido referida pela promotora da Mercearia do Prato.

No caso das iniciativas recolhidas no levantamento *online* não existe referência ao número de clientes abrangidos. Tal como foi referido pelos promotores, quando questionados sobre quais seriam as motivações dos clientes para aderirem aos CCA, o sucesso dos cabazes agroalimentares aqui destacados vem mais uma vez expor a aceitação e sensibilização dos consumidores para a temática.

#### *IV.7.2 Número de pessoas envolvidas*

Quanto ao número de produtores envolvidos, este pode ser bastante variável. De salientar, por exemplo, o caso da Mercearia do Prato: existe uma parceria com 4 pequenos produtores; a Fruta Feia estabelece contacto com cerca 31. Nesta última, acontece que dependente da época do ano, e portanto dos hortícolas e frutas correspondentes, existe um contacto com produtores já registados e que se sabe produzirem esse tipo de produto. No caso da Mercearia, os produtores são fixos, sendo que estes escoam toda a sua produção para o cabaz. A iniciativa Cabaz do Mar conta com a participação de 26 pescadores da Azenha do Mar: *“neste momento estão envolvidos todos os pescadores da Azenha do Mar, 13 embarcações, na maioria todas as embarcações estão com 2 pessoas, contamos com uns 26”*.

No que diz respeito às pessoas envolvidas da organização e distribuição do cabaz, sabemos que a Mercearia do Prato tem cinco colaboradores ligados exclusivamente a essa atividade. *“Nós temos 3 pessoas na nossa produção, um estafeta e uma coordenadora das rotas que se encarrega dos pedidos e organizar locais e horário. Não sabemos o número de colaboradores dos nossos parceiros”*.

Destacamos, no caso do Cabaz do Mar e Fruta Feia uma forte componente de trabalho voluntário, nomeadamente de pessoas que se identificam com as causas aí defendidas. *“Neste momento, os pescadores são os 26 e o envolvimento é fazerem a sua atividade profissional, claro que posso salientar 2,3,4 que me ajudam a pensar, que vêm aqui, falam comigo e que resolve diariamente os problemas e dificuldades com que nos deparamos. Em termos de gestão do serviço sou eu e outra pessoa, sou eu que faço a gestão de todo o produto. Tenho comigo um pescador reformado (...) estamos sempre os dois, somos nos que compramos o pescado, que o distribuímos, lavamos caixas, fazemos isso tudo. Já temos deste a semana passada uma pessoa aqui da azenha do mar que é pescador mas agora não está a exercer e que vai nos ajudar umas horas por semana para amanhar o pescado. O que foi combinado é que até não haver fundo de maneiio, não recebem. Até porque nenhum deles faz isto por dinheiro, querem é ter uma ligação à Azenha do mar, à pesca e é aqui que a vêm buscar e acreditam no futuro”* (Cabaz do Mar); *“Assim, empregados contratados neste momento são 2 pessoas e uma estagiária. E depois temos voluntários. Voluntários que ajudam na montagem das cestas, que são uns 10. E depois voluntários que estão comigo desde o início, amigos que têm os seus trabalhos mas que depois vão dando uma mãozinha de back office, mais 3 pessoas. No total 16 pessoas”* (Fruta Feia).

#### *IV.7.3 Perspetivas de Futuro*

No que se refere às perspetivas de futuro, a Mercearia do Prato, considerando que está a atingir os objetivos a que se propôs pretende ficar tal como está, pois o objetivo não é crescer mais. *“Continuar como está... Já nos foi proposto aderir a uma comunidade para aumentar o cultivo, mas não é esse o nosso objetivos, só aceitamos até a terra poder”* (Mercearia do Prato).

Já as outras duas iniciativas têm em comum a necessidade de a curto prazo fazer face às despesas inerentes à implementação da iniciativa e, posteriormente, a longo prazo o objetivo de expandir e replicar o projeto para outros pontos do país. *“O nosso objetivo a curto prazo é conseguirmos adquirir a viatura, que está contemplada no financiamento, da associação (de pescadores), mas que primeiro deve ser gasto, isto é a acontecer já em junho”* (Cabaz do Mar); *“Agora que nos ardeu a carrinha voltamos a ter um problema financeiro. Tínhamos um dinheiro para o crescimento do próprio projeto que agora vamos injetar na compra da carrinha...mas é insuficiente, agora temos de angariar mais”* (Fruta Feia).

*“Expandir, ir para o interior do concelho e ter mais pescadores, em vez de ter um dia de distribuição, ter 3 dias de distribuição no verão (...) Queremos disseminar a ideia, o formato, a forma de fazer”* (Cabaz do Mar); *“É sempre ir crescendo. Ir abrindo outros pontos de entrega noutros bairros de Lisboa e depois ir crescendo para o país (...) há desperdício em todo o território nacional não é só esta região e como nos queremos fazer um consumo de proximidade para não dar origem aos tais custos do transporte, nós não conseguimos dar resposta a todos os agricultores se não conseguirmos abrir postos de entrega perto deles.”* (Fruta Feia). Esta ambição de expansão e replicação deve-se sobretudo à natureza dos projetos, onde a redução do desperdício alimentar é um foco fundamental, e sabendo-se que este acontece em todos os territórios.



## **CONCLUSÃO**

Neste capítulo iremos sintetizar aquelas que foram as principais conclusões da investigação realizada e tendo presentes os objetivos a que nos propusemos responder.

A segurança alimentar e a sua relação com novas formas de comercialização - os circuitos curtos agroalimentares - cada vez mais presentes no nosso dia-a-dia, foram o mote que serviu de ponto de partida a esta investigação. Como surgem estas iniciativas? Quais as motivações dos seus promotores? Que potencialidades para a segurança alimentar? Quais os benefícios sociais, ambientais e económicos destas iniciativas para os territórios em que se inserem? Quais as suas potencialidades para o desenvolvimento rural? Foram algumas das questões que orientam a estratégia metodológica e analítica desta investigação.

Apresentam-se de seguida as principais conclusões a partir de dimensões presentes na análise das iniciativas que constituíram o objeto de estudo da investigação:

### *Principais características*

- Litoralização e concentração das iniciativas nos centros urbanos. Grande Lisboa e Grande Porto (NUT III) destacam-se como aquelas que reúnem um maior número de iniciativas, respetivamente 23,8% e 19,0%.
- As promotoras entrevistadas são do sexo feminino, jovens e sem uma ligação anterior à agricultura e pesca. Os seus percursos profissionais tendem a alterar-se após a implementação destes projetos.
- Não obstante a participação de uma cooperativa de consumidores e uma Associação de Desenvolvimento Local (ADL), na presente investigação e apesar de se observar um número considerável de ADL e Câmaras Municipais com vínculo ao programa PROVE – Promover e Vender, estas iniciativas são maioritariamente promovidas por microempresas ou pessoas a título individual
- Após 2010 verificou-se um *boom* de iniciativas que visam a comercialização de hortofrutícolas em cabazes agroalimentares, sendo 2012 e 2013 os anos com maior expressão.
- A divulgação é feita essencialmente via *web*, destacando-se o *facebook* como meio preferencial. O “passa-palavra” também assume aqui um papel importante enquanto mecanismo privilegiado de disseminação destas iniciativas. Tais práticas distinguem-se substancialmente das ‘mega’ campanhas de marketing praticadas pelas grandes superfícies comerciais.
- Privilegia-se a comercialização de fruta e legumes de época, com uma distribuição semanal e quinzenal, muitas vezes gratuita. As encomendas são registadas via *web* ou através do telefone.

### *Principais Dificuldades*

- As principais dificuldades apontadas pelas promotoras das iniciativas foram o investimento inicial e as diligências burocráticas.
- Posteriormente, e face à grande afluência de clientes, verifica-se uma dificuldade acrescida de responder a todos pedidos.

### *Elementos Facilitadores*

- Como elementos facilitadores da implementação do projeto foram destacados a ‘qualidade do produto’, considerada como a melhor forma de atrair novos clientes, e as relações de proximidade estabelecidas com produtores e consumidores.

### *Motivações*

- As principais motivações das promotoras para a implementação dos projetos são: a necessidade de escoar produto, a intenção de reduzir o desperdício alimentar, o enfoque na qualidade e a preservação do meio ambiente.
- As motivações dos consumidores tendem a se assemelhar às das promotoras. A identificação com a missão da iniciativa parece ser o principal fator de atração para os clientes do ‘Cabaz do Mar’ e ‘Fruta Feia’. Posteriormente, a procura de qualidade e o facto dos produtos serem entregues ao domicílio, em horários compatíveis com os dos clientes, são fatores que reforçam o interesse por este tipo de iniciativas.
- Quanto aos produtores a opinião das nossas entrevistadas foi unânime: as principais motivações são de ordem económica. Ao comercializarem a sua produção através dos CCA têm a possibilidade de escoar produtos, que de outra forma não seriam valorizados no mercado. Veja-se o exemplo de frutas e legumes fora dos padrões ‘normais’ do mercado e daqueles peixes que normalmente não são atrativos aos consumidores.

O principal objetivo desta investigação foi *‘perceber quais as potencialidades dos CCA, e mais especificamente dos cabazes de produtos agroalimentares, para a promoção da segurança alimentar’*. Sabemos que a insegurança alimentar poderá estar subjacente à escassez de recursos económicos, à indisponibilidade de alimentos, ou até ao inadequado transporte dos mesmos (FAO, 2013). Sabemos também que a FAO identifica seis desafios-chave (2011) para a segurança alimentar no séc. XXI: *‘crescimento da população, crescente urbanização, alteração dos hábitos de consumo alimentar, esgotamento dos recursos*

*naturais, aumento dos fenómenos naturais provocados pelas alterações climáticas e globalização do sector agrícola.*

O crescimento da população exige o aumento da produção. Mas subscrevendo as recomendações internacionais, este aumento tem de ser feito da forma mais sustentável, procurando-se reduzir os impactos negativos sobre o clima e o esgotamento dos recursos naturais. Ao privilegiarem técnicas agrícolas menos intensivas, muitas vezes recorrendo à produção biológica, os CCA parecem responder a estes objetivos. No mesmo sentido, o facto de muitas vezes tais explorações se localizarem próximas dos centros urbanos permite uma resposta às necessidades de abastecimento decorrentes da crescente urbanização. O aumento da produção local permite ainda que os territórios criem alternativas às grandes superfícies comerciais, reduzindo parte da dependência do mercado global agroalimentar, ou seja, não estando tão suscetíveis às flutuações do mesmo. Segundo a FAO (2011) a proximidade urbano-rural permite uma melhor utilização dos recursos naturais. Estas iniciativas podem contribuir para a maior estabilidade e sustentabilidade do sistema agroalimentar.

A qualidade é outra determinante da segurança alimentar. A atual dependência de pesticidas, hormonas e antibióticos na produção alimentar tem consequências drásticas para os indivíduos (ODI, 2003). A preferência por alimentos processados, sobretudo nos países ditos desenvolvidos, está a dar origem a um conjunto de ‘doenças modernas’ como é o caso da obesidade, cancro, alergias etc. (Maluf *et al.* 2001). Estas alterações nos sistemas alimentares devem-se em grande parte ao atual modelo de desenvolvimento assente no consumo massificado, com vista ao crescimento económico. Também na dimensão ‘qualidade’ da segurança alimentar os CCA podem dar o seu contributo. Estes tendem a comercializar alimentos não processados, privilegiando os produtos de época, recorrendo-se muitas vezes à agricultura biológica. Posteriormente o facto de serem distribuídos logo após a recolha, faz com que não haja a necessidade de aditivos à conservação dos alimentos.

Estas iniciativas contribuem igualmente para a redução do desperdício alimentar, uma outra consequência das *sociedades de consumo*.

A análise das ‘potencialidades dos CCA para o desenvolvimento dos territórios rurais’ foi outro objetivo desta investigação. Estas potencialidades têm vindo a ser discutidas cada vez com maior frequência, inclusivamente a nível político. Aqui, pode-se distinguir benefícios ambientais, económicos e sociais dos CCA para os territórios em que se inserem.

Dentro dos benefícios ambientais salienta-se a utilização de técnicas agrícolas e pesca tradicionais, que por serem menos intensivas e limitarem o uso de fertilizantes contribuem para a sustentabilidade dos recursos naturais, como é o caso do recurso ‘terra’ e ‘água’. Isto poderá ainda contribuir para a preservação do *habitat*, ou seja, das espécies – flora e fauna – aí presentes. Neste âmbito, destaca-se o caso da Mercearia do Prato, cuja representante referiu ter parado a divulgação do cabaz para não intensificar a produção. Além disso, denota-se no discurso das nossas entrevistadas, e sobretudo no caso do Cabaz do Mar e Fruta Feia, uma preocupação com os custos associados ao transporte dos alimentos. À partida, o menor número de quilómetros percorridos e a redução do tempo de conservação trará vantagens ambientais, nomeadamente ao nível da emissão de gases do efeito de estufa. Além disso, e tendo em conta que toda a produção tem custos ambientais, o facto de se reduzir o desperdício alimentar, faz com que o custo de produção desses alimentos não seja em vão.

Ao nível económico salientam-se as vantagens para os produtores. Segundo os testemunhos recolhidos, a adesão aos CCA permite aos produtores um maior escoamento do produto, a comercialização de espécies que de outra forma não seriam comercializadas e a aferição de rendimentos mais justos. Relembra-se que a promotora da Mercearia do Prato alertava para o facto de muitos destes produtores terem na agricultura a única fonte de rendimento.

Além da maior retenção de valor para os territórios podem distinguir-se igualmente benefícios sociais resultantes destas dinâmicas. Constatou-se que as relações humanas são uma característica-chave destes projetos. As relações criadas entre produtor - promotor - consumidor têm potencial para reforçar a coesão social de um dado território, e dar origem a novos projetos. Disso são exemplo as trocas de receitas realizadas na Mercearia do Prato e os workshops de culinária promovidos pelo Cabaz do Mar. A transmissão de saberes tradicionais permite, por sua vez, o reforço da identidade cultural de um dado local. Assim, existe um efetivo *empowerment* da população local. Ainda no campo das relações humanas, é de destacar a proximidade criada com a população mais idosa (frequentemente isolada) e as relações de cooperação entre vizinhança relatadas pela promotora da iniciativa Mercearia do Prato.

Com esta investigação percebeu-se que efetivamente os CCA permitem:

- a) a dinamização do consumo de alimentos produzidos localmente;
- ii) o estabelecimento de ligações diretas entre produtores e consumidores;
- iii) a revitalização de estruturas de produção, transformação e distribuição;
- iv) a construção de redes de relações entre produtores e governos

locais, empresários e outros líderes; e v) a promoção da economia local e do desenvolvimento rural” (Tibério *et al*, 2013:6).

Em suma, remetendo para o capítulo I, verificou-se que os CCA são de facto passíveis de integrar uma estratégia de intervenção que responde aos problemas que se colocam ao futuro da segurança alimentar. Uma abordagem destas, tal como é referido por Santos *et al.* (2013), deve reinventar o contexto global, regional e local, tendo em conta as especificidades dos territórios. Para isso é fundamental que tal estratégia integre diferentes visões sobre o problema, com vista a uma intervenção multidimensional. Os CCA parecem efetivamente trazer benefícios para a promoção da segurança alimentar, a uma micro escala, mas também para responder aos ‘super’ desafios que se colocam à segurança alimentar no Séx. XXI. Paralelamente, ao reunirem as três dimensões-chave dos processos de desenvolvimento - ambiental, económica e social – os CCA parecem ter potencial para integrar ativamente as estratégias de desenvolvimento local. Neste contexto torna-se portanto, importante superar as principais dificuldades de implementação enumeradas: de ordem financeira e burocrática. Apesar de estas iniciativas partirem essencialmente da vontade e das motivações dos/as promotores/as, a intervenção das entidades públicas-estatais, nas suas diferentes instâncias, parece ser fundamental para o sucesso da sua solidificação, continuidade e integração numa estratégia sólida de desenvolvimento rural.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Andersen, Per Pinstrup e Lorch Rajul Pandya (1998) “Food security and sustainable use of natural resources a 2020 Vision”, *Ecological Economics*, (26), pp.1-10.
- Amaro, Rogério Roque (2001), “Opções Estratégicas e Atores de Desenvolvimento em Confronto no Caso de Foz Coa” em Maria Eduarda Gonçalves (coord.), *O Caso de Foz Côa: Um Laboratório de Análise Sociopolítica*, Lisboa, Edições 70.
- Amaro, Rogério Roque (2003), “Desenvolvimento: um conceito ultrapassado ou em renovação? Da teoria à prática e da prática à teoria”, *Centro de Estudos Africanos*, (4), pp. 35-70.
- Baptista, Alberto, Artur Cristóvão, Isabel Rodrigo, Luís Tibério e Dulce Vilas Boas (2012), *Relatório Final de Avaliação Projeto de Cooperação Interterritorial Prove – Promover e Vender, A Perspetiva dos Produtores, (sine loco)*, ISA, CETRAD,UTAD.
- Baptista, Alberto, Artur Cristóvão, Daniela Costa, Helena Guimarães, Isabel Rodrigo, Luís Tibério e Teresa Pinto-Correia (2013a), *Recomendações e Medidas de Política de apoio aos Circuitos Curtos Agro-alimentares: Período de Programação 2014-2020 - Relatório Final, (sine loco)*, ISA, Universidade de Évora, UTAD.
- Baptista, Alberto, Artur Cristóvão, Isabel Rodrigo e Luís Tibério (2013b), “Parcerias, ação coletiva e desenvolvimento de sistemas alimentares localizados: o projeto prove em Portugal”, *Perspectivas Rurales. Nueva época*, 23, pp. 12-31.
- Becker, Cláudio e Carmen Lozano Cabedo (2012), “Como construir a Qualidade Agroalimentar: Análise de experiências brasileiras e espanholas”, *Rev. De Economia Agrícola*, 59 (2), pp.115-129.
- Campbell, Cathy C. (1991), “Symposium: Food Insecurity: A Nutritional Outcome or a Predictor Variable?” *JN The Journal of Nutrition*, 121 (3), pp.408-415.
- Carmo, Isabel do (2013), “Alimentação Humana: saúde, ambiente e igualdade” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Capucha, Luís (1996) “Fazer Render o Belo”, *Sociologia Problemas e Práticas*, 21, pp. 29-46.
- Carneiro, Inês Ferreira (2005) “A contribuição do Programa de iniciativa comunitária LEADER para uma Política de Desenvolvimento Rural em Portugal”, comunicação apresentada na *Conferencia Políticas Públicas para o Desenvolvimento*, ISCTE-IUL, 16 e 17 de Junho 2005, Lisboa.
- Carvalho, José Mexia Crespo de e José António Rosseau (2000), *Produtos Hortofrutícolas Frescos ou Minimamente Processados: Logística*, Estoril, Principia: Publicações Universitárias e Científicas.
- Chaves, Luís (eds.) (2014), “Circuitos Curtos de Comercialização”, *Pessoas e Lugares*, 14, pp. 11
- Clay, Edward (2002) “Food Security: concepts and measurement” Paper for FAO Expert Consultation on *Trade and Food Security: Conceptualising the Linkages*, FAO, 11 e 12 de julho de 2002, Roma.
- Colonnelli, Emilio e George-André Simon (2013), *Food Security Governance: History, Definitions and Institutions*, EU Lifelong Learning Programme, Catania, Università degli Studi di Catania.

- Comissão Europeia (2010), *A PAC no horizonte 2020: Responder aos desafios do futuro em matéria de alimentação, recursos naturais e territoriais*, Bruxelas, Comissão Europeia.
- Comissão Europeia (2012), *Citizens' summary - Agriculture in Europe after 2013*, Bruxelas, Comissão Europeia.
- Comité das Regiões (2011), “Parecer do Comité das Regiões sobre Sistemas alimentares locais”, *Jornal Oficial da União Europeia*, (online), C 104.
- Disponível em:  
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:104:0001:0006:PT:PDF>
- Cordovil, Francisco (1997), “Desenvolvimento Rural e Conservação do Campo”, *DINÂMIA working paper*, (online), 1997/7.
- Disponível em: [http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/471/4/DINAMIA\\_WP\\_1997-07.pdf](http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/471/4/DINAMIA_WP_1997-07.pdf)
- Cordovil, Francisco e Manuel Rosa (coord.) (1997), *Desenvolvimento Rural novas realidades e perspectivas*, Lisboa, Direção Geral de Desenvolvimento Rural.
- Correia, Augusto Manuel e Maria Hermínia Cabral (2013), “Do desenvolvimento á alimentação e da alimentação ao desenvolvimento” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Costa, Joana (2014), “Nações Unidas aprendem com Portugal a combater desperdício alimentar”, *Renascença*, (online), 14/04/2014.
- Disponível em: [http://rr.sapo.pt/informacao\\_detalhe.aspx?fid=25&did=144928](http://rr.sapo.pt/informacao_detalhe.aspx?fid=25&did=144928)
- Costabeber, José António e Francisco Roberto Caporal (2002), “Possibilidades e Alternativas do Desenvolvimento Rural Sustentável”, comunicação apresentada no *I Congresso Internacional Sobre Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural Sustentável*, Universidade Federal de Santa Maria, 2 e 3 de dezembro de 2002, Santa Maria.
- Cristóvão, Artur e Luís Tibério (2008), “Comprar Fresco, Comprar Local: será que temos algo a aprender com a experiencia americana?”, comunicação apresentada no *VII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais, Cultura, Inovação e Território*, UTAD, 23-25 de outubro de 2008, Coimbra.
- Diniz, Eduardo (2013), *Programa de Desenvolvimento Rural*, apresentação em Seminário PDR 2014-2020, 30 de outubro de 2013, INIAV/Oeiras.
- Duarte, Filomena (2013) “Consumo alimentar: regresso ao passado?” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Duarte, Teresa (2009), “A Possibilidade da Investigação a 3: reflexão sobre triangulação (metodológica)”, *CIES e-Working Paper*, (online), 60/2009
- Disponível em: [http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP60\\_Duarte\\_003.pdf](http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP60_Duarte_003.pdf)
- Ferrari, Dilvan Luiz (2011), *Cadeias Agroalimentares Curtas: A Construção Social de Mercados de Qualidade pelos Agricultores Familiares em Santa Catarina*, Dissertação de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.
- Filho, Niemeyer Almeida, Walter Belik, António César Ortega, Ebenézer Pereira Couto e Carlos Eduardo Vian (2007) “Segurança Alimentar: Evolução Conceitual e Ação das Políticas

Públicas na América Latina”, comunicação apresentada no XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Universidade Estadual de Londrina, 22 a 25 de julho de 2007, Londrina.

Food and Agriculture Organization of the Nations (FAO) (2011), *FAO in the 21<sup>st</sup> century: Ensuring food security in a changing world*, Roma, FAO.

Food and Agriculture Organization of the Nations (FAO) (2013), *The State of Food Insecurity in the World 2013: The multiple dimensions of food security*, Roma, FAO.

GEVPAL (2012), *Relatório do Grupo de Trabalho - Estratégias para a valorização da produção agrícola local*, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, (*sine loco*).

Giddens, Anthony (2009), *Sociologia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Godfray, H. Charles, John R. Beddington, Ian R. Crute, Lawrence Haddad, David Lawrence, James F. Muir, Jules Pretty, Sherman Robinson, Sandy M. Thomas, Camila Toulmin (2010), “Food Security: The Challenge of Feeding 9 Billion People”, *Science*, (Online) (327) 5967, pp.812-818.

Disponível em: <http://www.sciencemag.org/content/327/5967/812.short>

Godfray, H. Charles (2013), “O desafio de alimentar nove milhões de pessoas em 2050” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Greenwood, Ernest (1965), “Métodos de investigação empírica em Sociologia”. *Análise Sociológica*, III (11), pp. 313-345.

Kneafsey, Moya, Laura Venn, Ulrich Schmutz Bálint Balázs, Liz Trenchard, Trish Eyden-Wood, Elizabeth Bos, Gemma Sutton e Matthew Blackett (2013), *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics*, Luxemburgo, Comissão Europeia.

Lopes, Regina (2014), “Editorial”, *Pessoas e Lugares*, 14, pp. 2.

Maluf, Renato S., Francisco Menezes e Susana Bleil Marques (2001), *Caderno de Segurança Alimentar* (Online).

Disponível em: [http://www.ieham.org/html/docs/Caderno\\_Seguran%C3%A7a\\_Alimentar.pdf](http://www.ieham.org/html/docs/Caderno_Seguran%C3%A7a_Alimentar.pdf)

MAMAOT (2012a), *Programa de Desenvolvimento Rural Continente (2007-2013)- Revisão 9 de janeiro de 2012*, Lisboa, MAMAOT.

MAMAOT (2012b), *Programa de Desenvolvimento Rural (2014-2020) – Documento de Orientação*

Disponível em: [http://www.gpp.pt/pac2013/Programacao/Doc\\_orientacao\\_PDR2014-20.pdf](http://www.gpp.pt/pac2013/Programacao/Doc_orientacao_PDR2014-20.pdf)

MAMAOT (2013), *Programa Desenvolvimento Rural do Continente 2014-2020 – Diagnóstico*.

Disponível em: [http://www.gpp.pt/pac2013/ct/1a-Diagnostico\\_PDR\\_2014\\_2020\\_30\\_10\\_2013.pdf](http://www.gpp.pt/pac2013/ct/1a-Diagnostico_PDR_2014_2020_30_10_2013.pdf)

Miribel, Benoît (2013), “Um novo paradigma da segurança alimentar mundial, garantia de um desenvolvimento individual e coletivo” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Overseas Development Institute (ODI) (2003), “Food policy old and new”, *ODI Briefing Paper* (Online), November 2003.

- Disponível em: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/1862.pdf>
- Peters, Jeanne (1997), “Community food systems: Working, toward a sustainable future”, *Journal of the American Dietetic Association*, 97(9), pp. 955-956.
- Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Grávida.
- Rede Europeia de Desenvolvimento Rural (REDR) (2012) *EU Rural Review: Local Food and Short Supply Chains*, (online), 12
- Disponível em: [http://enrd.ec.europa.eu/app\\_templates/filedownload.cfm?id=E8F24E08-0A45-F272-33FB-A6309E3AD601](http://enrd.ec.europa.eu/app_templates/filedownload.cfm?id=E8F24E08-0A45-F272-33FB-A6309E3AD601)
- Renting, Henk, Terry K. Marsden e Jo Banks (2003), “Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development”, *Environment and Planning*, 35 (3), pp. 393-411.
- Santos, José Lima, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (2013) “Introdução: uma alimentação com futuro, saudável, sustentável e acessível para todos” em José Lima Santos, Isabel do Carmo, Pedro Graça e Isabel Ribeiro (orgs.) *O Futuro da Alimentação: Ambiente, Saúde e Economia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Sendim, Alfredo Cunhal (2012) “Reflexões sobre o futuro da PAC pós - 2013”, *Pessoas e Lugares*, 4, pp. 18-19.
- Sonnino, Roberta e Terry K. Marsden (2006), “Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe”, *Journal of Economic Geography*, 6 (2), pp. 181-199.
- Tibério, Luís, Alberto Baptista e Artur Cristóvão (2013), “Sistemas Agroalimentares Locais e Comercialização em Circuitos Curtos de Proximidade”, *Revista Rede Rural Nacional*, (online), 3.
- Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/emrede/revista-da-rrn>
- União Europeia (2013), “Regulamento (UE) n. O 1305/2013 do parlamento europeu e do conselho de 17 de dezembro de 2013 relativo ao apoio ao desenvolvimento rural pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER) e que revoga o Regulamento (CE) n. o 1698/2005 do Conselho” *Jornal Oficial da União Europeia*, (online), L 347.
- Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/component/content/article/78-noticias/599-regulamento>
- Vala, Jorge (1986), “A análise de Conteúdo” em Silva, Augusto Santos e José Madureira Pinto (orgs.) *Metodologias das Ciências Social*, Porto, Edições Afrontamento.

## **Webgrafia**

Comissão Europeia: [http://enrd.ec.europa.eu/themes/entrepreneurship/rural-entrepreneurship-gateway/library-on-rural-entrepreneurship/specific-themes/en/short-supply-chains\\_en.cfm](http://enrd.ec.europa.eu/themes/entrepreneurship/rural-entrepreneurship-gateway/library-on-rural-entrepreneurship/specific-themes/en/short-supply-chains_en.cfm)  
[ultima consulta a 12 de junho de 2014]

Fruta Feia – Gente bonita come Fruta Feia: <http://www.frutafeia.pt/> [ultima consulta a 17 de junho de 2014]

Município de Arruda dos Vinhos: <http://www.cm-arruda.pt/> [ultima consulta a 17 de junho de 2014]

PROVE – Promover e Vender: <http://www.prove.com.pt/www/index.php> [ultima consulta a 19 de junho de 2014]

Rede Rural Nacional: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/> [ultima consulta a 12 de junho de 2014]

Taipa – Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado do Concelho de Odemira: <http://www.taipa-desenvolvimento.pt/> [ultima consulta a 17 de junho de 2014]



**ANEXO A - Guião de Entrevista - a aplicar aos promotores de  
CCA**

(Apresentação e identificação dos objetivos da entrevista. Garantia de anonimato. Perguntar se pode gravar)

### **1) Identificação da Iniciativa**

ID Iniciativa:

Promotor:

Local:

Data de Início:

### **2) Caracterização da Iniciativa**

Tipo de produtos comercializados

Divulgação

Periodicidade/regularidade

Origem dos produtos (tipo de exploração agrícola)

Nº de produtores associados

Perfil dos agricultores que fornecem a iniciativa

Aproximação nº de clientes

Evolução do mercado (clientes) desde o início da iniciativa

Dimensão do território abrangido (p.e. através da identificação dos concelhos)

Número de pessoas envolvidas na iniciativa

### **3) Como surgiu a iniciativa?**

Como surgiu a ideia

Motivações

Objetivos

**4) Teve apoios externos à organização para o desenvolvimento do CCA?** (possíveis apoios, parcerias etc.).

**5) Se sim, identifique esse apoio: institucional, financeiro** (medidas/apoios/fundos estruturais, outros).

**6) Quais pensa serem as principais motivações dos produtores envolvidos?**

**7) Estes produtores detiveram algum tipo de apoio?** (se sim, de que tipo).

**8) Sabe da existência de redes de produtores?** (qual a sua origem, caracterização, objetivos)

**9) Quais pensa serem as motivações dos clientes para privilegiarem os CCA?**

**10) Qual o perfil desses clientes** (idade, género, localidade...)

**11) Principais dificuldades encontradas.**

**12) Principais elementos facilitadores.**

**13) Quais considera ser os principais benefícios destas iniciativas para os territórios rurais e a comunidade?**

**14) Quais as perspetivas futuras de desenvolvimento desta iniciativa?**

**15) Conhece outras iniciativas deste tipo?** (já estabeleceu contacto, trocas de ideias, parcerias etc.)

**16) Se conhece outras iniciativas, diga quais**

**17) Caracterização sociodemográfica** (do promotor e de outras pessoas envolvidas na iniciativa – se existirem).

## **ANEXO B - Grelha de Análise das Entrevistas**

Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos

Caracterização da Iniciativa	Promotor	Mercearia do Prato	Cabaz do Mar - TAIPA Odemira - Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado	Fruta Feia
	Local	Arruda dos Vinhos	Azenha do Mar (Odemira)	Lisboa
	Início	outubro de 2010	março de 2014	novembro de 2013
	Tipo de Produto Comercializado	o cabaz é composto por 8 legumes diferentes, 3 kg de fruta variada consoante a época, 6 ovos de galinha e ervas aromáticas. Os produtos hortícolas são para sopa e salada	É um cabaz de peixe fresco c/ 3kg. Temos uma lista de 35 espécies, as mais pescadas no nosso concelho. São 35 espécies que a pessoa pode receber no seu cabaz, pode escolher até 3 que não quer. <b>A partir daí todas as semanas é uma surpresa. O peixe é transportado em caixas de esferovite. Na primeira entrega são compradas duas caixas (2,50€), que ao longo do tempo deverão ser renovadas. O Cabaz são 20€.</b>	Fruta e legumes. Qual é o preço das cestas? A pequena são 3,50€ e tem há volta de 4kg e 7 variedades. O grande tem 8 variedades, à volta de 8 kg e custa 7€. Os quilos nunca são muito certos porque se trazes muitos hortícolas são mais leves e depois tens as ofertas dos agricultores porque eles entusiasma-se e dão mais do que encomenda.
Divulgação	Só fazemos publicidade pelo <i>facebook</i> .	<b>Neste momento não temos um único panfleto.</b> O que tem funcionado melhor na divulgação foi o 'passa palavra'.	<b>Fazemos pelo site, pelo facebook, e depois os Mídeas dão grande ajuda nisso porque temos aparecido em vários jornais e telejornais.</b>	
Caracterização da Iniciativa	Periodicidade/Regularidade	<b>Semana a semana.</b> Desde que os produtos estejam capazes de ser colhidos. P/ex., a semana passada não existia produtos suficientes para fazer a caixa mas trouxemos os que estavam bons para colheita para vender na loja. 5ª é a data em que nós encerramos os pedidos, e 6ª é feita a apanha, <b>procuramos que os produtos estejam o mais frescos possível, e como não têm qualquer aditivo é mais difícil a conservação.</b> É distribuído na 6ª feira.	<b>Temos clientes semanais, quinzenais e mensais.</b> Nos fazemos <b>entregas todas as 5ª feiras</b> e o cliente escolhe qual a modalidade. As maiorias são quinzenais.	Neste momento temos 2 <b>postos de entrega, os consumidores estão associados a um ou a outro.</b> Se estão associados à casa Independente no Intendente vêm à 2ªf, se estão associados ao Ateneu, vão levantar Há terça. <b>Por defeito os consumidores vêm buscar a sua cesta semanalmente, no entanto se as pessoas não quiserem vir ou alterar o tamanho, têm de avisar com alguma antecedência.</b>
	Origem dos produtos (tipo de exploração)	<b>Toda a zona Oeste.</b> Arruda dos Vinhos, Vila Franca de Xira, Alverca, Carregado... Criamos uma rede de parceria	<b>Só pescadores da Azenha do Mar, porque nos somos daqui e é aqui que temos a nossa sede e o espaço para fazer os cabazes, e o número de clientes não justificava mais pescadores.</b> Aos poucos com a compra da viatura e com mais clientes queremos começar a abranger pescadores de outros portos de pesca.	<b>Estes produtores foram descobertos indo para o campo, para os mercados de produtores da região do oeste</b> e disse-lhes que estava a montar esta cooperativa, perguntei se tinham desperdício, se queriam entrar. Ao início não queriam acreditar, desconfiavam. Mas desde que descobriram que é verdade estão super entusiasmados, <b>hoje em dia já não sou eu que faço a procura de produtores, são eles que contactam, passam a palavra uns aos outros. São os próprios produtores que ligam.</b>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

	Nº de produtores Associados	Além de nós existem mais <b>4 produtores</b> .	Neste momento estão envolvidos todos os pescadores da <b>Azenha do Mar, 13 embarcações, na maioria todas as embarcações estão com 2 pessoas, contamos com uns 26.</b>	31
Caracterização da Iniciativa	Perfil dos produtores	São pequenos produtores que trabalham (...) <b>com agrobiologia</b> , ou seja, utilizamos apenas o amanho dos animais para adubar a terra. <b>Essa é uma das condições que exigimos aos pequenos produtores para trabalharem connosco. Sem esta parceria eles não tinham oportunidade de escoar o produto deles de forma isolada.</b> (...) Aquilo que nós não temos há um dos produtores que tem. Criamos uma lista onde cada um está encarregue de três ou quatro produtos diferentes, <b>mantendo a qualidade.</b>	<b>São todos pescadores profissionais e é essa a profissão que exercem sempre que mar deixa, alguns também são mariscadores.</b> Há aqui lota, posto de vendagem porque é pequeno, <b>a maioria vende aqui.</b> (...) A maioria do pescado fica aqui, principalmente agora com o cabaz o mar, fica mesmo todo.	<b>Temos de tudo, tanto temos pequenos, como médios como grandes produtores.</b> Por exemplo, temos um produtor que a nós nos fornece curgete e tomate e distribui para a sonai. Deve ser dos maiores que nós temos. <b>Porque o nosso objetivo não é os pequenos produtores, nem o mercado biológico, é o desperdício alimentar. Ou seja, qualquer produtor que tenha produtos desperdiçados devido à aparência, seja um produto da época e da região pode ser um fornecedor da fruta feia.</b>
	Nº de clientes (aproximado)	Nós temos clientes fixos e pontuais, no total temos <b>2100</b> clientes em carteira. <b>Periodicamente temos uma média de 15 a 30 caixas a serem entregues.</b>	Neste momento temos <b>31 clientes.</b>	420
Caracterização da Iniciativa	Evolução do nº clientes desde o início da iniciativa	Muito bem aceite. <b>Isto derivado à qualidade do produto, também ao cuidado que hoje em dia as pessoas já estão a ter com a alimentação.</b> A facilidade de poder aceder aos produtos <b>sem deslocação</b> também ajuda. Facilidade de ter um <b>horário alargado</b> , até às 21:30, também o facto de termos a <b>rota gratuita de entregas</b> foi uma mais-valia.	Nós quando pensamos nisto, primeiro fizemos um questionário de <b>levantamento de necessidades a todos os pescadores do concelho</b> , saber o que pescavam, conhecer as suas famílias. Foi este trabalho que nos permitiu criar relações de partida, <b>ao mesmo tempo que conhecemos potenciais clientes. Fizemos um questionário (117) a potenciais futuros clientes</b> , para saber quem eram, que peixe consumiam, onde o comprava, o seu agregado familiar e se poderiam estar interessados em ser nossos clientes. (...) <b>Quando criamos o processo no primeiro mês trabalhamos com 11 cliente (...) até 17 de abril funcionou com estes 11 clientes.</b> Depois partimos para novos clientes, esses 11 já tinham espalhado a palavra e deram alguns contactos. (...) A partir daí foi um mundo. (...) <b>Neste último mês passamos de 11 clientes para 31, todos os dias contactam-me pessoas interessadas</b> , neste momento temos dificuldade em dar uma resposta breve. Isto porque é preciso que a capacidade, os recursos humanos acompanham. (...) Nós queremos ter muitos clientes mas divididos por todas as semanas. Às vezes agendo a primeira entrega para duas semanas depois do contacto. <b>Nós não queremos levar a carroça à frente dos bens, queremos ter consciência que estamos a fazer bem.</b>	Quando esta ideia foi apresentada ao concurso da Gulbenkian, <b>o modelo tinha sido pensado para arrancar com 40 consumidores associados, nós já arrancamos com 120, ficando uns 200 em lista de espera, hoje em dia são 420 e cerca de 1500 em lista de espera por isso a adesão tem sido surpreendente e muito maior do que nós esperávamos.</b>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

<p>Caracterização da Iniciativa</p>	<p>Dimensão do território abrangido</p>	<p>Atualmente a rota vai até Oeiras. Todo o concelho de Lisboa, e apanhamos também a zona até Alenquer. O ponto de partida é Arruda dos Vinhos, depois até Oeiras apanhamos toda a linha portuária, Alverca, Sobralinho, Bobadela, Lisboa, todas as localidades até Oeiras. (EU) <u>A maioria dos clientes são de Lisboa?</u> <b>Atualmente temos 50/50, ou seja 50%</b> são desta zona, Arruda, Sobralinho, Alverca os outros 50% de Lisboa e Oeiras. <b>Aqui, como existe muito cultivo próprio nas próprias casas o acesso aos produtos é diferente</b>, mas mesmo assim já temos alguns clientes de Arruda. <b>No caso de Sobralinho para a frente já entramos dentro do que é um cidadão, mais difícil aceder a estes produtos.</b></p>	<p><b>Isto é local, feito com os pescadores do concelho Para os consumidores do concelho. Não é nossa intenção nem compras pescado fora do concelho, nem vender para fora do concelho. Isto porque um dos nossos objetivos é estimular circuitos curtos de comercial.</b> Estamos a abranger <b>6 freguesias no nosso concelho, S. Teotónio, Almogrove, VNMF estas são as do litoral, e depois a limítrofes, mais para dentro S. Luís Odemira e Boavista.</b> (...) Ainda não temos clientes no interior do concelho. <b>O que pretendemos é que com o crescimento clientes, os conseguirmos dividir, estes passem a comprar o mais próximo possível, ou seja, os consumidores de VNMF receberem o pescado de VNMF, os de S. Teotónio, recebam pescado ou da zambujeira ou da Azenha.</b></p>	<p><b>São pessoas a quem estes pontos de entrega lhes dão jeito, ou porque moram aqui, ou trabalham aqui.</b> Tem que ser uma situação cómoda, temos alguns entusiastas que vêm de super longe mas a maioria reside ou trabalha por aqui.</p>
<p>Caracterização da Iniciativa</p>	<p>Nº de pessoas envolvidas na iniciativa (produtores + promotores)</p>	<p>Nós temos <b>3 pessoas na nossa produção, um estafeta e uma coordenadora das rotas que se encarrega dos pedidos e organizar locais e horário.</b> Não sabemos o número de colaboradores dos nossos parceiros.</p>	<p><b>Neste momento, os pescadores são os 26 e o envolvimento é fazerem a sua atividade prof, claro que posso salientar 2,3,4 que me ajudam a pensar, que vêm aqui, falam comigo e que resolve diariamente os problemas e dificuldades com que nos deparamos. Em termos de gestão do serviço sou eu e outra pessoa, sou eu que faço a gestão de todo o produto. Tenho comigo um pescador reformado, que faz parte dos órgãos da associação, eles é a pessoa indicada para mais tarde assumir a gestão do cabaz do mar.</b> Estamos sempre os dois, somos nos que compramos o pescado, que o distribuimos, lavamos caixas, fazemos isso tudo. <b>Já temos deste a semana passada uma pessoa aqui da azenha do mar que é pescador mas agora não esta a exercer e que vai nos ajudar umas horas por semana para amanhar o pescado.</b> O que foi combinado é que até não haver fundo de maneio, não recebem. Até porque nenhum deles faz isto por dinheiro, querem é ter uma ligação à Azenha do mar, à pesca e é aqui que a vêm buscar e acreditam no futuro.</p>	<p>Assim, empregados <b>contratados neste momento são 2 pessoas e uma estagiária.</b> E depois temos <b>voluntários. Voluntários que ajudam na montagem das cestas, que são uns 10.</b> E depois voluntários que estão comigo desde o início, amigos que têm os seus trabalhos mas que depois vão dando uma mãozinha de back office, <b>mais 3 pessoas. No total 16 pessoas.</b></p>

<p>Motivações Do promotor</p>	<p>Como surgiu a ideia? (motivações e objetivos)</p>	<p>Estávamos a <b>produzir mais do que aquilo que consumíamos</b> e daí a <b>necessidade de escoar o produto</b>. Daí <b>pusemos-mos na pele do cliente</b>, e eu como mãe e dona de casa <b>comecei a notar o que fazia falta para a alimentação saudável de duas crianças</b>, nomeadamente tudo que seja verdura, para incluir em todas as refeições e depois a questão da fruta. <b>Mas queríamos o cuidado de ter produtos bons</b>, para não trocarmos uma coisa má por uma menos boa. <b>Assim que imaginamos as necessidades dos clientes compusemos uma caixa que seriam as necessidades dos clientes para a semana</b>.</p>	<p>A Taipa também foi pioneira à <b>10 anos com o cabaz da horta, que neste momento continua a ser desenvolvido pelos agricultores do interior do concelho</b>. Cujo sistema funciona através do conceito de recíproco, relações de cidadania entre consumidores e produtores. O Cabaz do mar surge também deste conceito, é um projeto pioneiro em Portugal, não existe neste momento mais nenhum nem idêntico. (...) O que anteriormente acontecia era que as espécies <b>subvalorizadas não iam à loja, eles atiravam ao mar ou ficavam com elas para consumo próprio, o que acontece agora é que essas espécies também têm valor (peixes mais pequenos)</b>. No cabaz do mar dos 3kg um terço do quilo é sempre de espécies menos valorizadas, com base numa tabela do preço médio do pescado nos últimos dois anos, vai desde o Robalo, o mais valorizado até à parta roxa, a menos. <b>Garantimos sempre que o cabaz leve espécies mais valorizadas e menos valorizadas. Garantimos é que o pescado é pescado por pescadores do nosso concelho, na nossa costa e isto contribui para a económica local, é a garantia que temos peixe fresco, servido até 24h depois de ser capturado, pelos nossos pescadores, pela pesca artesanal que eles praticam</b>.</p>	<p>A iniciativa surge da <b>identificação do problema. Ou seja de eu me aperceber que existe um grande desperdício alimentar por questões técnicas, que se estima que seja de 30% da parte dos nossos agricultores. E essa questão começou-se a indignar e comecei a achar que se devia fazer alguma coisa para inverter esta tendência</b>. E na mesma altura em que estou indignada com esta situação há um concurso de Ideia de Origem portuguesa desenvolvido pela Gulbenkian e pela Cotec Portugal e esse concurso foi a <b>motivação necessária para eu começar a tirar a ideia da fruta feia da minha cabeça para os quadradinhos do Excel e fazer conta ao que precisávamos. Eras desta área?</b> Eu sou engenheira do ambiente. <b>Nós só compramos produtos aos agricultores da região para poupar nos custos ambientais do transporte, por exemplo não nos compensa ir buscar laranjas ao algarve tendo em conta toda a poluição que isso implica</b>.</p>
-----------------------------------	--	---	--	---

<p>Motivações do promotor</p>	<p>Teve apoios externos para o desenvolvimento do CCA?</p>	<p><b>Não, nada.</b> Hoje em dia penso que já existe devido ao “boom” destas iniciativas. <b>Quando criamos a caixa da mercearia não existia nada, mas também não era nossa intenção recorrer a tal.</b> Em casos extremos, se houvesse necessidade então aí iríamos por essa situação. No nosso caso, já tínhamos o produto, o meio, a forma de o fazer e depois tínhamos estas pessoas que operavam como nós e então unimos esforços. <b>A nossa questão não era aumentar, mas escoar aquilo que já tínhamos.</b> Se podermos abdicar desse compromisso (apoios comunitários) em troca de outro compromisso, melhor. (...) Se não conseguíssemos recorreríamos.</p>	<p><b>Promar 75%, e Câmara Municipal de Odemira.</b> Parceria com Associação Local (<b>Associação cultural e de desenvolvimento de pescadores e moradores da Azenha do Mar</b>) Fizemos a candidatura em 2011 para o Programa ProMar, que é o programa operacional de pesca, 2007-2013, o projeto é cofinanciado a 75%. Demorou um ano e meio a ser aprovado, só iniciou em dezembro de 2012. Baseamo-nos na nossa experiencia, do cabaz da horta e pensamos em partir logo para este projeto, portanto o nosso projeto é feito em parceria com a associação da azenha do mar. <b>Esta parceria consiste em nós temos o nosso projeto que é criar o cabaz do mar e aí paga o recurso humano e paga os materiais que foram necessários para experimentar como se faz o cabaz e a associação tem o projeto de implementar o cabaz do mar, ou seja são eles que têm a conta da carrinha, são eles que têm o site. A TAIPA funciona aqui como motor para a criação deste produto.</b> (...) A metodologia em si está criada e a partir de agora é responsabilizar cada vez mais associação para que a saiba possa sair, Isto porque o projeto acaba em novembro de 2014 e aí eles já deverão estar autónomos. Esta associação fomos nos que ajudamo-la a criar num anterior projeto, em agosto de 2010 porque foi uma necessidade que foi identificada.</p>	<p>Tivemos o <b>prémio da Gulbenkian</b>. Depois como esse prémio foi insuficiente para o início do projeto, <b>porque o projeto é auto sustentável com a venda da fruta, mas no início tínhamos outras despesas</b>, fizemos uma <b>campanha de crowdfunding</b>. Depois ainda ganhei um <b>prémio pequenino da yves rocher de mulheres empreendedoras na área do ambiente</b>.</p>
<p>Produtores</p>	<p>Quais pensa serem as principais motivações dos produtores envolvidos?</p>	<p><b>Receber algum valor do investimento que fizeram.</b> Todos os produtores com quem trabalhamos <b>são desempregados, em situação precária, que se alimentam literalmente da terra.</b> Infelizmente existem muitos casos destes e temos pena de não haver maior pro-atividade de quem pode, para ajudar estas pessoas. Não participam em mais iniciativas, porque temos praticamente a exclusividade dos produtos, porque lá está a quantidade não é muita e é suficiente para os nossos clientes. <b>Não dá para alargar porque teríamos de aumentar a produção, usar químicos e isso não é o nosso objetivo. Prefiro não divulgar tanto a caixa.</b></p>	<p>Eles no princípio não acreditavam muito que isto pudesse ser tao com como eles estão a verificar que realmente é. <b>Para envolver estas pessoas e todo o trabalho de raiz partiu da criação de ligações, eu não tinha hoje um trabalho se não estivesse envolvida com a comunidade. Isto faz com que mesmo que não acreditem muito se deixem levar, e ao se deixar levar foram gostando cada vez mais da ideia e vendo as suas vantagens. Vantagens sociais em que deixam de ver a sua atividade como solitária, porque estão envolvidos neste processo e partilham ideias com os outros, também porque a azenha do mar tem mais visibilidade, também porque os pescadores ficam mais bem vistos porque têm esta vontade e depois ao nível económico porque conseguem ter rendimento de espécies que não eram comercializadas. Se não houvesse já relações criadas no anterior projeto era impossível termos atingido os objetivos a que nos propusemos.</b></p>	<p><b>Uma motivação muito básica, significa que uma coisa que antes para eles era lixo passa a ser rentabilizada.</b> Todos os produtos tem um custo de produtos, eles gastavam água, mão-de-obra... numa coisa que depois ia para o lixo.</p>

Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos

	Estes produtores detiveram algum tipo de apoio?	Não detiveram.	Nos temos neste momento este <b>gabinete de apoio às comunidades piscatórias, vou uma vez por semana aos outros portos de pesca. Trabalho com eles a nível burocrático, candidaturas, formação...</b> e aos poucos eles vão ganhando, não ganhavam monetariamente até agora.	
	Sabe da existência de redes de produtores	<b>Temos a tal rede,</b> Embora não exista contrato, apenas um compromisso de honra. (...) À 2ªf vemos o que está capaz de apanhar, anunciamos e 6ªf dizemos aos produtores o que é para colher. <b>Nunca fazemos colheita sem ter a certeza daquilo que é para sair, para não desperdiçar produto.</b> Há sempre um ou dois produtos alternativos para o caso de as pessoas não gostarem de todos os alimentos da semana.	<b>Antes cada um trabalhava para si, para a sua família e agora não. Agora tenho pescadores que tentam ver a arte que os outros pescadores estão a praticar, de forma a se complementarem.</b> Eles dizem que não, mas existe aqui um envolvimento ao ponto de eles próprios às vezes me resolverem problemas que nem eu percebi que vou ter. (p. Ex. Têm de distribuir a apanha de diferentes espécies, utilizando diferentes técnicas). É um envolvimento completamente diferente que os mete a trabalhar uns com os outros. E depois o Zé que trabalha comigo é uma pessoa que toda a gente gosta e assim eles fazem o que pedimos, que no fim é para o bem deles próprios.	<b>Para além das cooperativas agrícolas eu não conheço.</b> E estas cooperativas agrícolas não são uma grande forma de organização.
<b>Clientes</b>	Quais pensa serem as motivações dos clientes para privilegiarem os CCA?	<b>Qualidade, frescura, Variedade são as principais.</b> Também a <b>facilidade de acesso</b> e o cómodo de receber coisas boas e frescas em casa sem ter de se deslocar ao local da compra.	<b>Os nossos consumidores são pessoas muito características, entre os curiosos, aquilo que eles procuram essencial ente é consumir peixe fresco da nossa costa, saber que estão a contribuir e dar a ganhar aos pescadores locais.</b> Porque 50% do valor que pagamos é passa o pescador. <b>E depois a descoberta, a descoberta de novos sabores, novas espécies que se fossem à praça secalhar não iam comprar porque não sabiam cozinhar, ou não sabiam identificar se está fresco e assim vindo num cabaz...</b> Nós queremos, e já temos um levantamento de receitas com os pescadores ao nível do concelho, nos queremos começar a enviar as receitas com o cabaz (...) Também queremos mensalmente promover encontros entre consumidores e pescadores, uma delas é <i>o workshop</i> de culinária. Porque as receitas até podem ir, mas os consumidores dizem sempre que não fica igual, falta o segredo. As pessoas querem aprender com eles e isto dá-lhes uma valorização pessoal que não se consegue medir. As pessoas daqui ficam com o coração cheio de ter 15 ou 20 pessoas que vieram de propósito para os ouvir. <b>Esta comunidade já tinha estas competências, não os ensinei a receber, apenas potenciamos aquilo que eles já tinham.</b> Tivemos algumas formações com eles e trabalhamos diariamente com eles.	<b>Eu acho que a principal motivação é estarem a participar num projeto que é lógico, e sentirem-se parte integrante num movimento que está a combater esta deficiência do mercado. Há também alguns consumidores que não são a maioria, que têm uma motivação monetária, porque os nossos produtos têm um preço mais barato que no mercado.</b> Mas não são a maioria, a maioria vem pelo objetivo da iniciativa.

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

	Qual o perfil desses clientes? (idade, sexo, localidade)	Casais jovens com sensibilidade a este tema. Mas depois já temos casais/pessoas idosas que não tem facilidade de deslocar (pelo menos 24), mas que ainda têm cuidado com a alimentação. Para eles é mais uma cara, 5 min de conversa. (EU) <u>Vocês fazem divulgação por facebook, como chegam a esses idosos? Passa palavra, alguém diz sempre alguma coisa.</u> A partir do 1º contacto, sabendo que a pessoa não tem acesso à plataforma <i>online</i> , temos o cuidado de contactar e informar o que há nessa semana.	60% mulheres, 40% homens, idades rondam os 35, 40 anos. A maioria dos agregados tem duas pessoas, um casa... um casal e um bebé. É importante saber a constituição da família para saber que peixe enviar. Temos duas famílias que são 5 pessoas, então pedem menos variedade e mais quantidade para poderem cozinhar para todos.	Não têm perfil. Sempre tive imensa curiosidade de perceber quem está atrás do computador. Mas depois percebi que não há um perfil, há pessoas muito jovens que ainda estão no secundário e depois há pessoas muito idosas. E temos pessoas de classes sociais muito baixas e pessoas de classes sociais muito altas.
Dificuldades/ Elementos facilitadores	Principais dificuldades encontradas	Existem sempre dificuldades, principalmente quando mexemos com a natureza. Mas infelizmente essas dificuldades não são ultrapassáveis e nós não podemos criar estratégias para as ultrapassar. Ou seja, nós dependemos da mãe natureza, e na mãe natureza não se mexe, já aconteceu perdemos colheitas inteiras e que nada podemos fazer a não ser voltar à estaca zero. Podemos contornar com um produto diferente para colmatar a falha daquele, mas nada mais. Os produtos são criados da forma mais natural possível, estamos à mercê do S. Pedro.	No princípio do projeto a nossa principal dificuldade foi conseguir perceber como funciona todo o mundo da pesca, o pescadão é vendido em leilão. Tivemos muitos meses para perceber toda esta legislação que é muito complexa, esta foi a principal dificuldade. Nós não somos uma grande superfície comercial então não podemos combinar preços com a docapesca, temos de ir a leilão.	As principais foram financeiras, estes custos iniciais... e o contacto inicial com os agricultores, que hj em dia já não é. Eu lembro-me de ir para o campo e há um homem que me diz que desde há 40 anos lhe pedem nabiças perfeitas e tu vens aí dizer que me vais comprar as tuas nabiças rasteiras. Isso ao início pensava... 'fogo então estou a montar uma cooperativa para ajudar os agricultores...'. Pessoas que estão a vida toda no campo e desconfiavam. Agora que nos ardeu a carrinha voltamos a ter um problema financeiro. Tínhamos um dinheiro para o crescimento do próprio projeto que agora vamos injetar na compra da carrinha...mas é insuficiente, agora temos de angariar mais.
	Principais elementos facilitadores	A qualidade dos produtos. Eu tenho uma série de cliente que nos contactam porque pessoa A ou B lhes disse que era uma maravilha. Isto é a melhor publicidade e fonte de divulgação, pois estamos a falar de uma pessoa estranha que está confiar em nós a tarefa árdua, que é cuidar da sua alimentação. Embora essa pessoa tenha indicações não significa que vá ficar satisfeita com o produto final, mas essa é a nossa principal estratégia. Temos situações, em Lisboa e Oeiras, em que temos prédios inteiros a encomendar a caixa, em que um deles fica responsável por receber a de todos. Cria o hábito de comunicarem. O mesmo se passa com os idosos, que estão tanto tempo sozinhos tem de haver sempre um momento de conversa, de troca de receitas... que acabamos por trazer de volta. Quanto mais damos, mais recebemos e é isso que nos tem guiado.	Sem dúvida nenhuma as pessoas	Os consumidores e os agricultores. Os consumidores têm sido uma fonte de motivação incrível. Como os agricultores que vão passando a palavra uns aos outros, e se não há um produto dizer que vão falar com um vizinho sobre o projeto... Isto é mesmo o que nós queríamos.  Mas nisso os consumidores... como eu tinha pensado no início de ser uma cooperativa de consumo para as pessoas se sentirem parte integrante no projeto, funcionou. No dia a seguir a ter ardidado a carrinha foram as pessoas que tiveram a iniciativa de dizer que isto não acabou e começar a angariar dinheiro.

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

	<p>Quais as perspetivas futuras de desenvolvimento desta iniciativa?</p>	<p><b>Continuar como está.</b> Já nos foi proposto aderir a comunidade para aumentar o cultivo, mas não é esse o nosso objetivos, só aceitamos até a terra poder.</p>	<p><b>O nosso objetivo a curto prazo é conseguirmos adquirir a viatura,</b> que está contemplada no financiamento, da associação (de pescadores), mas que primeiro deve ser gasto, isto é a acontecer já em junho. <b>A partir daí é expandir, ir para o interior do concelho e ter mais pescadores, em vez de ter um dia de distribuição, ter 3 dias de distribuição no verão.</b></p>	<p><b>É sempre ir crescendo. Ir abrindo outros pontos de entrega noutros bairros de Lisboa e depois ir crescendo para o país.</b> Isto foi um projeto pensado para um âmbito nacional, porque <b>há desperdício em todo o território nacional não é só esta região e como nos queremos fazer um consumo de proximidade para não dar origem aos tais custos do transporte, nós não conseguimos dar resposta a todos os agricultores se não conseguirmos abrir postos de entrega perto deles.</b></p>
<p><b>Desenvolvimento Rural</b></p>	<p><b>Principais benefícios destas iniciativas para os territórios rurais e a comunidade?</b></p>	<p>Isto é uma ponta de um iceberg do que toca ao desenvolvimento económico rural. Se tivermos em conta que aqui temos uma enorme variedade de terrenos rústicos que estão ao abandono, (...) <b>havia necessidade de criar uma rede de pessoas interessadas em utilizar os campos abandonados para cultivo, porque toda a gente precisa de comer e se eles estão ao abandono...</b> e se existe uma percentagem tao elevada de <b>desempregados, os apoios deveriam incidir sobre essas pessoas e não sobre quem já se encontra em desenvolvimento.</b> Ou seja, havia necessidade do poder local pegar nesses apoios e criar uma rede interna de cultivo, ou seja, ser o próprio município a promover. Tem de haver um controlo, uma correta atribuição das áreas, uma gestão dos produtos que são cultivados. A cada área de cultivo deveria estar atribuída uma fruta ou um legume para constituir um cabaz, promover trocas, circulação interna. Deveria também ser criada uma feira, não aquelas feiras bonitas que vemos na FIL ou no Campo pequeno. <b>São produtos biológicos que ninguém tem dinheiro para os pagar, eu chamo a essa agricultura uma agricultura de elite, é impensável nos tempos de hoje.</b> As feiras promovidas pelos municípios seria quase como criar uma rede de subsistência interna de cada concelho, isso é viável e possível de fazer.</p>	<p><b>Se o projeto anterior era essencialmente de desenvolvimento social e comunitário, este é de desenvolvimento económico.</b> Apesar de ter toda a parte social e comunitária o objetivo principal é o desenvolvimento económico, porque foi uma necessidade que percebemos. Depois de estarmos aqui 4 anos com esta comunidade fazia-nos sentido partir para outra fase. Ok, já temos estas pessoas mais coesas, mais dinâmicas, agora vamos encontrar atividades complementares às suas. Nesse sentido, surgiram as caminhadas guiadas por pescadores, onde contam a história da azenha e mostram as paisagens. Existe a opção de almoço, confeccionado pelos pescadores em casa deles. <b>Desenvolvimento ambiental, social e económica.</b></p>	<p><b>Um produto que não era vendável passa a ser, e eles conseguem escoar isto. Uma parte da produção que para alguns agricultores era de 10%, noutros era de 50%.</b> E isto depende sempre das condições climatéricas, se há um ano que as tuas maçãs estão todas bonitinhas, no ano a seguir cai granizo e estão todas feínas. E isto às vezes pode ser metade da tua produção. Hoje em dia têm o problema resolvido, ligam para a fruta feia e nós vamos lá e provamos. <u>Vocês têm produtores fixos?</u> Nos não vamos todas as semanas aos mesmos agricultores, assim como a composição das cestas varia. Mas já temos 31 agricultores fixos, e ou eles nos ligam a dizer que têm tal produto, ou nós ligamos no dia que estamos a montar as cestas a perguntar o quê que eles têm. Depois também não vamos ligar fora da época... por exemplo pêra rocha está a acabar... Vamos acompanhando as épocas do ano, sabemos o quê que cada agricultor produz e vamos telefonando em função disso.</p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

Parcerias entre iniciativas	Conhece outro tipo de iniciativas deste tipo? (já estabeleceu contacto, trocas de ideias, parcerias etc.)	Conheço, não estabelecemos contacto. Existem imensas e eu apoio todas elas. Mas todas elas têm algumas falhas.	Só mesmo a de Sesimbra, mas ainda é só um projeto. Vamos mantendo o contacto até porque não somos concorrência. Aquilo que nós gostávamos também era a disseminação desta ideia, nos já temos 4 entidades nacionais que parecem interessados. Queremos disseminar a ideia, o formato, a forma de fazer.	Não, conheço iniciativas que visam reduzir o desperdício alimentar mas não a montante do sistema alimentar, ou seja, ao nível dos agricultores. Conheço o refood, que vai buscar aos restaurantes... Depois conheço também outros projetos de entrega de cabazes mas que não estão focados no desperdício alimentar. Estão focados ou nos produtos biológicos ou nos pequenos agricultores. Ou seja, cabazes que se vêm recolher num ponto, pelos próprios consumidores com vista reduzir o desperdício alimentar e seja uma cooperativa de consumo não conheço nenhum. <b>Nem a nível nacional, nem a nível internacional.</b>
	Se conhece outras iniciativas, diga quais	Prove, uma no Carregado, que não recordo o nome		
<b>Caracterização Sociodemográfica do promotor</b>	Feminino 40 anos 12º Ano Trabalha nesta área à 5 anos. Reside nesta zona, mas não é daqui.	Feminino 32 anos 12º ano Odemira 10 anos de experiência em intervenção e desenvolvimento comunitário, 5 anos na Azenha do Mar com esta comunidade.	Isabel Soares 31 Engenharia do ambiente Lisboa	

**ANEXO C - Grelha de Análise dos espaços *online* das iniciativas  
identificadas**

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

ID	Localidades Abrangidas	Periodicidade/ Ponto de Venda	Missão e Valores	Divulgação	Data de Início	Promotor	Modalidade/ Preço	Mais info
1 <i>Mercearia do Prato</i>	Arruda dos Vinhos; entregas GRÁTIS em Arruda dos V., Sobral M. Agraço, Carregado, Azambuja, V. F. de Xira, Alhandra, Sobralinho, Alverca, Póvoa Stª Iria, Sta Iria da Azóia, Bobadela, Sacavém, Loures, Grande Lisboa, Samora C., V. do Pinheiro, Malveira, Alenquer, Mafra e Oeiras	<b>Semanal:</b> publicamos à segunda-feira a composição da Caixa, recebemos as encomendas durante toda a semana e temos entregas disponíveis de sábado até domingo.	A Mercearia do Prato <b>consciente das dificuldades que muitas famílias atravessam com esta crise</b> criou pensando em si esta caixa recheada de produtos maravilhosos.  A nossa Caixa da Mercearia contém produtos <b>hortícolas, frutícolas</b> e outros, provenientes da nossa quinta e de pequenos produtores.  São legumes plantados e tratados <b>sem qualquer produto químico</b> . Esta caixa tem a particularidade de ir mudando alguns dos produtos consoante a <b>época</b> em que nos encontramos.	Facebook	2010	Mercearia do Prato	A Caixa da Mercearia: Legumes e Fruta tem um custo de <b>15 €</b> e contém 8 qualidades de legumes diferentes ervas aromáticas, Fruta Variada (3kg) e 1/2 Dúzia de Ovos caseiros	<a href="https://www.facebook.com/pages/Mercearia-do-Prato/212244482174150?ref=stream">https://www.facebook.com/pages/Mercearia-do-Prato/212244482174150?ref=stream</a> <a href="mailto:merceariadoprato@gmail.com">merceariadoprato@gmail.com</a>
2 <i>Aromas da Horta</i>	Montijo, Setúbal  Entregas de cabazes ao domicílio para a zona de Montijo e Lisboa	<b>Semanal</b>	Somos uma empresa que entrega <b>produtos que respeitam as boas práticas de uma agricultura sustentável</b> que tenta devolver aos seus clientes os <b>sabores de outrora</b> , do tempo dos avós e pais, quando chegavam sempre produtos frescos e aromáticos por essas quintinhas fora.  Temos vários tipos de cabazes à sua disposição e adaptados às <b>diferentes necessidades de cada cliente</b> .	Facebook;  Blog.	2005	Aromas da Horta	Agrocabaz 15€  Minicabaz 7,50€  Fruticabaz 5€	<a href="http://www.aromashorta.blogspot.pt/">http://www.aromashorta.blogspot.pt/</a>  <a href="https://www.facebook.com/#!/aromashorta?fref=ts">https://www.facebook.com/#!/aromashorta?fref=ts</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

3	<i>Bio Cabazes</i>	Rio Maior; Caldas da Rainha;	<b>Semanal</b>	<p>Somos Produtores de <b>Agricultura Biológica</b>.</p> <p>Produção, comercialização e distribuição de produtos biológicos:  <b>- Legumes / Hortícolas Biológicas, Fruta e Aromáticas Bio;</b>                      - Plantas Hortícolas e Ervas Aromáticas de Viveiro Bio;...                      - BioCabazes Personalizados...</p> <p><b>Incentivo à produção local; preços justos; alimentos frescos; valor nutritivo dos produtos biológicos</b></p>	Facebook	Aderiu ao Facebook 27-07-2012	Horta Silvestre	<p>Legumes, hortícolas, frutas e aromáticas;</p> <p>Escolha dos produtos é livre assim como o kg (de uma lista semanal)</p> <p>"Compra e gasta o que quer"</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/pequenospresidentesportugueses#!/photo.php?v=624902527599988&amp;set=vb.329238530499724&amp;type=2&amp;theater">https://www.facebook.com/pequenospresidentesportugueses#!/photo.php?v=624902527599988&amp;set=vb.329238530499724&amp;type=2&amp;theater</a></p>
4	<i>Bio em Casa</i>	Matosinhos; Grande Porto - Porto, Matosinhos, Valongo, Gondomar e Vila Nova de Gaia		<p>Para nós não há maior gosto do que levar-lhe a si e à sua família os <b>melhores e mais saudáveis alimentos produzidos em modo biológico</b></p> <p>Produtos...todos eles produtos biológicos certificados e a <b>grande maioria</b> proveniente de produtores nacionais.</p>	Facebook; Site;	Aderiu ao Facebook 23-11-2013	Bio em Casa	<p><b>Cabaz S:</b> Cabaz de fruta e/ou legumes biológicos certificados com cerca de 4kg. Ideal para 1 ou 2 pessoas. Preço: <b>14,5Eur</b></p> <p><b>Cabaz M:</b> Cabaz de fruta e/ou legumes biológicos certificados, com cerca de 6kg. Ideal para 2 ou 3 pessoas. Preço: <b>17,5Eur</b></p> <p><b>Cabaz L:</b> Cabaz de fruta e/ou legumes biológicos certificados, com cerca de 8kg. Ideal para 3 ou 4 pessoas. Preço: <b>21,5Eur</b></p> <p><b>Cabaz XL:</b> Cabaz de fruta e/ou legumes biológicos certificados, com cerca de 10kg. Ideal para 4 ou mais pessoas. Preço: <b>27Eur</b></p>	<p><a href="http://bio-em-casa.weebly.com/index.html">http://bio-em-casa.weebly.com/index.html</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/pages/Bio-em-Casa/657465040940391#!/pages/Bio-em-Casa/657465040940391?id=657465040940391&amp;sk=info">https://www.facebook.com/pages/Bio-em-Casa/657465040940391#!/pages/Bio-em-Casa/657465040940391?id=657465040940391&amp;sk=info</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

5	<i>Bio Habitus</i>	Vila Nova de Gaia	<p><b>Semanalmente</b> informamos no facebook e por email a composição do nosso cabaz, depois é enviar o seu pedido por mensagem, de cabaz médio ou grande até segunda-feira às 12h. Os cabazes serão entregues às terças-feiras entre as 14h e as 19h.</p>	<p>A Bio Habitus dedica-se à produção de <b>legumes, frutas e aromáticas</b> produzidos em regime de <b>Agricultura Biológica e devidamente certificada por entidade credenciada.</b></p> <p>Temos como principal objetivo fazer chegar à sua mesa produtos <b> frescos de grande qualidade vindos diretamente da quinta.</b></p> <p>Todas as semanas preparamos cabazes com alimentos suficientes <b>para que a sua alimentação semanal</b> possa ser o...mais saudável possível.</p>	Facebook	Aderiu ao Facebook 21-05-2013	Bio Habitus	<p>Cabaz médio - <b>10€</b> (entre 4 a 6kg)                  Cabaz grande - <b>15€</b> (entre 6 a 8kg)</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/BioHabitus#!/BioHabitus">https://www.facebook.com/BioHabitus#!/BioHabitus</a></p>
6	<i>BioSolo</i>	<p>Grande Lisboa                      Amadora                      Lisboa                      Loures                      Odivelas                      Oeiras</p> <p>Oeste                      Lourinhã                      Torres Vedras</p>	<p><b>Semanal; quinzenal; pontual;</b> Com a primeira encomenda são cobradas 2 caixas com um valor total de 4€,</p> <p>As entregas realizam-se normalmente no final da semana (5ª e 6ª, em Lisboa e Torres Vedras, respetivamente) , no período entre as 16:00h e as 22:00h, acertar a forma de entrega.</p>	<p>A missão da BioSOLO é simples: <b>levar até si o melhor que a natureza tem, respeitando a essência dos produtos e dos seus ciclos naturais.</b></p> <p>Trabalhando exclusivamente com <b>produtos biológicos</b> certificados, podemos garantir que a fruta, <b>hortícolas e transformados</b> que chegam à sua mesa foram produzidos com o devido <b>respeito pelo ambiente.</b></p> <p>Para além da sua própria produção, a BioSOLO dispõe de acordos com vários produtores, tentando garantir a menor distância possível entre estes e o consumidor final, e assegurando que os produtos que entregam estão de acordo com os mais elevados <b>padrões de qualidade, higiene e segurança alimentar.</b></p>	Facebook; Site;	2012	BioSolo	<p><u>Cabaz grande</u> (pensado para famílias de 4 a 6 pessoas): um cabaz com as melhores frutas e legumes disponíveis a cada momento. <b>25€</b></p> <p><u>Cabaz da Semana Médio</u> (pensado para famílias de 1 a 3 pessoas) <b>15€</b></p>	<p><a href="http://loja.biosolo.pt/content/6-a-biosolo">http://loja.biosolo.pt/content/6-a-biosolo</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/BioSOLO?fref=pb&amp;hcllocation=profilebrowser#!/BioSOLO/info">https://www.facebook.com/BioSOLO?fref=pb&amp;hcllocation=profilebrowser#!/BioSOLO/info</a></p>
7	<i>Colaborati</i>	ecoaldeia, Janas Sintra	A começar em abril/maio						<p><a href="https://www.facebook.com/#!/boa.colaborativa">https://www.facebook.com/#!/boa.colaborativa</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

8	<i>Cabaz à porta</i>	Odivelas  São feitas entregas à quarta e sexta-feira na zona de Odivelas e ao sábado em algumas zonas de Lisboa.	<b>Semanal</b> Ao domingo é publicada a composição dos cabazes (e enviada via e-mail para os clientes que constam na base de dados). O pagamento é efetuado pessoalmente no ato da entrega	Cabaz à Porta é uma iniciativa de um jovem agricultor, na zona de Odivelas, que permite que semanalmente receba em casa um cabaz composto por uma seleção de <b>legumes provenientes diretamente do produtor</b> . É o próprio produtor - João Duarte - que recebe as encomendas e realiza as entregas, garantindo uma maior proximidade ao cliente.	Facebook	agosto de 2013 (início no facebook )	João Duarte - Produtor	Um cabaz com 8 produtos custa <b>7,5€</b> e um mini cabaz, com 5 produtos, que custa <b>5€</b> .	<a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-Porta/213252385504146?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser">https://www.facebook.com/pages/Cabaz-Porta/213252385504146?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser</a>
9	<i>Cabaz da Natureza</i>	Zona de Ação: Porto, Vila Nova de Gaia, Matosinhos, Maia, Gondomar e Valongo.	<b>Diárias</b> - 24 h após a encomenda (de 3ª a Sáb.)	Entrega de cabazes de legumes, frutas e ervas aromáticas, sempre frescos, da época e <b>produzidos ao ritmo da natureza</b> . À sua porta ou no seu escritório.  <u>Conceber e implementar iniciativas de <b>promoção e valorização da biodiversidade, dos recursos naturais e tradicionais, numa perspetiva de desenvolvimento integrado e sustentável</b></u>  O Cabaz da Natureza tem a intenção de trazer a qualidade dos produtos da terra à porta dos consumidores. Assumimos uma clara preferência por <b>produtos portugueses</b> , tanto por ser um estímulo à <b>manutenção da nossa biodiversidade, como da nossa economia e população</b> . Ao escolhermos produtos nacionais, promovemos também uma maior autonomia alimentar do território e <b>reduzimos o custo ecológico, associado ao transporte</b> .	Facebook; Site.	13 de Maio de 2013	Cabaz da Natureza	Cabaz M (7kg - <b>15€</b> ) é composto por produtos da época: 1 Estragão (lata 20g) 0,5 kg Agrião 0,5 kg Alho francês 0,5 kg Couve-flor 1kg Batata 1 kg Cebola 1 kg Cenoura 0,5 kg Curgete 1 kg Laranja 1 kg Kiwi  Cabaz L (9kg - <b>20€</b> ) é composto por produtos da época: 1 Estragão (lata 20g) 0,5 kg Agrião 0,5 kg Alho francês 1 kg Abóbora 1 kg Batata 1 kg Cebola 0,5 kg Couve-flor 1 kg Cenoura 0,5 kg Alho seco 0,5 kg Tomate cacho 1 kg Maçã royal gala 0,5 kg Kiwi 1 kg Laranja  Cabaz XL (12kg - <b>25 €</b> ) é composto por produtos da época: 1 Estragão (lata 20g) 0,5 kg Agrião 1 kg Couve lombarda 1 kg Batata 1 kg Curgete 1 kg Grelas 1 kg Cebola 1 kg Cenoura 0,5 kg Couve-flor 1 kg Abóbora 1 kg Tomate cacho 1 kg Kiwi 1 kg Maçã royal gala 1 kg Laranja	<a href="https://www.facebook.com/CabazdaNatureza">https://www.facebook.com/CabazdaNatureza</a>  <a href="http://www.cabazdanatureza.pt">http://www.cabazdanatureza.pt</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

10	<i>Cabaz da Horta</i>	Odemira	<p><b>Semanal/Quinzenal/Mensal</b></p> <p>O Cabaz da Horta surge como uma <b>forma de escoar os produtos hortícolas e frutícolas dos pequenos agricultores do interior do concelho de Odemira.</b></p> <p>Oferece o <b>sabor autêntico de produtos de qualidade, resultantes do modo de produção tradicional</b> e a <b>proximidade dos produtos ao consumidor.</b></p> <p>O Cabaz da Horta tem como objetivo <b>valorizar a agricultura tradicional, promovendo relações de proximidade entre agricultores e consumidores.</b></p> <p><b>Reduzem-se embalagens pois os produtos são transportados num bonito cabaz feito por um artesão local.</b></p>	Facebook	2003	Taipa- Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado do Concelho de Odemira	Pequeno <b>5kg</b> , Médio <b>8 Kg</b> Grande <b>12 Kg</b>	<a href="https://www.facebook.com/cabazdahorta.odemira">https://www.facebook.com/cabazdahorta.odemira</a>
11	<i>Cabaz da Horta</i>	Setúbal; Aires	<p>Entregas Gratuitas ao domicílio</p> <p>Produtos são recolhidos todas as 3ª, 4ª e 5ª-feiras durante a manhã e entregues na sua casa, no próprio dia, entre as 17h e as 21h, de modo a garantir a maior frescura dos alimentos.</p> <p><b>Para encomendar basta contactar-nos por email</b></p>	Facebook; Blog;		Cabaz da Horta	<p>Dispomos de 4 tamanhos de cabazes:</p> <p>Cabaz do Bebê [+/- 3Kg] - <b>6,00€</b></p> <p>Cabaz S [para 1-2 pessoas +/- 5Kg] - <b>10,00 €</b></p> <p>Cabaz M [para 3-4 pessoas +/- 8Kg] - <b>16,00 €</b></p> <p>Cabaz L [para 5-6 pessoas +/- 12Kg] - <b>20,00 €</b></p> <p>Cabaz XL [para 6-8 pessoas +/- 16Kg] - <b>24,00 €</b></p>	<p><a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-da-Horta/">https://www.facebook.com/pages/Cabaz-da-Horta/</a></p> <p><a href="http://cabazdahorta.blogspot.pt/2014/03/cabaz-para-semana-de-25-27-de-marco-tera.html">http://cabazdahorta.blogspot.pt/2014/03/cabaz-para-semana-de-25-27-de-marco-tera.html</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/cabazdahorta/posts/146975348791155?ref=ts&amp;fref=ts">146975348791155?ref=ts&amp;fref=ts</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

12	<i>Cabaz da Horta</i>	Navais - Póvoa do Varzim		<b>Produtos Biológicos Com elevada qualidade e sem qualquer tratamento químico.</b>  Chegar a sua casa com <b>produtos de qualidade, frescos e com preços acessíveis.</b>	Facebook	Aderiu ao Facebook 16-08-2011	Cabaz da Horta		<a href="mailto:cabazdahorta@hotmail.com">cabazdahorta@hotmail.com</a>  <a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-da-Horta/242769445763075?ref=ts&amp;fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Cabaz-da-Horta/242769445763075?ref=ts&amp;fref=ts</a>
13	<i>Cabaz d'Avó</i>	Torres Novas; Entregas ao domicílio em Leiria; Fátima; Porto de Mós; Batalha; em toda a região anexa a Torres Novas		Cabazes com Produtos Alimentares <b>100% Portugueses!</b>	Facebook	Aderiu ao facebook a 31 do 12 de 2012	Cabaz D'Avó	Cabaz de sopa: Batata; cenoura; cebola; alho francês; uma sopa à escolha (juliana; caldo verde;) ou um molho de agrião, nabiça ou espinafres.  Cabaz salada: Alface; tomate; pepino; cebola; cenoura; coentros ou...salsa.  Cabaz Grande: contem os dois cabazes, um de salada e um de sopa mais uma verdura à escolha (grelos; brócolos; nabiças; couve lombarda; feijão verde).  Cabaz de fruta, com a mais variada fruta no valor de <b>5 ou 10 euros.</b>	<a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-dAv%C3%B3/276114012511165#!">https://www.facebook.com/pages/Cabaz-dAv%C3%B3/276114012511165#!</a> <a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-dAv%C3%B3/276114012511165#!">/pages/Cabaz-dAv%C3%B3/276114012511165#!</a>
14	<i>Cabaz de Domingo</i>	Pinhal Novo	Para entregas ao <b>Sábado</b> no final do dia, deverá fazer a sua encomenda até as 16h do corrente dia.  Para entregas ao <b>Domingo</b> , deverá fazer a sua encomenda até às 21h de Sábado.	Com a <b>chegada da crise todos pensamos em alternativas para a tentar fintar.</b> E o que poderá ser melhor que ajudar e facilitar a vida de outras pessoas?	Facebook	Aderiu ao Facebook 20-03-2014	Cabaz de Domingo	<b>Cabaz "um pouco de tudo" 10€</b> - meio kg de tomate, cebola, batata, maçãs, peras, bananas, laranjas e uma alface  <b>Cabaz festa da sopa 5€</b> - Meio kg de batata, cenoura, cebolas e uma couve lombarda  <b>Cabaz "Perdi a cabeça" 20€:</b> meio kg de laranjas, maçãs, peras, limão, 1kg de fruta da época e de banana; uma papaia uma manga  <b>Cabaz Tropical 15€:</b> 1 abacaxi; 1 kg de bananas; meio kg de limas; 1 manga; 1 papaia	<a href="https://www.facebook.com/pages/Cabaz-de-Domingo/481257381999913#!/pages/Cabaz-de-Domingo/481257381999913">https://www.facebook.com/pages/Cabaz-de-Domingo/481257381999913#!/pages/Cabaz-de-Domingo/481257381999913</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

15	<i>Cabaz do Mar</i>	Azenha do Mar, Odemira	<b>Semanal, quinzenal ou mensalente.</b>	<p>O peixe vendido nos cabazes tem de ser obrigatoriamente comprado nas lotas, o que garante a qualidade, a higiene e a segurança dos produtos, além de que respeitam as normas de sustentabilidade das espécies.</p> <p>“Nós achamos que só os produtos hortícolas é que têm época, mas o <b>peixe também tem época</b>. Nós não comemos sardinhas o ano todo”, frisou a responsável.</p> <p>“<b>Encurtando o circuito</b>” de distribuição.</p>		março de 2014	<p>Taipa- Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado do Concelho de Odemira</p> <p>Associação Cultural e de Desenvolvimento de Pescadores e Moradores da Azenha do Mar Financiamento por fundos comunitários (75%) e do município</p>	Cerca de 3kg de pescado fresco e vendido a <b>20€</b>	
16	<i>Cabaz Naturar</i>	Aldeia Do Meco, Setúbal				Aderiu a 1 de dezembro de 2012			<a href="https://www.facebook.com/cabaz.natura.7?ref=ts&amp;fref=ts#!/cabaz.natura.7">https://www.facebook.com/cabaz.natura.7?ref=ts&amp;fref=ts#!/cabaz.natura.7</a>
17	<i>Cabaz Produtos Biológicos</i>	Distribuição dos Cabazes no Cartaxo e Santarém	<b>Semanal</b>	Projeto de desenvolvimento rural na área da <b>Agricultura Biológica e Permacultura.</b>	Facebook.	2014	PNT - Produtos da nossa Terra e Horta da Capela	Cabaz médio - 5 a 7 kg - <b>10 euros</b> mini cabaz - 2 a 4 kg - <b>5 euros</b> cabaz à lista fruta e legumes (escolhe os produtos) preço ao kg	<a href="https://www.facebook.com/#!/pntprodutosdano.ssaterra">https://www.facebook.com/#!/pntprodutosdano.ssaterra</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

18	<i>Cabaz Verdejar</i>	Espinhal, Coimbra	É entregue <b>semanalmente</b> em Coimbra (4ª feira) e <b>quinzenalmente</b> em Lisboa (5ª feira), e tem o valor de <b>12 €</b> .	Produção e comercialização através de cabazes, de hortícolas e aromáticas cultivadas em modo de <b>produção biológico</b> .  A "Verdejar" dedica-se à produção de hortícolas e aromáticas cultivadas em modo de produção biológico.  O Cabaz "Verdejar" é composto exclusivamente com produtos provenientes de agricultura biológica, preferencialmente de produção própria.	Facebook; site	Aderiu ao Facebook 09-05-2011	Verdejar: produtos de agricultura biológica	O cabaz tem o valor de <b>12 €</b> e a composição vai variando consoante os produtos da época, sendo enviado periodicamente u...m email com a sua composição, para que possa ser feita a encomenda e indicado o local de entrega	<a href="https://www.facebook.com/#!/verdejar.agriculturabiologica/info">https://www.facebook.com/#!/verdejar.agriculturabiologica/info</a>  <a href="http://cabaz.verdejar.pt/">http://cabaz.verdejar.pt/</a>  <a href="http://www.verdejar.pt/">http://www.verdejar.pt/</a>
19	<i>Cabazes da Horta à Porta</i>	Faro	<b>Semanal</b>	Os cabazes da horta à porta foi pensada para todas as <b>pessoas que procuram produtos hortícolas nacionais e de qualidade, no entanto não têm disponibilidade para se deslocarem aos normais locais de venda</b> . Aos sábados e Domingos levamos legumes, verduras, ervas aromáticas, chás e fruta da época, acabados de colher, a sua casa. A Cabazes da Horta à Porta tem três cabazes à escolha, cujo conteúdo varia consoante a <b>produção da época</b> .	Facebook	Aderiu ao Facebook 14-04-2014	Cabazes da Horta à porta		<a href="https://www.facebook.com/pages/Cabazes-da-Horta-%C3%A0-Porta/267617790082549#!/pages/Cabazes-da-Horta-%C3%A0-Porta/267617790082549?id=267617790082549&amp;sk=info">https://www.facebook.com/pages/Cabazes-da-Horta-%C3%A0-Porta/267617790082549#!/pages/Cabazes-da-Horta-%C3%A0-Porta/267617790082549?id=267617790082549&amp;sk=info</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

20	<i>Cabazes Quinta da Pedra Branca</i>	Sobral da Abelheira, Gradil, Mafra	<p>O saco QPB tem um custo de 4€. Na sua primeira compra o saco será incluído no cabaz.</p> <p><b>Entregas de 3ª / 4ª feira</b> - Podem fazer a encomenda até às 14horas de 2ª feira. <b>Entregas de 5ª / 6ª feira / Sábado</b> - Podem fazer a encomenda até às 14horas de 4ª feira</p>	<p>É a nossa missão <b>fortalecer a ligação entre produtor e consumidor - sem intermediários - com produtos nacionais de alta qualidade, sempre frescos</b> e de um incomparável sabor. A nossa campanha "Bio-Agradável" delicia-se no conceito de que comer com prazer e comer saudável - sem custos elevados - não só é possível como necessário.</p> <p>Quinta da Pedra Branca é um projeto familiar cuja devoção à <b>agricultura biológica</b> fez nascer a campanha "Bio Agradável" com o intuito de partilhar com Bié entusiastas alimentos saudáveis, sempre frescos e carregados de um inesquecível sabor tradicional.</p>	Facebook e site	Criação 1 de janeiro de 2013	Quinta da Pedra Branca	<p><b>Cabaz Grande</b> (4 a 5 pessoas) Pesa aproximadamente 8kg ou equivalente a <b>21€</b>: Tem 3 a 4 tipos de legumes para acompanhamento;          3 Variedades de legumes para sopa;          1 a 2 ervas frescas ou secas;          2 Espécies de fruta;          Um desidratado, condimento ou infusão;</p> <p><b>Cabaz Médio</b> (2 a 3 pessoas) Pesa aproximadamente 5kg ou equivalente a <b>15€</b>          - 3 tipos de legumes para acompanhamento;          - 3 Variedades de legumes para sopa;          - Uma erva fresca;          - 2 Espécies de fruta;          - Um condimento ou infusão</p> <p><b>Cabaz Pequeno</b> (1 pessoa) Pesa aproximadamente 3kg ou equivalente a <b>10€</b>          - 3 tipos de legumes para acompanhamento;          - 2 Variedades de legumes para sopa;          - Uma erva fresca;          - 2 Espécies de fruta;</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/pages/H%C3%A1-quinta-na-cidade-Cabazes-Bio%C3%B3gicos/336875076390357#!/QuintadaPedrabranca/info">https://www.facebook.com/pages/H%C3%A1-quinta-na-cidade-Cabazes-Bio%C3%B3gicos/336875076390357#!/QuintadaPedrabranca/info</a></p> <p><a href="http://www.quintadapedrabranca.pt/">http://www.quintadapedrabranca.pt/</a></p>
----	---------------------------------------	------------------------------------	--	---	-----------------	------------------------------	------------------------	--	---

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

21	<b>Chuchubio</b>	<p>Porto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦Vila Nova de Famalicão</li> <li>◦Trofa;</li> <li>◦Maia</li> <li>◦Porto</li> <li>◦Santa Maria da Feira</li> <li>Nogueira da Regedoura, Paços Brandão, Mozelos, S. Paio Oleiros, Santa Maria de Lamas, Lourosa, Rio Meão, S. João de Ver, Espargo.</li> <li>◦Espinho</li> <li>◦Vila Nova de Gaia</li> </ul> <p>2) Pode levantar a sua encomenda na loja (sem custo de entrega – diversas lojas nestas localidades):</p>	<p>As encomendas deverão ser efetuadas até às 12h de segunda-feira, para um dos seguintes contatos:</p> <p>Os nossos clientes receberão semanalmente um e-mail com a lista, em formato Excel, dos produtos disponíveis para a semana seguinte.</p>	<p>Produzimos <b>alimentos frescos e realmente saudáveis, sem usarmos nenhum fertilizante, pesticida ou herbicidas químicos de síntese.</b> Respeitamos o ritmo natural de crescimento das nossas plantas, o que as torna ricas em nutrientes e mais saborosas!</p> <p>Exploramos duas unidades de produção, onde criamos, dia-após-dia, um conjunto de condições que ajudam à preservação e crescimento da fauna e flora auxiliares, e dos organismos vivos existentes no solo. Recorremos também a <b>várias técnicas com vista a melhorar a fertilidade do solo</b>, tais como, adubação verde, rotação de culturas, entre outras. Desta forma, criamos uma espécie de ecossistema capaz de reduzir substancialmente o aparecimento de pragas e doenças nas nossas plantas, bem como, um solo naturalmente fértil, sem recurso a químicos!</p>	Facebook; Site;	Abriu em 2012;	Chuchubio - Frutas e Legumes Biológicos	<p>Cabaz pequeno, aproximadamente 4Kg: <b>11,00€</b></p> <p>Cabaz médio, aproximadamente 6 Kg: <b>16,00€</b></p> <p>Cabaz médio-grande, aproximadamente 8Kg: <b>21,50€</b></p> <p>Cabaz grande, aproximadamente 10Kg: <b>26,50€</b></p>	<p><a href="https://sites.google.com/site/chuchubioab/home">https://sites.google.com/site/chuchubioab/home</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/pages/Chuchubio-Frutas-e-Legumes-Bio%C3%B3gicos/488991734449673">https://www.facebook.com/pages/Chuchubio-Frutas-e-Legumes-Bio%C3%B3gicos/488991734449673</a></p>
22	<b>Da Horta para Sua Casa</b>	<p>Caria, Castelo Branco;</p> <p>FUNDÃO - Quartas-Feiras</p> <p>COVILHÃ - Quintas-Feiras</p>	<b>Semanal ou Quinzenal</b>		Facebook	Aderiu ao Facebook 08-05-2012	Quinta da Salgueira	<p>Exemplo de 1 semana:</p> <p>Alface 2.00€</p> <p>Alho-porro 1.30€...</p> <p>Couve Coração 0.80€</p> <p>Espinafres 1.50€</p> <p>Caldo Verde 4.00€</p> <p>Cebola Nova 1.50€</p> <p>Nabo 1.40€</p> <p>Nabiça 1.50€</p> <p>Cebolinho 1.00€</p> <p>Tomilho 1.00€</p> <p>Serpão 1.00€</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/#!/qtad.asalgueira">https://www.facebook.com/#!/qtad.asalgueira</a></p>
23	<b>tua porta</b>	Salvaterra de Magos		Venda de produtos sempre frescos, com <b>preços em conta.</b>	Facebook	Aderiu ao Facebook 01-05-2014	Da minha horta à tua porta (recente)		<p><a href="https://www.facebook.com/da.minha.horta.a.sua.porta#!/da.minha.horta.a.sua.porta">https://www.facebook.com/da.minha.horta.a.sua.porta#!/da.minha.horta.a.sua.porta</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

24	<i>Dona Horta</i>	Alcobaça, Caldas da Rainha, Leiria, e Marinha Grande	<p><b>Semanal</b></p> <p>A colheita e preparação é feita habitualmente até 24 horas antes da entrega, para que os produtos mantenham toda a frescura, sabor e nutrientes essenciais.</p>	<p>Entregamos cabazes de frutas e hortaliças bem frescas e deliciosas, <b>diretamente dos produtores</b>; A Dona Horta é um serviço de entrega de <b>produtos frescos, naturais e saudáveis</b>. Preparamos todas as semanas cabazes de fruta e hortaliças da <b>época</b> e entregamos em locais e horários pré-definidos. Este método único <b>reduz significativamente a pegada ecológica associada à distribuição</b> e promove uma <b>maior aproximação entre consumidores e produtores nacionais</b>. Mas mais importante, a Dona Horta <b>ajuda a melhorar a dieta e bem-estar da sua família</b>. Tudo o que precisa de fazer é saborear o melhor da nossa terra, pois nós tratamos do resto!</p> <p>Valorizamos <b>práticas de produção sustentáveis e variedades tradicionais</b> por isso os nossos vegetais têm os aromas e sabores de antigamente.</p>	Facebook; Site;	Maio de 2011	<p>Dona Horta</p> <p>É uma iniciativa privada, mas tem tido o apoio não-financeiro de várias pessoas e entidades públicas e privada: Associação de Beneficiários do Paúl da Cela, Bruno Franquet, Cooperativa Agrícola de Alcobaça, Junta de Freguesia do Bário, Junta de Freguesia da Cela, NERLEI – Associação Empresarial de Leiria.</p>	<p>Os cabazes estão recheados de frutas, verduras, legumes e aromáticas da época. Contêm produtos frescos e saborosos para uma semana, em dois tamanhos diferentes:</p> <p>Cabaz médio: 6 a 8 variedades de produtos para 1-2 pessoas, <b>8€</b></p> <p>Cabaz grande: 8 a 10 variedades de produtos para 3-4 pessoas, <b>10€</b></p>	<p><a href="http://www.dona.horta.pt/">http://www.dona.horta.pt/</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/donahortaportugal/info">https://www.facebook.com/donahortaportugal/info</a></p>
25	<i>Flor de Liz</i>	Azambuja		<p>A Flor de Liz é uma empresa em criação com o objetivo de levar até si um cabaz de produtos <b>agrícolas biológicos</b>. Estes produtos provêm da propriedade “Sítio do papa-figos”, (entidade certificada pela Ecocert), e “Loja do Sal”.</p> <p>Os produtos agrícolas são entregues ao domicílio no dia da colheita, para que cheguem até si com <b>total frescura</b>. A lista de produtos irá variar consoante a <b>época do ano</b>, p...ois os legumes que constituem o cabaz são os legumes da época, para que as suas propriedades benéficas à saúde não se percam.</p>	Facebook		Flor de Liz		<p><a href="https://www.facebook.com/#!/flor.deliz.bio">https://www.facebook.com/#!/flor.deliz.bio</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

26	<i>Frutolegume em Casa</i>	Azueira, Torres Vedras		Com a frutolegume tenha em sua casa os produtos para refeições <b>equilibradas e saudáveis!</b>  Simplicidade, frescura, saúde, equilíbrio... Pode ter tudo isto em sua casa! Selecionamos <b>produtos saídos diretamente do produtor para a sua mesa</b> . Pode encomendar o seu cabaz de frutas e legumes e <b>receber comodamente em sua casa</b> . Os valores vão variar do tipo de cabaz que necessita, mas por <b>10€</b> pode ter legumes frescos e fruta saudável para toda a semana. Não hesite e ligue-nos, <b>poupar com saúde</b> é o nosso lema!	Facebook	Aderiu ao Facebook 07-03-2014	<b>Frutolegume em Casa</b>	Cabaz simples - <b>10€</b> Ideal para duas pessoas, todas as semanas diversificamos os produtos. (ao preencher a sua ficha coloque o que não consome)  Cabaz frutolegumes - <b>15€</b> Variedade de frutas e legumes para as suas saladas e para sopas nutritivas.  Cabaz família - <b>30€</b> Alimente os que mais gosta oferecendo saúde	<a href="https://www.facebook.com/#!/pages/Frutolegume-em-casa/216151305252240?sk=timeline">https://www.facebook.com/#!/pages/Frutolegume-em-casa/216151305252240?sk=timeline</a>
27	<i>Horta à Porta</i>	Porto; Grande Porto	Os produtos são rececionados no Porto à 3ª e 4ª feira muito cedo, todas as semanas, e distribuídos no Grande Porto durante todo o dia de 4ª feira.  Semanal ou Quinzenal, pagamento no ato de entrega	A Horta à Porta é uma empresa certificada de distribuição e entrega ao domicílio de produtos de agricultura biológica. Os nossos produtos são provenientes de produtores obrigatoriamente certificados das zonas Norte e Centro como Trás-Os-Montes, Celorico de Basto, Famalicão, Barcelos, Ponte de Lima, Vagos, S. Pedro do Sul, Lourinhã  Não utilizamos frigoríficos de conservação pois todos os legumes recebidos são entregues de imediato e distribuídos em transporte próprio e refrigerado.  Os cabazes de legumes contêm uma certa variedade de legumes da época. Agricultura biológica.	Facebook; site	Horta à porta existe desde 2003:  Aderiu ao Facebook 05-01-2011	Horta à Porta: produtos biológicos	Cabaz Mini [4 produtos no mínimo] - 10,00 € Cabaz Pequeno [8 produtos no mínimo] - 16,00 € Cabaz Médio [10 produtos no mínimo e > quantidade] - 21,50 € Cabaz Grande [12 produtos no mínimo e em > quantidade] - 27,00 €  O peso dos cabazes varia consoante a época do ano e os produtos colocados, pesando entre 4 - 5,5Kgs o cabaz pequeno.	<a href="http://www.hortaaporta.com/">http://www.hortaaporta.com/</a>  <a href="https://www.facebook.com/hortaaporta#!/hortaaporta/info">https://www.facebook.com/hortaaporta#!/hortaaporta/info</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

28	<i>Horta de Bolso</i>	Calhandriz, Vila Franca de Xira; Cacilhas; Alverca	4ª Feira 14 às 20h – Cacilhas  5ª Feira Entregas ao domicílio (Este serviço tem uma taxa adicional ao preço do cabaz: Alverca 2€ Póvoa de Sta. Iria, Vialonga, Sobralinho e Alhandra 3€)  6ª Feira 19 às 20h – Alverca	A Horta de Bolso, situada no concelho de Vila Franca de Xira, nasce da vontade de fazer uma verdadeira horta, não só com hortícolas mas também com fruta, flores comestíveis, plantas aromáticas e medicinais, e germinados, de forma sustentável e em modo de produção biológica; e de contagiar com a minha paixão pelas plantas, pela ecologia, pela culinária e por conhecer novos alimentos ou os que já foram esquecidos, bem como os seus benefícios para quem os consome.  Todos os cabazes são compostos por produtos da época.	Facebook; Blog;	Fundada 31 de julho de 2012	Horta de Bolso	Cabaz Grande 20€ Para uma família de 4 a 5 pessoas (aproximadamente 8kg)  Cabaz Médio 13,50€ Para uma família de 2 a 3 pessoas (aproximadamente 5kg)  Cabaz Pequeno 8,50€ Para uma família de 1 a 2 pessoas (aproximadamente 3kg)  Opção produtos à escolha, a partir dos 8€	<a href="https://www.facebook.com/appcenter/search?q=Toques#!/pages/Horta-de-Bolso/498166966923111?id=498166966923111&amp;sk=info">https://www.facebook.com/appcenter/search?q=Toques#!/pages/Horta-de-Bolso/498166966923111?id=498166966923111&amp;sk=info</a> <a href="http://hortadebolsos.blogspot.pt/2013/05/01_archive.html">http://hortadebolsos.blogspot.pt/2013/05/01_archive.html</a>
29	<i>Horta do Alvão</i>	Quinta do Cal, Lordelo, Vila Real. Entrega gratuita na zona de Vila Real.	Listas <b>semanais</b> de produtos	A Horta do Alvão é uma exploração agrícola em início de vida, <b>certificada em modo de produção biológico</b> , onde são cultivadas diversas variedades de produtos hortícolas de elevada qualidade.	Facebook	Fundada fevereiro de 2013	Horta do Alvão: Agricultura biológica	Tamanhos: Cabaz pequeno = 2,5 a 3 kg de produtos = <b>7,5 euros</b> Cabaz normal = 5 a 6 kg de produtos = <b>13 euros</b>  Pode escolher os produtos quiser e nós recheamos o cabaz com o peso que pretende.	<a href="https://www.facebook.com/hortadoalvaobiologica?fref=pb&amp;h_location=profile_browser#!/hortadoalvaobiologica/info">https://www.facebook.com/hortadoalvaobiologica?fref=pb&amp;h_location=profile_browser#!/hortadoalvaobiologica/info</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

30	<i>Horta Formosa: Cabazes Biológicos</i>	Tavira		<b>Produtos biológicos</b>	Facebook; Site		Horta Formosa (produtores)	<p>Fruit and Veg box (<b>15 euro</b>) contains vegetables to make a large soup, vegetables to make a large salad. Vegetables to accompany your meat or fish, a fresh herb and 2 or 3 types of fruit. It weighs between 7 and 9 kg</p> <p>Vegetable box (<b>15 euro</b>) contains a large variety of vegetables of the season. Depending on the consumer family it will have more variety (small family) or more quantity and less variety (larger family)</p> <p>Fruit box (<b>15 euro</b>) contains a large variety of fruits of the season</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/hortaformosatavira">https://www.facebook.com/hortaformosatavira</a></p> <p><a href="http://hortaformosatavira.com/">http://hortaformosatavira.com/</a></p>
31	<i>Hortas Cortesia</i>	Cortesia, Assafora-Sintra  Grande Lisboa;	<b>Semanal</b>		Facebook e site	Cabaz 03/01/2011	Hortas Cortesida	<p>Cabaz da semana 07 de abril de 2014 <b>16,00 €</b></p> <p>1 salada mix 6 ovos caseiros 2 curgetes .250 gr espinafre NZ 1 m cebola fresca 1 m alho francês 1 coentros 1/2 kg batata 3 limões 1 kg maçã 1 kg laranja</p>	<p><a href="http://www.hortasdacortesia.com/">http://www.hortasdacortesia.com/</a></p> <p><a href="https://www.facebook.com/LABS_Lisboa?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#/hortasda.cortesia?ref=ts">https://www.facebook.com/LABS_Lisboa?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#/hortasda.cortesia?ref=ts</a></p>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

32	<i>Mercado Saloio</i>	Entegas: Sintra, Cascais e Oeiras às <b>quartas</b> e em Lisboa e Amadora às <b>terças</b> e sextas. Entregas das 15h às 22h	Faça a encomenda (com pelo menos 48h de antecedência) através do email mercadosaloio@hotmail.com ou do telefone 91 766 69 39. Deixe sempre um contacto telefónico e indique a morada onde pretende receber o cabaz.  Semanal	Entregamos <b>cabazes de frescos para toda a semana</b> . Mas também algumas extravagâncias... Os legumes, a fruta e ainda o pão são da zona saloia.  O Mercado Saloio <b>é exactamente o oposto dos grandes distribuidores</b> , que asseguram determinados produtos o ano todo. As regras do Mercado Saloio são outras: de <b>respeito absoluto dos produtores e da qualidade do que eles produzem</b> . Se a cenoura do Sr. Romão estiver mirrada, o Mercado Saloio colocará na sua lista de mercearia o ingrediente que falta para a sopa, a abóbora, que o Sr. Celso garante que nunca esteve tão boa. A substituição é feita sempre a pensar no cliente.	Facebook; Blog; Instagram	fevereiro de 2012	"Mercado Saloio"	Exemplo de 1 cabaz: (25, 26 e 28 de março) 1Kg de pêras Rocha; 750g de tangerinas; 1Kg de batatas; 500g de cenouras; 1 molho de rúcula; 1 molho de nabiças; 1 molho de coentros; 2 curgetes; 2 cebolas grandes; 2 nabos; 1 alface  Preço: <b>13 euros</b> . Os pesos são aproximados.  Opções de compra: 1 Frasco (280g) de compota de pera com vinho licoroso da Vidigueira + 5 euros 1 pão saloio feito em forno de lenha + 2,50 euros 1 pão de forma (só à quarta) + 2,50 euros 1 broa de milho (só à sexta) + 2 euros 1 queijinho de ovelha + 2 euros	<a href="https://www.facebook.com/pages/Mercado-Saloio/328511733834730?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser">https://www.facebook.com/pages/Mercado-Saloio/328511733834730?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser</a>  <a href="http://mercadosaloio.blogspot.com">http://mercadosaloio.blogspot.com</a>
33	<i>Olhó Cabaz</i>	Sesimbra	Zona da Margem Sul. Recolhidos no próprio dia, e em produtores locais, asseguramos a qualidade e frescura dos produtos dos nossos cabazes.  <b>Semanal</b>	A Olhó Cabaz surgiu da <b>preocupação com a qualidade e sabor do que pomos na mesa, apoiando sempre os produtores locais</b> . <u>Missão: Apoiar os produtores locais</u> , levando <b>qualidade e frescura</b> em legumes, frutas e produtos regionais às casas da Margem Sul do Tejo  Serviço de entrega de cabazes de frutas e legumes ao domicílio, por toda a margem sul. Produtos oriundos de pequenas quintas em Azeitão e extras ao cabaz de origem regional. <b>Legumes da época apanhados no dia de entrega</b> ao cliente, sem passar por frigoríficos ou expositores de supermercados.	Facebook; Blog;		Olhó Cabaz	Cabaz Fruta ( <b>M: 10€; L: 20€</b> ) Cabaz Sopa ( <b>M: 13€; L: 25€</b> )  Os produtos variam consuante a semana.	<a href="http://olhocabaz.blogspot.pt/">http://olhocabaz.blogspot.pt/</a>  <a href="https://www.facebook.com/pages/Olh%C3%B3-Cabaz/321351738004594">https://www.facebook.com/pages/Olh%C3%B3-Cabaz/321351738004594</a>  ----- ----- ----- -----

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

34	<i>Pede Salsa</i>	Cascais e Oeiras  Almada e Seixal  Lisboa  Sintra,	<b>Semanal</b>	Entrega de cabazes de legumes, frutas e ervas aromáticas, <b>muito frescos, da época</b> e produzidos ao ritmo da natureza. <b>Diretamente da terra para a sua cozinha, sem passar por frigoríficos, nem expositores de supermercados.</b> <b>Agricultores com pequenas produções</b> na região da Arrábida e na região saloia serão os fornecedores dos cabazes Pede Salsa. O que não existe nos cabazes Pede Salsa? Produtos importados, refrigerados ou insuflados com químicos.	Facebook; blog	2012	Pede Salsa	O Cabaz da Semana poderá ser encomendado nas versões S, L ou M, para que possa adaptar a encomenda ao seu tipo de consumo. O cabaz L pesa 12 quilos, o cabaz M pesa sete quilos e o cabaz S pesa 4,5. Contêm doze, dez e sete variedades de produtos, respectivamente, entre legumes, frutas e ervas aromáticas.  Cabaz L - <b>24€</b> Cabaz M - <b>14€</b> Cabaz S - <b>10€</b>	<a href="http://pdsalsa.blogspot.pt/cabazes.html">http://pdsalsa.blogspot.pt/cabazes.html</a>  <a href="https://www.facebook.com/?ref=logo#!/Pede.Salsa.Cabazes">https://www.facebook.com/?ref=logo#!/Pede.Salsa.Cabazes</a>
35	<i>Projeto PROVE</i>	Várias Regiões do Continente	Encomendas até 4f de manhã/ <b>Entregas 6f e sáb.</b>  Os cabazes são entregues diretamente aos consumidores, s/ interferência de intermediários	O PROVE – Promover e Vender pretende contribuir para o <b>escoamento de produtos locais, fomentando as relações de proximidade entre quem produz e quem consome, estabelecendo circuitos curtos de comercialização</b> entre pequenos produtores agrícolas e consumidores, com recurso às TIC.  É imprescindível que todos os produtos que fazem parte do cabaz sejam produzidos com <b>técnicas amigas do ambiente, respeitando as boas práticas agrícolas</b>  Queremos que PROVE porque é preciso... ... <b>Aproximar produtores e consumidores.</b> ... Renovar as relações de compromisso, solidariedade e ética entre quem produz e quem consome. ... Incentivar os pequenos produtores a <b>utilizar técnicas amigas do ambiente.</b> ... Apostar em novas formas de comercialização, ajudando os <b>pequenos produtores a escoar os seus produtos.</b> ... Melhorar a <b>qualidade dos produtos.</b> ... <b>Promover o desenvolvimento dos territórios rurais.</b>	O PROVE faz uma divulgação sistemática do projeto e dos cabazes nos meios de comunicação social, na televisão e nas redes sociais, em especial no Facebook.	2006 (Sesimbra, na Biblioteca do Zambujal);	Grupos de Ação Local (GAL), produtores e consumidores, mas também de autarquias, organizações de agricultores e diversos parceiros locais.	Pequeno 5/6 Kg Grande 7/9 Kg  Entre os <b>7.50 € e 10 €</b> , dependendo do seu tamanho e do local de entrega	<a href="http://www.prove.com.pt">www.prove.com.pt</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

36	Quinta da Tia Paula	Cajados, Palmela	<b>Semanal</b>	Produção de alimentos em <b>modo biológico</b>  Sensibilizar para os problemas de saúde, direta ou indiretamente provocados pelos agrotóxicos	Facebook.	Aderiu ao Facebook 11-02-2013	Quinta da Tia Paula	Dependente da semana. <b>8€</b>  Legumes	<a href="https://www.facebook.com/quintadatiapaula/photos/a.736756339673116.1073741828.613395938675824/854630771219005/?type=1&amp;relevant_count=1#!/quintadatiapaula">https://www.facebook.com/quintadatiapaula/photos/a.736756339673116.1073741828.613395938675824/854630771219005/?type=1&amp;relevant_count=1#!/quintadatiapaula</a>
37	Quinta do Arneiro	Região Oeste, concelho de Mafra, freguesia da Azeiteira  Lojas Celeiro : * Cascais Shopping * Rua 1º de dezembro, na Baixa de Lisboa * CC Colombo * Av. da Republica * CC Amoreiras No Pomar da Rosa no Parque das Nações. No Pomar de Oeiras em Oeiras. No Supermercado O Tradicional no Estoril. No Supermercado Azeitona na Av. do Brasil. Na Frutaria Aquário em Telheiras. Na Stevia em Benfica. No Amor Bio na Praça de Alvalade	<b>Semanal/entrega ao domicílio</b> (tb fornecem mercearias biológicas, escolas, escolas e restaurantes);	Acreditamos convictamente que: a natureza tem as melhores receitas para uma vida longa e saudável. <b>a agricultura biológica é a única saída para um mundo melhor e mais harmonioso.</b> o respeito pelos <b>ritmos da natureza</b> deve ser lembrado em todos os gestos diários de quem trabalha o campo só a cooperação harmoniosa com a natureza pode trazer resultados duradouros e finais felizes. o único modo de retribuirmos a todos os nossos clientes a confiança que depositam em nós é em condição alguma esquecermos os princípios que nos norteiam. Temos obrigação de passar o testemunho através do exemplo.	Facebook; site	A quinta existe desde 1967; em 2007 é lançada a marca 'Quinta do Arneiro'	Quinta do Arneiro	Cabaz Grande ( <b>30€</b> ): Cabaz ideal para 4 a 6 pessoas; É um cabaz para uma família de 4 a 5 pessoas. É composto por produtos da época, tem todas as semanas legumes para sopa, para acompanhamento e para salada e fruta. Tem sempre pão e pode ter um ou dois produtos de mercearia.  Cabaz Médico ( <b>25 €</b> ): Cabaz para 3 a 4 pessoas; Tem todas as semanas legumes da época para sopa, para acompanhamento e para salada e fruta. Tem sempre pão e pode ter um ramo de ervas aromáticas.  Cabaz Pequeno ( <b>20€</b> ): É um cabaz para uma família de 1 a 3 pessoas. Tem todas as semanas legumes da época para sopa, para acompanhamento e para salada e fruta. Pode ter um ramo de ervas aromáticas e pão	<a href="https://www.facebook.com/quinta.doarneiro?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser">https://www.facebook.com/quinta.doarneiro?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser</a>  <a href="http://www.quintadoarneiro.pt/cabazes-biologicos-de-entrega-ao-domicilio">http://www.quintadoarneiro.pt/cabazes-biologicos-de-entrega-ao-domicilio</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

<p>38</p> <p><i>Quinta Sinfonia</i></p>	<p>Sobral de Monte Agraço Entregamos na zona de Torres Vedras, Sobral de Monte Agraço, Alenquer, Azambuja, Arruda dos Vinhos, Vila Franca de Xira, Alverca, Loures, Mafra, Odivelas, Lisboa, Amadora, Queluz, Cacem e Oeiras</p> <p>Os gastos de envio para as zonas onde fazemos entregas, já estão incluídos no preço dos produtos.</p>	<p>Os dias de entrega são à <b>quinta-feira, sexta-feira e sábado de manhã.</b></p> <p><b>Semanal</b></p>	<p>Qualidade: antes de tudo os nossos produtos alimentam a nossa família e por isso buscamos a melhor qualidade possível. Produzimos para consumo próprio e <b>vendemos os excedentes da nossa produção.</b></p> <p>Transparência: somos agricultores e <b>vendemos diretamente os nossos produtos sem intermediários.</b> Podemos explicar ao cliente todo o processo de produção, desde que o produto foi semeado até à colheita.</p> <p>Frescura: sempre que possível os produtos são colhidos no momento do pedido e portanto o cliente recebe um <b>produto fresco quase recém colhido da horta</b></p> <p>Equilíbrio: a nossa quinta está inserida numa reserva agrícola e ecológica e portanto buscamos o maior equilíbrio possível entre o elemento humano e a natureza. <b>Os nossos produtos são tratados da forma mais natural possível de modo a preservar a biodiversidade da terra.</b></p>	<p>Facebook</p> <p>Blog</p>	<p>Aderiu ao Facebook 14-03-2013</p>	<p>Quinta Sinfonia</p>		<p><a href="https://www.facebook.com/#!/pages/Quinta-Sinfonia/487131991336660?id=487131991336660&amp;sk=info">https://www.facebook.com/#!/pages/Quinta-Sinfonia/487131991336660?id=487131991336660&amp;sk=info</a></p> <p><a href="http://www.quintasinfonia.blogspot.pt/">http://www.quintasinfonia.blogspot.pt/</a></p>
---	---	---	---	-----------------------------	--------------------------------------	------------------------	--	---

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

39	<i>Quintinha Produtos Biológicos</i>	A Quintinha está representada através das suas duas lojas, na Madalena (Vila Nova de Gaia) e Aveiro, e pelas Entregas ao Domicílio nas zonas do Grande Porto, Aveiro, São João da Madeira, Santa Maria da Feira, Espinho, Costa Verde, Vila do Conde, Esposende e Póvoa do Varzim	Fazemos Entregas ao Domicílio, <b>semanais, quinzenais ou pontuais</b> , em cabazes de verga, madeira ou papelão onde colocamos legumes e frutas variados.	<p>Missão: Acreditamos na <b>Agricultura Biológica</b> e o nosso crescimento deve-se à busca constante em servir cada vez melhor os nossos Clientes em qualidade, variedade e preço.</p> <p>Queremos crescer com todos aqueles que sonham que o futuro são os alimentos que preservam e melhoram a nossa saúde e a Terra em que vivemos.</p> <p>Descrição da empresa A Quintinha, Lda. é uma empresa certificada* que se dedica à comercialização e entrega ao domicílio de produtos de Agricultura Biológica certificados em carrinhas apropriadas, por correio ou transportadora.</p>	Facebook;  Site;	2000	Quintinha Produtos Biológicos	Cabaz de Frutas e Legumes  Cabaz Pequeno - 5,0kg (8 a 9 produtos) <b>21,00€</b> Cabaz Médio - 7,5kg (10 a 11 produtos) <b>25,00€</b> Cabaz Grande - 10,0kg (13 a 14 produtos) <b>32,00€</b>	<a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>  <a href="https://www.facebook.com/QuintinhaProdutosBiologicos?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#!/QuintinhaProdutosBiologicos/info">QuintinhaProdutosBiologicos?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#!/QuintinhaProdutosBiologicos/info</a>
40	<i>Sr. Cabaz</i>	Boavista Porto	Encomendas: Para encomendar basta ligar ou deixar mensagem no facebook, indicando os 8 legumes que pretende receber da nossa lista (com aproximadamente 25 legumes).	<p>Um serviço de entrega gratuita, de cabazes de legumes frescos, cultivados por <b>agricultores locais</b>, apanhados ao início do dia e entregues no próprio dia.</p> <p>Missão: Produzir e <b>comercializar alimentos que promovam a saúde e o bem-estar do consumidor. Procura constante de actos sustentáveis, para a melhoria do meio ambiente e da sociedade.</b></p> <p>Objetivos: <b>Promoção e valorização da agricultura nacional e produtos nacionais;</b> Apoiar e incentivar os produtores locais</p> <p>Valores: Respeito pelo Consumidor; Preocupação com a Saúde; Respeito como Meio Ambiente Qualidade; Valorização do Produtor; Responsabilidade Social</p>	Facebook;	Aderiu ao Facebook 30-05-2013	Sr. Cabaz		<a href="https://www.facebook.com/senhorcabaz#!/senhorcabaz/info">https://www.facebook.com/senhorcabaz#!/senhorcabaz/info</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

41	<i>Terra a Terra</i>	Montemor-o-Novo  Entregamos os nossos cabazes nas zonas de Montemor-o-Novo, Évora, Vendas Novas e Alcáçovas.	<b>Semanal ou quinzenal</b>	Da terra à sua porta, simplesmente natural.  Terra-a-terra vive da <b>agricultura sem químicos</b> e das <b>relações de proximidade estabelecidas com pequenos produtores locais</b> , evidenciando o que a terra de cada um, e o seu saber, dá de melhor.  Terra-a-terra, porque os nossos produtos são simples, vêm da terra, e porque vamos buscá-los e entregá-los de terra em terra em cestas cuidadosamente preparadas por nós, com produtos locais e naturalmente saudáveis.	Facebook e site	Aderiu ao Facebook 16-03-2014	Terra a Terra (casal)	Cabaz Família Entre 7 a 9 kg de peso de legumes e frutas. 18 euros Extras: pão alentejano, ovos, queijo, azeitonas, doces, chutneys, piri-piri, bolos caseiros  Cabaz Casal Entre 3 a 5 kg de peso de legumes e frutas. 10 euros Extras: pão alentejano, ovos, queijo, azeitonas, doces, chutneys, piri-piri, bolos caseiros  Cabaz Baby Entre 2 a 3 kg de peso com os primeiros legumes para a sopa e fruta. 6 euros	<a href="https://www.facebook.com/terraaterra?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#!/terraaterra/info">https://www.facebook.com/terraaterra?fref=pb&amp;hc_location=profile_browser#!/terraaterra/info</a>  <a href="http://www.terraaterra.pt/">http://www.terraaterra.pt/</a>
42	<i>Fruta Feia</i>	Lisboa;	<b>Semanal</b>	Cooperativa de consumo contra o <b>desperdício alimentar que canaliza dos agricultores aos consumidores os fruto hortícolas rejeitados devido à aparência</b>  A preferência dos grandes canais de distribuição por frutas e hortaliças perfeitas em termos de formato, cor e calibre é uma das causas para o actual desperdício alimentar, e resulta num desperdício médio de 30% do que é produzido pelos agricultores.  O projeto Fruta Feia tem como objetivo principal canalizar essa parte da produção fruto-hortícola até aquele consumidor que não julga a qualidade... Pela aparência, <b>reduzindo tanto o desperdício como o gasto desnecessário dos recursos utilizados na sua produção.</b>	Facebook; site; mídea	2013	Fruta Feia Apoios: Fundação Calouste Gulbenkian e COTEC Portugal		<a href="http://www.frutafeia.pt/">http://www.frutafeia.pt/</a>  <a href="https://www.facebook.com#!/FrutaFeia?fref=ts">https://www.facebook.com#!/FrutaFeia?fref=ts</a>

*Circuitos Curtos Agroalimentares em Portugal: estudo de casos*

43	<i>Peixe do Mar</i>	<p>Sesimbra;</p> <p>Fazemos entregas gratuitas ao domicílio nos concelhos de Lisboa, Oeiras, Almada, Seixal e Sesimbra</p>	<p><b>Semanal</b></p> <p>Sexta-Feira (a partir das 17h) e durante o dia de Sábado.</p>	<p><b>A nossa empresa possui um conceito inovador aproximando o pescador do consumidor final.</b></p> <p><b>Todo o peixe virá preparado de acordo com o que for especificado pelo cliente no momento da encomenda.</b></p> <p><b>A grande maioria do nosso peixe vem de Sesimbra, fruto dos acordos que temos com alguns pescadores locais. Todo o restante peixe vem dos Açores diretamente para os nossos armazéns em Sesimbra</b></p>	Site		Peixe Fresco		<p><a href="http://loja.peixefresco.com.pt/epages/960332164.sf/pt_PT/?ObjectPath=/Shops/960332164/Categories">http://loja.peixefresco.com.pt/epages/960332164.sf/pt_PT/?ObjectPath=/Shops/960332164/Categories</a></p>
----	---------------------	--	--	--	------	--	--------------	--	--