

Revista da UIIPS – Unidade de Investigação do Instituto Politécnico de Santarém,
Vol. 5, N. ° 2, 2017, pp. 71-77
ISBN: 2182-9608
<http://ojs.ipsantarem.pt/index.php/REVUIIPS>



GESTÃO DE MERCADOS DE PROXIMIDADE – O DESAFIO DE PREPARAR O CAMINHO

Local markets management - the challenge of preparing a way

Paula Ruivo

Departamento de Tecnologia Alimentar, Biotecnologia e Nutrição/Escola Superior Agrária de Santarém, Instituto Politécnico de Santarém (IPS), Unidade de Investigação do IPS, Centro de Investigação em Qualidade de Vida (CIEQV), Portugal

paula.ruivo@esa.ipsantarem

José Carvalho

Departamento de Tecnologia Alimentar, Biotecnologia e Nutrição/Escola Superior Agrária de Santarém, Instituto Politécnico de Santarém (IPS), Unidade de Investigação do IPS, Portugal

jose.carvalho@esa.ipsantarem

RESUMO

Os circuitos curtos de abastecimento agroalimentares surgiram e surgem, na sua maioria, de uma rede de colaboração entre agricultores de que têm resultado novas formas de comercialização dos produtos locais e angariação de novos consumidores. Nesta comunicação descreve-se a visão obtida a partir da realização de entrevistas com o objetivo de conhecer estas formas alternativas de comercialização e as dinâmicas que geram em duas pequenas comunidades rurais, relativamente ao escoamento das suas produções, ao acesso aos mercados, ao reforço dos vínculos entre agricultores e consumidores e, globalmente, quanto ao contributo para a melhoria da sua qualidade de vida e a economia local.

Palavras chave: cadeias alimentares, circuitos curtos de abastecimento, desenvolvimento

ABSTRACT

The short food supply chains result, mostly, of a network of collaboration between farmers and they have led to new forms of marketing of local products and to new consumers. In this paper we describe an overview that intends to, critically, present the various dynamics that results from innovative food supply chains and demands, that were registered in two rural communities, and the way in which they have contributed to facilitate access to markets, to strengthen the links between farmers and consumers, to enhance the economic potential of local agriculture and globally to a better way of life.

Keywords: local food systems, development, short supply chain

1. INTRODUÇÃO

As políticas europeias de desenvolvimento rural têm vindo a incentivar a criação de circuitos curtos de abastecimento, apelando para o benefício da economia rural e enaltecendo as ligações que podem ser alavancadas com a indústria do turismo. Este compromisso tem sido também reconhecido por algumas instituições públicas locais, quer no que se refere à promoção da produção, consumo e distribuição alimentar local de forma sustentável, quer pelo desafio que pode constituir em favor da inclusão social e da fixação dos produtores e das suas famílias na comunidade, com resultado global positivo para a valorização territorial.

Nesta comunicação descreve-se um trabalho de aquisição de conhecimentos sobre esta temática em que, numa primeira fase, se pretendeu conhecer e caracterizar as diversas modalidades e as dinâmicas que têm resultado de ofertas e procuras inovadoras que estão a transformar duas comunidades rurais e a forma como os instrumentos políticos têm contribuído para facilitar o acesso aos mercados, para o reforço dos vínculos entre agricultores e consumidores e para a valorização do potencial económico da agricultura local. Numa segunda fase, ainda em curso, importa perceber como é disseminado o conhecimento destas formas de comercialização, como pode ser realizada a sua adaptação ao território às necessidades dos consumidores e divulgada a sua legitimidade em prol do desenvolvimento local e regional. No sentido de preparar um caminho, para associações, cooperativas e entidades que pretendem criar circuitos curtos alimentares, identificam-se processos com sucesso na comunidade europeia e, numa segunda fase, na continuação deste trabalho estar-se-á apto para apresentar um guia das ações necessárias para os promover junto dos seus públicos.

2. CIRCUITOS CURTOS AGROALIMENTARES

Pretende-se, nesta comunicação, contribuir para o discurso atual sobre os circuitos curtos agroalimentares (CCA) destacando-se duas formas de abordagem – por um lado, aquela que está mais consagrada na literatura revista e que se relaciona com o ultrapassar das dificuldades que muitos agricultores revelam no escoamento e venda dos seus produtos e, por outro lado, no possível mas menos debatido, contributo que pode ser gerado pela crescente dinamização dos CCA em prol da atratividade e da afirmação dos territórios rurais.

Circuitos curtos agroalimentares (CCA) são um modo de comercialização que se efetua por venda direta do produtor ao consumidor, ou por venda indireta, com a condição de não haver mais de um intermediário, como proposto pelo grupo de trabalho “Estratégia para a valorização da produção agrícola local” (GEVPAL)¹ (Baptista *et al.*, 2013) e conforme se encontra definido no portal da Rede Rural Nacional (RRN)². Impõe-se, no entanto, discutir se esta definição de circuito curto é muito mais abrangente do que à primeira vista se presta, face ao entendimento de proximidade com que na maioria das vezes é aplicada, mas também, discutir ainda se se mostra suficiente para caracterizar sistemas alternativos aos sistemas de comercialização em uso, que alguns autores designam por convencionais. Correia *et al.* (2012, pp.18) acrescenta que a “contratação direta realizada entre grandes produtores e as grandes superfícies enquadra-se igualmente na definição de circuitos curtos de comercialização” pelo que aponta para a necessidade de “encontrar outros critérios e terminologia que distingam uns e outros modos de comercialização”. De acordo com estes autores coexistem designações como Sistemas Agroalimentares Alternativos, Redes ou Sistemas de Abastecimento Local de Alimentos, Circuitos Curtos de Abastecimento Alimentar, Novas Cadeias de Abastecimento Alimentar, considerando as designações Sistemas Agroalimentares Alternativos e Novas Cadeias de Abastecimento Alimentar como mais relevantes. Face a estas considerações é pertinente discutir então, se o conceito de CCA deve ser encarado como uma redução, quer em espaço quer em tempo, ou se, como alguns autores preconizam, o considerar-se exclusivamente enquanto “proximidade”, limitando a distância entre o local de

¹ Grupo de Trabalho criado pelo Despacho nº 4680/2012, de 3 de abril, e publicado no DR, nº 67, 2ª Série

² Rede Rural nacional (RRN) é uma estrutura de ligação entre agentes com papel ativo no desenvolvimento rural, que querem partilhar as suas experiências e conhecimentos, melhorar o desempenho e obter melhores resultados.

produção e o local de consumo. Estas distâncias diferem consoante o enquadramento geográfico em que é colocado em prática e a realidade da produção agrícola envolvida e se a RRN sugere, para definir proximidade, o concelho de produção e os concelhos limítrofes, alguns países europeus determinam 50 km e nos Estados Unidos da América, preconizam-se, naturalmente maiores distâncias, cerca de 400 km. Outros autores, como Sonnino (2006) (cit. por Correia, *et al.*, 2012, pp. 18) caracterizam as Novas Cadeias de Abastecimento Alimentar “por um encurtamento duplo, espacial e social do complexo sistema alimentar atual através da re-espacialização e re-socialização” resultantes da diminuição da distância entre os locais de produção e consumo de alimentos, e porque decorre de uma comunicação próxima e regular entre produtores e consumidores. François (2000) e Chaffotte (2007) (cit. por Correia, 2012, pp. 16) apresentam, como exemplos de circuitos curtos com um único intermediário, o fornecimento a cantinas escolares, aos hospitais, restaurantes, lojas, grandes superfícies, etc., e defendem que o conceito de circuito curto não implica uma distância física entre produtores e consumidores mas a presença ou ausência de intermediários e salvaguardando a expressão de circuitos curtos de proximidade quando “a distância entre produtor e consumidor é tida em conta”.

A revisão documental realizada evidencia ainda, como são muitas e diversificadas as modalidades de CCA, bem como os atores envolvidos quer em Portugal quer na União Europeia ou na América do Norte onde, como refere Cristóvão e Tibério (2009) está amplamente utilizado o *slogan* “Buy Fresh, Buy Local”. Correia *et al.* (2012) e Baptista *et al.* (2013) referem alguns exemplos como os *Community Supported Agriculture* (CSA) no Reino Unido e nos Estados Unidos da América, os AMAP (*Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne*) em França, o PROVE em Portugal, o GASAP (*Groupe d'Achat Solidaire de l'Agriculture Paysanne*) na Bélgica e o GAS (*Gruppi di acquisto solidale*) em Itália. Estes modelos, naturalmente diferentes, em resultado da diversidade social e cultural dos diversos atores envolvidos têm, contudo, alguns pontos comuns que importa analisar e veicular num estudo preparatório de um modelo de gestão de mercados de proximidade.

A União Europeia definiu como prioridade no apoio ao desenvolvimento rural, no período 2014-2020, “a promoção da organização de cadeias alimentares, nomeadamente através do desenvolvimento de mercados locais e dos circuitos curtos de agroalimentares”, acompanhando o crescente e renovado interesse pela sua existência e pelos benefícios que poderão advir da dinamização dos sistemas alimentares locais de que fazem parte. Os circuitos curtos agroalimentares (CCA), de entre as parcerias estabelecidas entre o rural e o urbano, foram também escolhidos como uma das 12 temáticas para a inovação do subgrupo Inovação do European Rural Network's Assembly. Apesar de tudo, ainda que tenham surgido com a evolução da Política Agrícola Comum, os CCA permanecem, como o próprio Comité das Regiões (2011) assume como um assunto marginal no amplo sistema agroalimentar. Em Portugal, as organizações com responsabilidade na área agrícola e agroalimentar, como o Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do território (MAMAOT) e estruturas dele dependentes, como a RRN, exprimem em numerosos documentos e discursos, a necessidade de implementar políticas que encorajem a criação e a dinamização dos CCA de forma a facilitar a venda direta aos consumidores, por exemplo através dos mercados de produtores. No entanto a recente publicação, em 21 de maio último, do Decreto-lei nº 85/2015 vem definir regras muito concretas e rígidas, que ao invés de facilitar o acesso ao mercado vão dificultar, agravando os constrangimentos múltiplos e incontroláveis com que os produtores agrícolas e pecuários já se debatem a nível do escoamento das suas produções e na promoção das mesmas e das atividades de comercialização para as quais, na maioria das vezes não se encontram preparados.

Existem várias iniciativas desenvolvidas nos últimos quinze anos em Portugal e ao nível europeu e americano que se baseiam em diferentes modalidades de circuitos curtos e que utilizam formas de operacionalização diversas. A informação que consta no portal da Rede Rural Nacional reduz-se às modalidades seguintes: mercado de produtores, mercado de produtores bio, feira de produtos locais, ponto de venda coletivo e cabaz de produtos agroalimentares. Numa situação intermédia, os autores citados por Correia *et al.* (2012), François (2000) e Chaffotte (2007), já referenciados atrás, dão como exemplos de venda direta: a venda na exploração, a venda num *stand* próprio numa grande superfície, os “cabazes”, a venda através da internet, a venda em eventos temáticos, o alojamento na exploração com consumo de produtos no local, a venda da colheita na exploração.

Algumas modalidades de circuitos curtos agroalimentares têm sido apoiadas por muitas autarquias, associações de produtores e cooperativas, como a criação e promoção de mercados locais de diferentes periodicidades e com o estabelecimento de circuitos de abastecimento (re-)conectando os pequenos produtores às cantinas escolares, aos refeitórios públicos e ao consumidor final como conseguido com o projeto “Da nossa Terra”, sob o lema “produzir e consumir localmente”. O projeto liderado pela autarquia de Penafiel, com parceiros como a Direção Regional de Agricultura e Pescas do Norte e a Cooperativa Agrícola de Penafiel foi criado com o objetivo de promover os produtos locais e de estimular a economia local, procurando organizar e agregar os agricultores e as suas produções, de modo a que tenham capacidade de fornecimento para entidades locais de grande consumo, como sejam as cantinas escolares, refeitórios públicos e instituições particulares de solidariedade social. A CoopPenafiel faz a articulação entre os agricultores, que entregam o produto nas suas instalações e os clientes, que recebem os produtos hortícolas através de veículos e funcionários da própria cooperativa.

Em Portugal destacam-se na organização e divulgação de CCA alguns grupos informais de produtores e consumidores, criados a partir da iniciativa de uma Associação de Desenvolvimento Local, Cooperativa ou outra instituição. A PROVE será o projeto de maior relevância, utilizando um modelo inspirado na experiência francesa das *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne* (AMAP). Trata-se de um conjunto de produtores que regularmente abastece um número fixo de consumidores, constituindo cada um deles um núcleo PROVE, que de norte a sul do país reúnem produtores encarregados pela distribuição semanal de cabazes em pontos de recolha pré-determinados.

3. CIRCUITOS CURTOS AGROALIMENTARES E SISTEMAS ALIMENTARES LOCAIS – BENEFÍCIOS E CONSTRANGIMENTOS RECONHECIDOS

Nos últimos anos os CCA tendem a aproximar produtores e consumidores e, para tal diversas formas inovadoras foram disseminadas na Europa, especialmente em França, em que as políticas públicas têm fortemente apoiado nesse enquadramento os seus produtores, agrupamentos de produtores, mas também os consumidores e as diferentes formas de associações em que os consumidores que se constituíram. Muitas destas formas de comercialização têm, também sido, estudadas nos países anglo-saxónicos onde, como refere Correia *et al.* (2012) têm sido apresentadas como um processo alternativo ao modelo agroindustrial e dotadas de antemão de diversos benefícios potenciais, alguns não perfeitamente fundamentados ou esclarecidos. Ainda assim, sintetizam-se, de acordo com a diversa bibliografia consultada, os seguintes:

- Sociais – pela equidade e incremento da confiança no relacionamento entre produtor e consumidor reforçando a coesão social nos territórios pela sua inserção social que permite;
- Económicos – pelo potencial de diversificação e de valorização das produções locais e por potenciar a redução da incerteza que resulta da variação dos volumes de produção e de vendas;
- Ambientais – pelo menor impacto sobre o ambiente porque tendem a ser mais reduzidas as necessidades de acondicionamento, transporte e de conservação e também porque as técnicas agrícolas tradicionais tendem a ser menos intensivas contribuindo positivamente para a preservação da biodiversidade e globalmente para a sustentabilidade dos recursos naturais;
- Saúde / Bem-estar dos consumidores – porque deverá facilitar o acesso a alimentação segura e com elevado valor nutricional constituindo-se como um contributo para a adoção de dietas mais saudáveis.

Alguns autores definem também as vantagens de preservação dos sistemas tradicionais de produção e da biodiversidade e que designam por Benefícios culturais.

Rodrigues (2013) veio assumir que os CCA de proximidade remetem também para outros aspetos que importa debater, nomeadamente a identificação do produto com a origem do local de produção,

a necessidade de assegurar e de rastrear a utilização nos produtos transformados de matérias-primas provenientes das explorações agrícolas locais, o seu modo de produção e as suas características específicas. Estas, como outras informações deverão constar de uma estratégia que permita o conhecimento por parte do consumidor e que é um dos pressupostos de construção das relações de confiança entre produtores e consumidores incrementando, em simultâneo, a diferenciação dos produtos locais. Ainda, de acordo com o projeto de parceria de desenvolvimento do PROVE, a comercialização de proximidade representa para os consumidores o ter acesso a produtos de qualidade, com origem conhecida e permite contribuir para a manutenção destas produções, para a atividade económica dos produtores e para a sustentabilidade dos territórios rurais.

Diversos trabalhos e outros documentos que descrevem a experiência PROVE e de outros CCA apontam a comercialização de proximidade como um estímulo para um conjunto de dinâmicas e benefícios nos territórios, nomeadamente:

- Uma solução para ultrapassar dificuldades de acesso ao mercado por parte das produções de pequena dimensão;
- O reforço da capacidade empresarial dos pequenos produtores;
- A possibilidade de reter localmente o valor acrescentado (por melhoria dos preços de venda e do rendimento dos produtores);
- O reconhecimento do trabalho dos produtores pelos consumidores;
- A dinamização de vontades coletivas de mudança e responsabilização dos vários atores;
- A consciencialização das entidades promotoras para a utilização de instrumentos que estimulam a competitividade territorial e que asseguram processos de sustentabilidade a nível local.

4. OBJETIVOS, METODOLOGIA E RESULTADOS PRELIMINARES

As entrevistas exploratórias foram realizadas em dois territórios com características diversas: um território onde as funções económicas têm estado essencialmente assentes em explorações agrícolas e florestais de muito pequena dimensão e um território caracterizada pela média e grande dimensão, com ocupação intensiva do solo e com um número significativo de produtores com os seus produtos certificados e que participam, nomeadamente, em mercados biológicos.

Pretendeu-se perceber se, e como, o produtor agrícola ou pecuário participa no processo de comercialização, as vantagens e as incertezas que o processo encerra, num estudo exploratório que nos permitiu, posteriormente, elaborar um questionário, mais detalhado, a aplicar a uma amostra com maior dimensão. Com esta entrevista prévia pretendeu-se aferir as preocupações atuais dos produtores que já comercializam diretamente e caracterizar os constrangimentos e as oportunidades que os produtores registam e preveem no atual quadro económico.

Foram registados, nesta primeira fase, vários obstáculos à disseminação dos CCA devidos, entre outros, à contingência de alguma legislação em vigor, à utilização limitada de recursos de marketing e às alterações aos custos de produção, armazenamento, transformação e transporte. Nas entrevistas realizadas, foram também referidos, ainda que com menos frequência, outros aspetos que se entendeu deverem ser objeto de uma discussão posterior: as questões relacionadas com os processos de certificação - agricultura biológica vs agricultura convencional, mercado e concorrência, segurança, higiene alimentar, saúde pública e saúde no trabalho, qualidade comercial, nutritiva e sensorial, necessidade de encontrar novas formas de produção, uso dos recursos de forma equilibrada e sustentável, e formas de comercialização inovadoras com potencial de valorização dos produtos.

Pretende-se também numa fase posterior conhecer, de forma aprofundada, quem são estes consumidores, nomeadamente recolhendo informações sobre os seus hábitos de consumo, motivações para a compra, como encaram a relação de proximidade com os produtores e porque continuam dispostos a pagar, em geral mais, pelos produtos disponibilizados nestas formas de comercialização. No entanto, é já consensual, que os seus clientes são os que procuram os produtos locais de qualidade, muitas das vezes em associação à experimentação de atividades turísticas, de lazer e recreio, e que valorizam as tradições locais e o património material e imaterial da região. Também e, como nos mercados biológicos são consumidores, reconhecidamente, as

pessoas mais informadas e dispostas a pagar mais pelos produtos vendidos diretamente pelo produtor.

Foram realizadas entrevistas a vários produtores de que poderemos sintetizar as seguintes indicações, sem qualquer grau de importância ou de prioridade:

- Os CCA mais disseminados parecem ser os mercados de produtores (biológicos ou não);
- Os mercados tradicionais e as vendas na exploração são muito pressionados:
 - pela regulamentação legal que tem sido imposta (IVA, obrigatoriedade de fatura, etc.),
 - pelo contexto económico de crise;
 - pelo tempo e empenho exigidos ao próprio agricultor que para além de produzir têm que se dedicar à comercialização;
 - pela concorrência exercida por outros circuitos de distribuição;
- Poucos produtores estão expressamente orientados para as necessidades dos consumidores;
- Não existe informação sobre os valores (ou volumes) transacionados nestes mercados;
- Não está suficientemente divulgada, junto dos produtores, a nova legislação de enquadramento dos “mercados locais de produtores” (Decreto-lei nº85/2015 de 21 de Maio, 1ª série)
- Não existem planos de comunicação definidos, sendo a divulgação realizada essencialmente pelo “passa-palavra”;
- O impacto económico e o sucesso obtido variam, em geral com o produtor, os produtos, a região geográfica, os parceiros locais e o apoio da governança local.

Os produtores nas entrevistas realizadas forneceram igualmente a sua visão sobre o que motiva (ou não) os consumidores à compra. Assim, aos olhos dos produtores, os consumidores não querem comprar diretamente os seus produtos, porque não estão ainda suficientemente conscientes das vantagens de comprar produtos locais e também porque não pensam que valorizem devidamente a agricultura familiar. Por seu lado consideram como fatores que motivam a compra, as expressões mais utilizadas pelos seus clientes - “saber de onde o produto vem”, “produtos mais frescos e de melhor qualidade”, “comprar alimentos mais saudáveis” e de “melhor qualidade”. Os produtores referem ainda, que muitos dos seus consumidores entendem e procuram privilegiá-los porque “gostam de manter uma relação positiva com o agricultor” e chegam mesmo a referir que alguns consumidores querem expressamente “contribuir para a economia local”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A procura de soluções para questões tão diversas como os baixos rendimentos dos agricultores, o escoamento assegurado dos seus produtos e a necessidade de oferecer uma dieta alimentar mais saudável, entre muitas outras dificuldades e constrangimentos, tem levado a que numerosas organizações, públicas e privadas, tenham vindo a colocar ênfase na dinamização dos circuitos curtos agroalimentares. Ainda e, porque inequivocamente os CCA contribuem positivamente para o desenvolvimento de relações de confiança entre os produtores e os consumidores, para o maior conhecimento e a maior valorização dos produtos agrícolas e agroalimentares por parte do consumidor, para a diversificação da oferta da produção agroalimentar, para a defesa e a manutenção dos sistemas tradicionais de produção vegetal e animal e para o estímulo dos processos de sustentabilidade local, têm vindo a ser muito incentivadas e desenvolvidas modalidades inovadoras e que se caracterizam pela forma como, assumidamente privilegiam atividades colaborativas. Estes circuitos surgem, também, frequentemente, como importantes alternativas, que permitem o incremento do capital social e de identidade das comunidades rurais, permitindo potenciar a coesão social no sentido de incrementar o desenvolvimento local e regional e de alcançar uma melhor qualidade de vida.

Da análise realizada, permanecem, contudo, algumas questões, que importa vir a responder - havendo concordância de que, na sua maioria, os produtores e os consumidores reconhecem, os benefícios da dinamização destas formas de comercialização, pelo menos parcialmente, questionando-se porque têm sido marginalizadas, porque acabam muitas vezes por vir a ser abandonadas depois de um início auspicioso, e também porque não são mais apoiadas pelas políticas públicas territoriais.

Assim a aplicação destas formas de comercialização, que claramente podem beneficiar a economia local e o desenvolvimento dos territórios rurais, necessitam em síntese, e de acordo com a nossa análise:

- De ser mais estimuladas quer ao nível dos produtores rurais quer ao nível dos potenciais consumidores, avaliando de forma isenta se os consumidores estão realmente motivados e se estão reunidas as condições para que acedam ao produto, nomeadamente em mercados de produtores;
- De ser adequadamente apoiadas pelas políticas públicas, nomeadamente no que se refere à aquisição de conhecimentos a nível da gestão, logística e marketing (ainda que assumidas por organizações de produtores, associações, cooperativas ou eventualmente pelas autarquias, privilegiando lógicas colaborativas em rede);
- De serem encontradas modalidades mais flexíveis e adequadas a cada território, e que deverão estar enquadradas num processo legislativo adequado à realidade.

Nas próximas fases deste trabalho pretende-se, a partir do diagnóstico realizado, vir a construir um modelo de implementação e de gestão dos circuitos curtos agroalimentares que contribua para que não sejam desvirtuados os seus objetivos, na sua essência, e que da articulação dos benefícios já evidenciados resulte a afirmação dos territórios rurais em que se instalam e que os promovam com contributos favoráveis para a sua atratividade e desenvolvimento.

6. REFERÊNCIAS

- Baptista, A., Cristóvão, A., Costa, D., Guimarães, H., Rodrigo, I., Tibério, L. & Pinto-Correia, T. (2013). *Recomendações de Medidas de Política de Apoio aos Circuitos Curtos Agro-Alimentares: período de programação 2014-2020 (Relatório Final)*, ISA, UE, UTAD, julho 2013.
- Cristóvão, A. e Tibério, L. (2009). "Comprar Fresco, Comprar Local": Será que temos algo a aprender com a experiência americana? In Moreno, L., M. M. Sanchez e O. Simões (Coord.). *Cultura, Inovação e Território, O Agroalimentar e o Rural*, pp. 27-34. Lisboa: SPER.
- Comité das regiões (2011). *Parecer do Comité das Regiões sobre «Sistemas alimentares locais» (2011/C 104/01)*. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:104:0001:0006:PT:PDF>
- MAMAOT (2013) *"Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local"*. Relatório Final do Grupo de Trabalho GEVPAL. Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território. Lisboa.
- Pinto-Correia, T., Cristóvão, A., Costa, D., Guimarães, H., Rodrigo, I., Tibério, L. & A. Baptista, (2013). *Recomendações de Medidas de Política de Apoio aos Circuitos Curtos Agro-Alimentares: período de programação 2014-2020 (Relatório Final)*, ISA, UE, UTAD, julho 2013.
- Rodrigues, R. (2013) *Estudo do input de valor no meio rural com a criação de circuitos de proximidade, no concelho de Viseu. Tese de mestrado.* Disponível em http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/16672/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Rosa%20Rodrigues.pdf