



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA
CENTRO REGIONAL DAS BEIRAS - PÓLO DE VISEU
Departamento de Economia, Gestão e Ciências Sociais

Estudo do input de valor no meio rural com a criação de circuitos
de proximidade, no concelho de Viseu

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa – Centro Regional
das Beiras – Viseu, para obtenção de Grau de Mestre em Gestão, Especialização
em Gestão de Recursos Humanos

Orientador: Professor Paulo Pereira
Mestranda: Rosa Maria Albuquerque Rodrigues

Viseu, outubro de 2013

“Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado.”

Roberto Shinyashiki



Dedicatória

Dedico este trabalho a todos aqueles que me apoiaram neste estudo, e que sempre fizeram reforços positivos, mesmo quando os momentos mais difíceis estavam a ocorrer.

À minha família, pelo apoio incondicional, e em especial ao meu marido e filhos João e Inês, que muitas vezes ficaram privados de alguns momentos de família para este trabalho acontecer.

Aos meus pais....



Agradecimentos

Agradeço ao meu orientador, o Prof. Paulo Pereira, pelo seu constante apoio e disponibilidade no desenvolvimento deste documento.

Aos entrevistados, pela forma pronta e descomprometida com que responderam às minhas questões.

O mais profundo e sentido agradecimento a todos os que colaboraram na elaboração deste documento.



Resumo

Este trabalho teve como objectivo estudar os circuitos de proximidade, que podem ser estabelecidos entre consumidores urbanos da cidade de Viseu, e produtores de produtos de origem animal e vegetal, que habitam as zonas rurais da cidade.

Este estudo pretende também contribuir para a abertura de um espaço de debate, onde venham a ser lançadas e discutidas ideias e projetos que tenham como objetivo promover a dinamização destes circuitos de proximidade, no contexto da criação de riqueza e da sua distribuição mais igualitária, no contexto da preservação do mundo rural e da ruralidade do nosso concelho.

Para tal, foi eleito o método qualitativo de análise da informação recolhida através de entrevistas a clientes urbanos e a produtores rurais. Estes intervenientes foram escolhidos de uma forma aleatória, apenas respeitando alguns parâmetros para a sua seleção.

Demonstrou-se com este estudo que é possível estreitar relações entre o meio urbano e o meio rural do concelho de Viseu, identificando mais-valias que este relacionamento pode trazer a ambas as partes. Esta criação de valor vai para além da vertente meramente económica, que nem por isso deixa de ser determinante, promovendo também a criação e o estreitamento de laços sociais entre as duas comunidades.

Palavras-chave: circuitos de proximidade, concelho de Viseu, consumidores urbanos, produtores rurais de produtos de origem animal e vegetal.



Abstract

This work aimed to study the circuits of proximity, that can be established between urban consumers in the municipality of Viseu, and producers of animal and vegetable origin, inhabiting the rural areas of the city.

This study also aims to contribute to the opening of a space for debate, where ideas and projects that aim to promote the revitalization of these circuits of proximity can be released and discussed, in the context of wealth creation and its more equal distribution, and in the context of preserving the countryside and the rural life of our county.

For this, it was elected a qualitative method of analysis of the information gathered through different interviews with farmers and urban customers. These players were chosen in a random manner, respecting only some parameters for its selection.

It was demonstrated with this study that it is possible to strengthen relations between urban and rural areas of the municipality of Viseu, identifying gains that this relationship can bring to both parties. This value creation goes beyond the purely economic aspect, which by no means ceases to be decisive, promoting also the creation and strengthening of social ties between the two communities.

Keywords: circuits of proximity, municipality of Viseu, urban consumers, producers of animal and vegetable origin products.



Índice geral

Dedicatória	iii
Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract:	ix
Índice de Quadros	xiii
Índice de Tabelas	xiv
Índice de Figuras	xvi
Lista de abreviaturas	xvii
Introdução	1
<i>CAPITULO I - ENQUADRAMENTO</i>	5
1. Os circuitos de proximidade agroalimentares	7
2. Sistema alimentar local	10
2.1. Proximidade	11
2.2. Sazonalidade	13
2.3. Rastreabilidade	13
2.4. Sustentabilidade	13
2.5. Qualidade dos Produtos	14
2.6. Implantação Territorial	15
3. Tipos de operadores envolvidos neste circuito	15
3.1. Produtor Agrícola e Pecuário	15
3.2. Organizações Associativas e Cooperativas	15
3.3. Transformadores	16
3.4. Produtos	16
4. Formas de comercialização	17
4.1. Intermediários	18
5. Enquadramento legislativo dos produtos agroalimentares locais	18
5.1. Enquadramento legal dos produtos de origem animal e vegetal	18
5.2. Licenciamento industrial	23
6. Novos comportamentos dos consumidores	25
7. Despesas com alimentação	25
8. Segurança alimentar	27
9. Análise sociológica	28
10. O espaço rural enquanto reserva ambiental	31
10.1. O espaço rural e a sua multifuncionalidade	31
10.2. Produção de alimentos versus protetor do ambiente	33
11. Desenvolvimento rural – apoios comunitários	34
12. Obstáculos ao desenvolvimento das microproduções	37



<i>CAPITULO II: CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO DE VISEU</i>	41
1. Caracterização e análise do sector agrícola e rural do concelho de Viseu	45
2. Informações sobre a estrutura e organização das fileiras agrícolas no concelho de Viseu	47
<i>CAPITULO III - OBJECTIVOS DO ESTUDO E METODOLOGIA UTILIZADA</i>	49
1. Questão de partida	51
2. Objetivo central do presente trabalho	51
2.1. Objetivos específicos	51
2.1.1. Objetivo 1	51
2.1.2. Objetivo 2	51
2.1.3. Objetivo 3	52
2.1.4. Objetivo 4	52
<i>CAPITULO IV – ELABORAÇÃO DE ENTREVISTAS, APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</i>	53
1. Elaboração e construção do inquérito e guião de entrevista	53
2. Caracterização da amostra e sua ligação aos objetivos definidos	56
2.1. Caracterização dos clientes urbanos	58
2.2. Caracterização dos produtores rurais	60
3. Apresentação de resultados	61
<i>Conclusão</i>	92
<i>Considerações finais</i>	97
<i>Referências bibliográficas</i>	100
<i>ANEXOS</i>	108
Transcrição das entrevistas efetuados aos clientes urbanos	109
Transcrição das entrevistas efetuadas aos produtores	131



Índice de Quadros

Quadro n.º 1: Regulamentação comunitária	19
Quadro n.º 2: Regulamentação comunitária	20
Quadro n.º 3: Regulamentação comunitária	21
Quadro n.º 4: Legislação nacional	22
Quadro n.º 5: Extrato de Política de Desenvolvimento Rural 2007-2013	34
Quadro n.º 6: Programa PRODER	36
Quadro n.º 7: Programa PRODER	36
Quadro n.º 8: Programa PRODER	37
Quadro n.º 9: Definições INE	45
Quadro n.º 10: Modelo de entrevista a clientes urbanos	55
Quadro n.º 11: Modelo de entrevista a produtores rurais	55
Quadro n.º 12: Relação entre o objetivo específico n.º 1 do trabalho e as questões das entrevistas	57
Quadro n.º 13: Relação entre o objetivo específico n.º 2 do trabalho e as questões das entrevistas	57
Quadro n.º 14: Relação entre o objetivo específico n.º 3 do trabalho e as questões das entrevistas	58
Quadro n.º 15: Relação entre o objetivo específico n.º 4 do trabalho e as questões das entrevistas	58
Quadro n.º 16: Inquérito ao Emprego, por Sexo	60
Quadro n.º 17: Outras questões de interesse para o estudo	84



Índice de Tabelas

Tabela n.º 1: População do concelho de Viseu nos últimos Censos e a sua relação com a NUT III	43
Tabela n.º 2: Taxa de desemprego (Série 2011 - %)	44
Tabela n.º 3: Dados agrícolas do concelho de Viseu	46
Tabela n.º 4: Dados relativos ao apoio técnico aos produtores agrícolas no concelho de Viseu	48
Tabela n.º 5: Caracterização da população selecionada de clientes urbanos	59
Tabela n.º 6: Caracterização da população selecionada de produtores rurais	60
Tabela n.º 7: Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?	62
Tabela n.º 8: Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?	63
Tabela n.º 9: Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?	63
Tabela n.º 10: Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?	64
Tabela n.º 11: Questão 10P: A quem vende os seus produtos?	65
Tabela n.º 12: Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês e, média com a venda deste tipo de produtos?	67
Tabela n.º 13: Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?	68
Tabela n.º 14: Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?	69
Tabela n.º 15: Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?	70
Tabela n.º 16: Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?	70
Tabela n.º 17: Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?	71
Tabela n.º 18: Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?	72
Tabela n.º 19: Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?	73
Tabela n.º 20: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?	74
Tabela n.º 21: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?	75
Tabela n.º 22: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?	75
Tabela n.º 23: Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?	76



Tabela n.º 24: Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação, expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar? _	78
Tabela n.º 25: Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio? _____	79
Tabela n.º 26: Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa? _____	81
Tabela n.º 27: Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos? _____	83
Tabela n.º 28: Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos? _____	84
Tabela n.º 29: Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural? _____	85
Tabela n.º 30: Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural? _____	85
Tabela n.º 31: Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais? _____	86
Tabela n.º 32: Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal? _____	88
Tabela n.º 33: Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua microatividade? _____	89
Tabela n.º 34: Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola? _____	90



Índice de Figuras

Figura n.º 1: Evolução da despesa de consumo final das famílias _____	26
Figura n.º 2: Caraterização do concelho de Viseu _____	41
Figura n.º 3: Área da NUT III Dão-Lafões _____	42
Figura n.º 4: Mapa do concelho de Viseu _____	42
Figura n.º 5: Evolução da taxa de desemprego em Portugal nos últimos 20 anos _____	43
Figura n.º 6: Dirigentes de explorações agrícolas a nível nacional _____	45
Figura n.º 7: População residente do município de Viseu e sua dimensão familiar _____	60
Figura n.º 8: Localização do Mercado Municipal de Viseu _____	77



Lista de abreviaturas

- ADDLAP – Associação de Desenvolvimento do Dão, Lafões e Alto Paiva
- APBA - Associação de Apicultores da Beira Alta
- CCAM – Caixa de Crédito Agrícola Mútuo
- CEDRUS - Associação de Produtores Florestais de Viseu
- COPAVIS - Cooperativa Agrícola Viseu
- DRAPC - Direção Regional da Agricultura e Pescas do Centro
- EDL - Estratégia de Desenvolvimento Local
- FAO - Food and Agriculture Organization
- GAL - Grupos de Ação Local
- GEVPAL - Estratégia para a valorização da produção agrícola local
- INE – Instituto Nacional de Estatística
- LEADER - Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural
- LEADER - Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural
- NUT - Unidade Territorial Estatística
- OMC - Organização Mundial de Comércio
- OMS - Organização Mundial de Saúde
- OPP - Associação de Criadores de Gado da Beira Alta
- PAC - Política Agrícola Comum
- PDM - Plano Diretor Municipal
- PIDÃO - Associação de Proteção Integrada do Dão
- RA - Recenseamento Agrícola
- REAI - Regime de Exercício da Atividade Industrial
- S.A.U. – Superfície Agrícola Utilizada
- SIR - Sistema da Indústria Responsável
- UDACA - União Das Adegas Cooperativas Da Região Demarcada Do Dão
- UE – União Europeia
- OPAS/OMS – Organização Pan-Americana de Saúde/ Organização Mundial de Saúde



Em 1998, Raul Green escreveu: "Cerca de 10% do preço final pago por um consumidor francês, num supermercado, ao comprar uma maçã, retornam ao produtor da fruta."



Introdução

A fome e a pobreza são desafios antigos e de grande dimensão. Recentemente, estão a ser considerados e tratados como um problema social, envolvendo toda a sociedade e sucessivos governos. Estes temas estão também a ser analisados e debatidos por investigadores e gestores de topo, que procuram encontrar soluções viáveis para estes desafios, com o objetivo confesso de prestarem o seu contributo para a construção de uma sociedade mais justa, mais equilibrada e mais igualitária.

Estes flagelos sociais justificam que as políticas públicas fiquem cada vez mais focadas e orientadas para a assistência social, privilegiando o combate às desigualdades sociais, a promoção de políticas que salvaguardem a segurança alimentar e a inclusão social de pessoas em risco e com maior vulnerabilidade social.

A nível mundial, a explosão demográfica é uma realidade incontornável. Encontrar uma solução para salvaguardar as necessidades básicas com a alimentação, constitui hoje um objetivo prioritário de todos os povos, independentemente da sua área geográfica, da sua cultura dominante, do seu credo religioso ou da sua situação económica.

A evolução constatada na produção de novos alimentos, e a globalização associada à facilidade de distribuição dos mesmos através de meios logísticos facilitados, permite que, por um lado, seja possível obter-se acesso facilitado a uma panóplia de produtos que não foram consumidos no seu local de produção. Contudo, por outro lado, a produção em escala a preços muito competitivos promove o decréscimo da produção em pequena escala.

Após muitos anos de indiferença, os produtos agrícolas e agroalimentares tradicionais são presentemente considerados como uma das bases fundamentais para a resolução dos problemas que apresenta o mundo rural.

Nesta perspectiva, houve a necessidade de redescobrir os produtos tradicionais, redescoberta essa que tem na sua génese alguns fatores determinantes:



- . O insucesso do modelo de desenvolvimento agrícola;
- . A impossibilidade de competição entre a agricultura das áreas rurais e a agricultura de escala;
- . A difícil integração e valorização dos produtos tradicionais no pacote das políticas europeias de desenvolvimento rural e de qualidade, nomeadamente nos requisitos de produção;
- . A cada vez maior e mais evidente preocupação dos consumidores no que respeita à segurança e qualidade dos alimentos produzidos em grande escala.

A nível Europeu, a PAC - Política Agrícola Comum, foi concebida para dar resposta a uma situação de vincado défice alimentar na Comunidade, e para ser aplicada a estruturas de agricultura características dos seis Estados Membros que à data a constituíam.

“O discurso técnico incidiu em diretrizes que implicaram o aumento da produção e produtividade, bem como a intensificação e a especialização dos sistemas de produção. Hoje esta realidade está totalmente ultrapassada”, (Tibério & Cristóvão, 2005 pág. 16).

Considerando os excedentes de produção dentro do espaço europeu, a diminuição dos rendimentos agrícolas, a diminuição da população nas áreas rurais, o aumento dos desequilíbrios ambientais provocados pela agricultura de escala, e a crescente procura de produtos com especificidades locais, não é de forma alguma aceitável que a atividade agrícola possa apenas ser encarada de uma forma meramente quantitativa. Neste sentido, as políticas europeias de desenvolvimento agrícola, trilham hoje não somente os caminhos da qualidade e da especificidade dos produtos agrícolas, como também os caminhos da diversificação de produção e da vantagem competitiva dos produtos locais e tradicionais.

Atualmente é possível constatar que os agricultores investem essencialmente para colmatar as suas próprias necessidades alimentares, para fazerem crescer os seus rendimentos e para aumentarem o seu património. Porém, não é menos evidente que o crescimento de produtividade no sector agrícola gera um aumento de outros bens e serviços rurais, criando simultaneamente empregos e aumento de rendimentos, que por seu turno estimulam a fixação de população em meio rural.



O empreendedorismo reveste-se de especial interesse, dada a sua atualidade e pertinência, já que o mesmo pode ser visto como uma modalidade que permite ao indivíduo criar emprego próprio, criar algo, como seja um negócio ou uma empresa através de uma ideia inovadora, ou revitalizar uma empresa ou um negócio já existente.

De acordo com Duarte (2008), “o empreendedorismo é considerado como um elemento fundamental para a performance económica dos países, desempenhando um papel estrutural e dinâmico em todas as economias do mundo. O empreendedorismo é assim encarado como um motor de inovação, competitividade e crescimento, devendo por isso ser criadas condições para o estímulo de uma cultura empreendedora. Os Governos atribuem grande importância ao empreendedorismo enquanto mecanismo de apoio ao desenvolvimento económico, gerador de emprego, e consequentemente de riqueza, reconhecendo a necessidade de as sociedades e economias se tornarem mais empreendedoras.”

Segundo Cristas, 2013, pág. 2-3,

“Em Portugal existe uma grande diversidade/variedade de produtos agrícolas e agroalimentares locais, muitos deles reconhecidos como produtos de qualidade. Se durante alguns anos estes produtos locais não foram valorizados, verifica-se ultimamente o ressurgimento de uma cultura ligada ao regresso à terra e aos valores da ruralidade. Hoje em dia, os consumidores procuram consumir os produtos nacionais porque há um sentimento de contribuir para o incremento da economia nacional e para a defesa dos produtores e produtos nacionais. Para o fortalecimento deste sentimento têm contribuído diversas iniciativas que promovem o consumo de produtos nacionais e locais. Estas novas tendências do consumo criam novas oportunidades de mercado para as produções agrícolas e agroalimentares locais, riqueza que é necessário preservar e constitui um potencial que pode ser utilizado criando benefícios para os agricultores, os consumidores, os territórios e para a preservação do ambiente. Com a venda direta cria-se a possibilidade do preço reverter maioritariamente para os agricultores.”

“Os produtos agrícolas e agroalimentares tradicionais, outrora esquecidos por investigadores, técnicos e decisores políticos estão hoje no centro das atenções, enquanto instrumento de desenvolvimento agrícola e rural de territórios particularmente desfavorecidos” (Tibério & Cristóvão, 2005, pág. 15).

O concelho de Viseu insere-se na região centro, sendo parte integrante da NUT III, e como tal apresenta problemas a nível do tecido populacional, nomeadamente desemprego e outros



decorrentes da atual crise sócio económica, que são também transversais ao resto do país. Paralelamente, pode ser constatado que o concelho possui um elevado potencial de crescimento a nível das suas zonas rurais, facto que pode constituir uma das vias a explorar para promover a sustentabilidade desta região.

Este estudo visa refletir sobre os caminhos passíveis de serem trilhados para promover o desenvolvimento rural do concelho de Viseu, especialmente sobre os associados à produção e venda de produtos de produção rural de origem animal e vegetal, os seus circuitos de comercialização, e a importância dos circuitos de proximidade que se podem estabelecer entre a população rural e a população urbana.



CAPITULO I - ENQUADRAMENTO

A falta de alimentos e as preocupações com as constantes alterações do sistema climático, colocaram a agricultura num lugar de destaque nas agendas internacionais.

Vários foram os governos, organizações internacionais e grupos da sociedade civil que em 2012 estiveram reunidos nas cimeiras do Grupo dos Oito (G8), do grupo dos 20 Ministros de Finanças e Governadores dos Bancos Centrais (G20) e do grupo Rio + 20. Todas estas cimeiras reconheceram um ponto de convergência entre a erradicação da pobreza e a construção de uma agricultura sustentável.

Para que estes dois objetivos possam ser concretizados será definitivamente necessário aumentar substancialmente o investimento, e para que ele funcione como desejado, é de máxima importância privilegiar a qualidade desse investimento.

A FAO tem alertado e defendido, desde há muito tempo, a importância de investir na agricultura: “En la primera edición de El estado mundial de la agricultura y la alimentación, publicada en 1947, se determinó la necesidad de intensificar la inversión en agricultura a fin de producir alimentos para las regiones deficitarias. En la edición de 1949 se indicaron objetivos financieros relativos a los niveles de inversión necesarios para restituir la agricultura tras la II Guerra Mundial” (“El estado mundial,” 2012).

A presente crise financeira internacional, demonstra, mais do que nunca, que os recursos públicos não podem, por si só, colmatar todas as necessidades de investimento no sector agrícola. Neste momento, e apesar dos governos exercerem um papel importante na canalização e regulação dos investimentos agrícolas, são os próprios agricultores a desempenhar um papel primordial na estratégia de desenvolvimento neste sector.

Segundo Ferrão (2000), historicamente, “o mundo rural destaca-se por se organizar em torno de uma tetralogia de aspectos bem conhecida:

- Uma função principal: a produção de alimentos;
- Uma atividade económica dominante: a agricultura;
- Um grupo social de referência: a família camponesa, com modos de vida, valores e



comportamentos próprios;

- Um tipo de paisagem que reflete a conquista de equilíbrios entre as características naturais e o tipo de atividades humanas desenvolvidas.”

Este mundo rural, secular, opõe-se claramente ao mundo urbano, marcado por funções, atividades, grupos sociais e paisagens, não só distintos mas, mais do que isso, em grande medida construídos “contra” o mundo rural.

Também Avillez (1999), refere que “para se poder alcançar um desenvolvimento socioeconómico sustentável das zonas rurais torna-se indispensável que as atividades e sistemas de produção agrícolas e não agrícolas em meio rural tenham sustentabilidade económica.”

Existem duas situações para as quais se pode considerar que uma qualquer atividade ou sistema de produção apresenta sustentabilidade económica:

- Quando apresenta vantagens comparativas potenciais no contexto dos mercados agrícolas internacionais, ou seja, quando utiliza eficientemente, do ponto de vista económico, os recursos disponíveis, e contribui positivamente para a criação de riqueza;
- Quando apresenta externalidades positivas potenciais, ou seja, quando contribui de forma efetiva para a valorização dos recursos ambientais, paisagísticos e patrimoniais das zonas onde se localiza.

Assim, no primeiro caso, são as atividades e/ou os sistemas de produção que se mostram competitivos, mesmo sem qualquer tipo de ajuda externa. No segundo caso, são atividades e/ou sistemas de produção, que apesar de poderem não ser competitivas se não forem apoiadas, especialmente no que concerne a ajudas diretas e financiamentos, poderão mesmo assim contribuir fortemente para a preservação e conservação do meio rural e dos seus recursos naturais.

Neste contexto, poder-se-á considerar que, se forem criadas, de forma sustentável, condições favoráveis para atividades e/ou sistemas de produção da área agrícola e não agrícola, e implementadas políticas territoriais adequadas, será legítimo esperar para a atividade agrícola:



- A promoção da competitividade futura no contexto de mercados cada vez mais alargados e concorrenciais;
- A viabilização da sua manutenção enquanto atividade valorizadora dos recursos ambientais, paisagísticos e patrimoniais das zonas rurais.

Segundo Oliveira Roca & Marquinho (2010), “a sustentabilidade demográfica da agricultura familiar não depende apenas da importância numérica da população agrícola e do seu crescimento, mas, também, da sua composição etária e por sexo, do seu nível de instrução, do grau de intensidade com que se dedica à agricultura, bem como da importância desta atividade para os rendimentos do agregado familiar do produtor.”

“As regiões agro-rurais portuguesas diferem entre si, bem como da generalidade das regiões europeias, no que diz respeito às características edafo-climáticas, não apresentando potencialidades agrónomicas que permitam aos agricultores competir pela via da produção em quantidade. De uma forma geral, podemos considerar que muitas destas zonas rurais não têm capacidade para competir com regiões com melhores condições de clima e solo”, (Tibério & Cristóvão, 2005, pág. 17).

Estas regiões apresentam no entanto especificidades naturais e regionais, que permitem uma diferenciação positiva, a qual deve forçosamente ser explorada.

Dada a atual situação económico-financeira do país, muitos indivíduos optam pelo empreendedorismo, visando desta forma ultrapassar algumas das dificuldades que mais agudamente vivenciam, como, por exemplo, o desemprego e a redução substancial dos seus rendimentos.

1. Os circuitos de proximidade agroalimentares

A comercialização dos produtos agroalimentares locais efetua-se na maior parte dos casos em circuitos de proximidade, pelo que importa analisar e clarificar este conceito.

O circuito de proximidade alimentar pode definir-se como o modo de comercialização dos



produtos alimentares (agrícolas, pecuários, piscatórios e géneros alimentícios) que se efetua pela venda direta do produtor ao consumidor, ou pela venda indireta através de um único intermediário, e que também se caracteriza pela redução da distância geográfica, e/ou pela simplificação relacional entre produtores e consumidores.

Embora esta definição não seja exaustiva nem definitiva, pode entender-se como 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 existir mais que um intermediário envolvido no processo. A ele associa-se uma proximidade geográfica e relacional entre produtores e consumidores.

Também Cepal (2013), refere:

“Circuitos de proximidade ou circuitos curtos são uma forma de comércio baseado na venda direta de produtos frescos, sem intermediários entre produtores e consumidores. Esses circuitos promovem mais interação e os produtos, não sendo transportados por longas distâncias ou embalados geram um impacto ambiental muito mais baixo. Sua ascensão ocorre devido a uma crescente demanda de consumidores que querem produtos locais, autênticos, saudáveis e sazonais.”

Segundo Ramos Caetano (2010, pág. 55), “os novos desafios também estão ligados à construção de redes de proximidades entre populações rurais e urbanas. A construção de tal rede viabilizaria inovações no meio rural para atender mais eficientemente às crescentes exigências do mercado por produtos de qualidade superior direcionados a nichos de consumidores.”

“O estabelecimento de circuitos curtos de comercialização é geralmente apontado como um dos pilares essenciais de uma estratégia de valorização de produtos agrícolas de pequena escala,” (Cristóvão et al., 2003, pág. 57).

Esta noção remete para os seguintes aspetos:

- A origem do local de produção com identificação do produto;
- Uma intervenção direta, assumida pelo produtor, na produção, transformação e comercialização dos produtos;
- A utilização nos produtos transformados de matérias-primas provenientes das explorações agrícolas locais identificadas;



- Acesso a informação, por parte do consumidor, sobre a proveniência do produto, sobre o seu modo de produção e sobre as respetivas características específicas;
- O fluxo de comunicação entre produtor/consumidor permite criar confiança mútua e diferenciar os produtos locais dos restantes.

Segundo GEAVPAL (2012), pode afirmar-se “que os circuitos de proximidade agroalimentares proporcionam um novo paradigma para a produção, comercialização e consumo alimentar, valorizados através de um conjunto de benefícios:

- Benefícios sociais:
 - Reforço da coesão social em territórios onde os rendimentos baixos da atividade agrícola favorecem a emigração;
 - Disponibilização aos consumidores de produtos frescos, saudáveis, e com rastreabilidade.
- Benefícios culturais:
 - Diversificação da oferta e preservação dos sistemas tradicionais de produção vegetal e animal, promovendo a coesão das comunidades locais.
- Benefícios económicos:
 - Adição de valor acrescentado às produções locais;
 - Alargamento da gama dos produtos oferecidos;
 - Possibilidade de redução das necessidades de capital a investir, pois tende a ser menos intensiva a utilização de agro-químicos e a mecanização das operações de cultivo.
- Benefícios ambientais:
 - Possibilidade de implementação de uma agricultura menos poluidora (sistemas de produção menos intensivos) e de conservação de recursos;
 - Redução das necessidades de acondicionamento, transporte e refrigeração e, por conseguinte, contribuição quer para a redução da utilização de combustíveis fósseis, quer para a redução das emissões de gases com efeito de estufa.”

A Associação para o Desenvolvimento Rural da Península de Setúbal (ADREPES), defende também que os produtos agroalimentares locais têm uma importância vital para os territórios rurais onde são produzidos, pois são a base da sustentabilidade económica, social, ambiental e cultural. A comercialização de proximidade representa uma solução para ultrapassar dificuldades de acesso ao mercado por parte das produções de pequena dimensão, possibilitando melhorar os preços de venda, aumentar o rendimento dos produtores e reter



localmente o valor acrescentado. Para os consumidores, esta forma de comercialização permite ter acesso a produtos de qualidade, com origem conhecida (rastreadibilidade dos produtos), e permite contribuir para a manutenção destas produções, para a atividade económica dos produtores e para a sustentabilidade dos territórios rurais.

Na Europa e em Portugal, a comercialização de proximidade ganhou uma nova dinâmica, quer pela renovação das tradicionais formas de venda, quer pelo surgimento de iniciativas inovadoras de venda de proximidade.

Segundo (Neves, 1999, pág. 2), “os canais de distribuição oferecem a construção de vantagens competitivas sustentáveis, por suas características de longo prazo, tanto no planeamento como na implementação, por exigirem estrutura de organizações consistentes e terem base em pessoas e relacionamentos.”

Também Cristas, 2013, refere:

“Nos últimos anos, as instituições europeias e o Ministério da Agricultura têm dado especial enfoque a questões como a soberania alimentar, os preços dos alimentos no consumidor, os baixos rendimentos dos agricultores, a qualidade da dieta alimentar e sua interligação com a saúde. A procura de soluções para estes problemas tem levado as instituições a analisar o funcionamento da cadeia alimentar na Europa e a propor medidas para uma maior integração dos produtores na cadeia de valor.

Neste contexto, a aposta na comercialização em circuitos curtos destaca-se como uma forma de valorização dos produtos locais, em virtude dos benefícios que pode trazer para os agricultores, consumidores e em particular para as zonas rurais.”

2. Sistema alimentar local

Alguns consumidores, melhor formados e informados, e detentores de níveis de rendimento mais elevados, passam a valorizar, para além dos preços, aspetos como a saúde, o equilíbrio ambiental, a paisagem e o bem-estar animal, criando desta forma laços de identidade com os produtos consumidos.

Por sua vez, alguns produtores vêm os circuitos de proximidade de comercialização como uma solução para recuperarem os seus rendimentos, ganhar autonomia, valorizar o seu



trabalho, e participar no desenvolvimento local. Esta concepção encerra em si os conceitos de processo de crescimento económico e de alterações estruturais, que conduzem a uma melhoria no nível de vida da população local.

Os circuitos de proximidade alimentares contêm uma perspetiva multidimensional que pode ser decomposta em três vertentes:

- Dimensão económica: os agentes locais mobilizam os recursos do território para aumentar a sua competitividade e aceder a novos mercados;
- Dimensão sociocultural: os valores ligados à identidade e ao património fundamentam e reforçam o processo de desenvolvimento;
- Dimensão político-administrativa: maior protagonismo dos governos locais, com a criação de um modelo de governação, que envolve os principais agentes do território.

Deste modo torna-se possível a implementação de novas estratégias de desenvolvimento rural, referenciadas nos Sistemas Alimentares Locais e nos Circuitos de Proximidade Alimentares.

Segundo GEVPAL (2012), “Entende-se por sistema alimentar local 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 sistema implica um conjunto de características-chave:

- Proximidade;
- Sazonalidade;
- Rastreabilidade;
- Sustentabilidade;
- Qualidade dos Produtos;
- Implantação Territorial.”

2.1. Proximidade

Depreende-se com esta noção, uma relação estreita entre produtores e consumidores que pode ter uma componente de localização e/ou afetiva.



A proximidade geográfica está relacionada com a distância real entre os locais de produção e os locais onde estes produtos vão ser consumidos, estando delimitada a uma área definida a nível territorial.

Sendo um conceito subjetivo, na medida em que depende da apreciação que os referidos agentes fazem sobre a distância que os separa, existe contudo um conjunto de indicadores que podem ser utilizados para medir este tipo de proximidade: a distância física, o tempo de transporte, os custos de transporte e os custos de comunicação.

Assim, parece mais adequado delimitar a proximidade geográfica a partir de um espaço geográfico administrativo (concelho).

Com este tipo de produção estabelece-se uma proximidade relacional que favorece uma ligação estreita e transparente entre produtores e consumidores, permitindo a estes obter informações relativamente fidedignas sobre os produtos consumidos, numa base de confiança.

Quanto à proximidade no conceito generalista, esta pode ser avaliada pela eliminação ou redução do número de intermediários, bem como pelo fluxo de informação que se estabelece entre o produtor e o consumidor.

Segundo Ruivo, P., 2006, pág. 27:

“A participação em feiras, de turismo e/ou de desenvolvimento local, constitui uma das formas mais divulgada de promoção territorial, a que agregam a distribuição de outros materiais. Na verdade, a produção de desdobráveis, folhetos, separatas de jornais e revistas, cartazes continuam a ser os materiais promocionais privilegiados. A produção de *cd-rom*, de vídeos ou a criação de *websites*, começam hoje a assumir algum relevo. A manutenção de um fluxo de informação sobre as potencialidades do território, são reconhecidas pelos agentes do território, que hoje se desdobram pela apresentação de artigos em jornais, e mesmo para alguns em anúncios pagos. O conteúdo destes materiais passa normalmente pela apresentação da região e pela descrição dos produtos e serviços que possam constituir atracções para os potenciais visitantes e para potenciais residentes (artesanato, gastronomia, alojamentos turísticos, actividades desportivas e de recreação, investimentos locais realizados ou previstos, disponibilidade de apoios à instalação de novos residentes ou de empresas, etc.).”



2.2. Sazonalidade

No nosso concelho, a produção e comercialização dos produtos respeitam os respetivos ciclos biológicos. Hoje, com a grande disponibilidade de produtos de origem vegetal e animal nas grandes superfícies, é por vezes difícil ter a percepção do tempo biológico dos produtos da nossa região, perdendo-se assim algum saber das lides rurais, nomeadamente a altura certa das colheitas dos diferentes produtos.

Com o estímulo de criação de redes de proximidade, com o aumento de produção de produtos de origem animal e vegetal por parte dos produtores agrícolas do concelho de Viseu, é possível, de uma forma mais eficaz e real, obter os produtos da terra no tempo da sua produção.

2.3. Rastreabilidade

A capacidade de ao longo de todas as fases da produção, transformação e distribuição se saber a origem de um determinado produto, a forma como foi produzido, como foi transformado, constitui uma mais valia na cadeia de produção dos géneros alimentícios. A adoção de formas de rastrear a origem dos produtos inseridos nos circuitos de proximidade agroalimentar é um aspeto fundamental do seu funcionamento. Esta pode ser aferida pela proximidade física e/ou relacional entre produtores e consumidores, pelo registo dos produtores aderentes aos circuitos de proximidade agroalimentar, e pela rotulagem/marca identificadora que associa produtos e produtores, e que acompanha os produtos até ao consumidor.

2.4. Sustentabilidade

Os circuitos de proximidade agroalimentares são um fator aliciante por parte de consumidores e decisores políticos, isto porque criam uma tendência muito positiva especialmente a nível ambiental, isto porque há menor consumo de recursos, as práticas agrícolas são mais sustentáveis, ou seja, a utilização de métodos e meios que não comprometam a durabilidade dos recursos ambientais, económicos e sociais.



Há hoje uma maior consciencialização, por parte dos consumidores e de alguns produtores, para olhar para o ambiente e que vê-lo com maior respeito, especialmente como um legado para gerações futuras.

“Os objetivos de atracção de cada localidade determinam as estratégias a definir, os recursos a utilizar, os produtos a valorizar e os planos a aplicar, que não sendo reprodutíveis de uma localidade para outra, obrigam a um estudo estratégico cuidado. As especificidades de cada local são influenciadas, entre outros, por um vasto número de factores, onde se incluem a localização, o clima e os recursos naturais, os valores sociais e histórico-culturais, ou fundamentalmente pelo tipo de relações entre os actores intervenientes, nomeadamente no que respeita à sua capacidade de liderança, de participação na vida política, de criatividade, de criação de projectos, (Ruivo, P., 2006, pág. 5).”

2.5. Qualidade dos Produtos

Independentemente das normas legais que têm obrigatoriamente que ser cumpridas, há um conjunto de fatores que passam pelo licenciamento das instalações de produção/transformação de alimentos, pela aplicação de boas práticas de higiene e fabrico e armazenagem que tornam os produtos seguros a nível de segurança alimentar.

A qualidade alimentar, por outro lado, é uma característica que pode ser vista sob várias dimensões, nomeadamente, os critérios organolépticos, de segurança alimentar, de tipicidade e de genuinidade, do saber-fazer tradicional, do serviço ao consumidor, e do respeito pelo ambiente.

Segundo Cruz, F. T. D. & Schneider, S. (2010, pág. 33, 34), “a atual valorização de alimentos tradicionais, vinculados aos locais de origem, têm desafiado o sistema agroalimentar moderno. A lógica industrial de produção, ao buscar a padronização, perde a identidade e o vínculo dos alimentos com os locais de origem, sobrepondo-se às práticas de consumo locais e diferenciadas. A produção tradicional, por sua vez, coloca-se como contraponto aos impérios alimentares..... A integração entre produção e consumo, por intermédio de redes alternativas de distribuição de alimentos, especialmente por meio de cadeias curtas, poderia contribuir para a valorização local de produtos tradicionais, ressaltando valores - como confiança, localidade e



reconhecimento entre produtores e consumidores - e favorecendo dinâmicas económicas e sociais positivas.”

2.6. Implantação Territorial

“Uma vez que a população constitui a condição biológica para o funcionamento da sociedade e da economia de um território, a sustentabilidade demográfica deve ser, também, encarada como um dos subsistemas da sustentabilidade do desenvolvimento,” (Oliveira Roca & Marquinho, 2010).

Esta item está associado ao desenvolvimento e diversificação da economia do território, à viabilidade das explorações agrícolas que por vezes se apresentam com muitas fragilidade, especialmente de viabilidade económica, à criação de emprego que é fundamental para ligar gente à terra e à valorização da imagem do território em causa.

3. Tipos de operadores envolvidos neste circuito

Este ponto é muito importante definir as características dos diversos operadores envolvidos nestes circuitos comerciais.

Segundo GEVPAL (2012), “serão considerados aqueles que reúnam as seguintes condições:

3.1. Produtor Agrícola e Pecuário

- Ter a sua exploração localizada no território de referência;
- Estar diretamente envolvido na produção, transformação e comercialização dos produtos alimentares;
- Aceitar estabelecer compromissos com o consumidor relativamente aos produtos fornecidos e à respetiva qualidade em sentido amplo.

3.2. Organizações Associativas e Cooperativas

- Localização do estabelecimento no território de referência;



- Produtos provenientes de produção local identificada;
- Estabelecimento de compromissos com os produtores/consumidores relativamente aos produtos vendidos e à respetiva qualidade em sentido amplo.”

3.3. Transformadores

Segundo Vicenzi, (2001, pág. 93), “Atividades de transformação de produtos agrícolas são praticadas historicamente por estabelecimentos rurais, dentre os quais existem aqueles que hoje são classificados como estabelecimentos de agricultura familiar. Tais atividades possibilitam um melhor aproveitamento das matérias-primas agrícolas para o consumo da própria família e atualmente vêm se mostrando como uma forma de integração da agricultura familiar ao mercado.”

Por outro lado, “As exigências, em termos de escala e infraestruturas, para a legalização de produtos transformados nos moldes convencionais, tornam inacessível a inserção da grande maioria dos agricultores familiares no sistema produtivo formal, o que se repercute negativamente na produção de alimentos tradicionais produzidos em pequena escala, como queijos, enchidos e conservas” (Cruz & Schneider, 2010).

Os transformadores devem obedecer a exigências legais e estruturais, em termos de escala e infraestruturas, que se prendem-se com:

- Localização do estabelecimento industrial no território de referência;
- Proveniência das matérias-primas principais ser oriunda da produção local identificada;
- Estabelecimento de compromissos com o produtor/consumidor relativamente aos produtos utilizados/fornecidos e à respetiva qualidade.

3.4. Produtos

Todos os produtos ligados aos circuitos curtos de proximidade, deverão salvaguardar os seguintes requisitos básicos:

- Serem produzidos nas zonas associadas ao projeto em causa;
- A sazonalidade da produção deve ser respeitada;
- É de todo fundamental respeitar e utilizar as espécies da região;



- Os métodos de produção tradicionais reconhecidos pelos consumidores ou pelo menos eles terem acesso a essa informação de forma fidedigna;
- Respeitar os métodos de produção associados à região;
- Aquando da transformação, as matérias primas devem obrigatoriamente ser das zonas referenciadas.

4. Formas de comercialização

Existem várias formas de comercialização, segundo GEVPAL (2012):

“Venda direta: Transação efetuada entre um produtor e um consumidor final, que respeita as seguintes condições:

- Ausência de intermediário;
- Presença de pelo menos um produtor nos locais de venda.

Venda indireta: O produto é propriedade do produtor até ao momento da transação.

A transação efetuada entre um produtor e um consumidor final, deve respeitar as seguintes condições:

- Presença de um único intermediário, que forneça diretamente o consumidor final;
- Intermediário pode ser:
 - Individual (comércio retalhista local; restaurantes);
 - Coletivo (restauração coletiva, organizações cooperativas ou associativas).
- Estabelecimento (industrial, comercial ou de restauração) localizado na área geográfica de referência;
- Produtos provenientes das explorações agrícolas identificadas;
- Venda dos produtos ser efetuada dentro da área geográfica de referência.”

Segundo Cruz & Schneider (2010), “a comercialização desse tipo de produção dá-se em sistemas locais, alicerçados na proximidade e em relações de confiança entre produtores e consumidores como meio para legitimar a qualidade desses produtos.”



4.1. Intermediários

Os possíveis intermediários que intervêm neste processo podem ser tipificados do seguinte modo:

- Comércio local, nomeadamente mercearias e lojas de proximidade;
- Consumidores coletivos finais, onde se incluem os restaurantes, cantinas, hotéis;
- Estabelecimentos de Turismo Rural, que podem ser uma mais valia importante para dar a conhecer os produtos da sua zona a quem está como turista.

5. Enquadramento legislativo dos produtos agroalimentares locais

5.1. Enquadramento legal dos produtos de origem animal e vegetal

Os produtos de origem animal apresentam especificações que merecem ser expostas, pois constituem-se como fatores limitantes à venda deste tipo de produtos.

Segundo Vicenzi, (2001, pág. 96, 97): “Considerando que uma agroindústria familiar contém características, inclusive tecnológicas, derivadas de sua forma original de organização da produção, que era voltada principalmente para o auto-consumo, não é de se estranhar algumas das práticas utilizadas no processo produtivo que não sejam adequadas aos requisitos mínimos das técnicas que visam a garantia da segurança de alimentos³ (por exemplo, utilização de utensílios de madeira, toalhas de pano para secagem das mãos, precária separação entre os recintos utilizados para habitação dos recintos de processamento de alimentos, etc). Entretanto, ao disponibilizar produtos para o mercado, a agroindústria familiar passa a ser responsável pela segurança dos alimentos consumidos por um número muito maior de pessoas, por isso a observância de técnicas como as Boas Práticas de Fabrico (BPF) e torna-se fundamental.

A importância destas técnicas para a produção de alimentos seguros justificou que elas se tornassem parte da legislação (harmonizada internacionalmente) a ser observada pelas indústrias produtoras de alimentos, nas quais se inclui a agroindústria familiar. A fiscalização do cumprimento destas leis, portanto, é fundamental; e juntamente com a assistência técnica é uma das forças que imprime a modificação necessária na estrutura original da agroindústria familiar no sentido de promover sua adequação às regras relacionada ao fornecimento de alimentos seguros.”



Legislação que está na base desta temática:

A nível legislativo, no sector alimentar, e visando salvaguardar a saúde pública, Portugal rege-se por normativos nacionais, mas maioritariamente por normativos europeus, que definem as regras de produção, armazenamento, distribuição e venda de produtos de origem vegetal e animal.

Nos quadros n.º 1, n.º 2 e n.º 3 está identificada a regulamentação comunitária vigente relativa a esta matéria.

Quadro n.º 1: Regulamentação comunitária

<p>REGULAMENTO (CE) N.º 178/2002 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO De 28 de Janeiro de 2002 que determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos géneros alimentícios</p> <p>REGULAMENTO (CE) N.º 2073/2005 DA COMISSÃO de 15 de Novembro de 2005 Relativo a critérios microbiológicos aplicáveis aos géneros alimentícios</p> <p>REGULAMENTO (CE) N.º 852/2004 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 29 de Abril de 2004 Relativo à higiene dos géneros alimentícios</p> <p>REGULAMENTO (CE) n.º 853/2004 do PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 29 de Abril de 2004 Que estabelece regras específicas de higiene aplicáveis aos géneros alimentícios de origem animal</p>

Nestes dois últimos Regulamentos, Regulamento (CE) n.º 852/2004 e n.º 853/2004, estão contidas regras para as derrogações que de momento estão a ser efetuadas pelo nosso país, depois de transpostas para a legislação nacional.

É importante divulgar e realçar o seu âmbito para que melhor se possa compreender a dinâmica legal destes produtos, e desta forma dinamizar a possibilidade de venda de alguns produtos em meio rural.



Quadro n.º 2: Regulamentação comunitária

REGULAMENTO (CE) N.º 852/2004 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 29 de Abril de 2004

Relativo à higiene dos géneros alimentícios

Âmbito de aplicação

“O presente regulamento estabelece as regras gerais destinadas aos operadores das empresas do sector alimentar no que se refere à higiene dos géneros alimentícios, tendo em particular consideração os seguintes princípios:

- a) Os operadores do sector alimentar são os principais responsáveis pela segurança dos géneros alimentícios;
- b) A necessidade de garantir a segurança dos géneros alimentícios ao longo da cadeia alimentar, com início na produção primária;
- c) No caso dos géneros alimentícios que não possam ser armazenados com segurança à temperatura ambiente, a importância da manutenção da cadeia do frio, em especial para os alimentos congelados;
- d) A aplicação geral dos procedimentos baseados nos princípios HACCP, associadas à observância de boas práticas de higiene, deve reforçar a responsabilidade dos operadores das empresas do sector alimentar;
- e) Os códigos de boas práticas constituem um instrumento valioso para auxiliar os operadores das empresas do sector alimentar, a todos os níveis da cadeia alimentar, na observância das regras de higiene e dos princípios HACCP;
- f) A necessidade de serem estabelecidos critérios microbiológicos e requisitos de controlo da temperatura baseados numa avaliação científica do risco;
- g) A necessidade de assegurar que os géneros alimentícios importados respeitem, pelo menos, os mesmos padrões em termos de higiene que os géneros alimentícios produzidos na Comunidade ou padrões equivalentes.

O presente regulamento aplica-se em todas as fases da produção, transformação e distribuição de alimentos, sem prejuízo de requisitos mais específicos em matéria de higiene dos géneros alimentícios.

O presente regulamento não se aplica:

- a) À produção primária destinada a uso doméstico privado;
- b) À preparação, manipulação e armazenagem doméstica de alimentos para consumo doméstico privado;
- c) Ao fornecimento direto, pelo produtor, de pequenas quantidades de produtos de produção primária ao consumidor final ou ao comércio a retalho local que fornece diretamente o consumidor final”.



Quadro n.º 3: Regulamentação comunitária

REGULAMENTO (CE) n.º 853/2004 do PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 29 de Abril de 2004

Que estabelece regras específicas de higiene aplicáveis aos géneros alimentícios de origem animal

“Os operadores das empresas do sector alimentar no que se refere à higiene dos géneros alimentícios de origem animal. Estas regras complementam as previstas no Regulamento (CE) n.º 852/2004 e são aplicáveis aos produtos de origem animal transformados e não transformados.”

O Regulamento 852/2004 e o Regulamento 853/2004, ambos de 29 de abril de 2004, não se aplicam ao fornecimento direto pelo produtor ao consumidor final de pequenas quantidades de produtos primários, nem a estabelecimentos de comércio retalhista que abasteçam diretamente o consumidor final, nem ainda ao fornecimento direto pelo produtor de pequenas quantidades de carne de aves de capoeira e de lagomorfos abatidos na exploração. Da mesma forma não se aplicam quer ao consumidor final quer a estabelecimentos de comércio retalhista que abasteçam diretamente o consumidor final com esta carne. Estas atividades ficam assim sujeitas às regras que sejam estabelecidas por cada um dos Estados membros.

Neste âmbito, Portugal criou a Portaria n.º 699/2008 de 29 de Julho que regulamenta as derrogações previstas no Regulamento (CE) n.º 853/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril, e no Regulamento (CE) n.º 2073/2005, da Comissão, de 15 de Novembro, para determinados géneros alimentícios.

Os produtores que pretendam vender ovos, mel e leite de vaca cru, devem proceder ao registo na Direcção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV) da atividade de fornecimento direto ao consumidor final e ao comércio retalhista que abasteça diretamente o consumidor final.

Quando se refere a possibilidade de abate de animais na exploração, deve ser salvaguardado o respeito pelo bem-estar animal no abate, e garantida a eliminação dos subprodutos resultantes.

É importante fazer um breve resumo deste documento, pois é um dos pilares legais em matéria de higiene, no que respeita à venda de alguns produtos que estão em causa neste trabalho:



Quadro n.º 4: Legislação nacional

PORTARIA N.º 699/2008 DE 29 DE JULHO

“Regulamenta as derrogações previstas no Regulamento (CE) n.º 853/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril, e no Regulamento (CE) n.º 2073/2005, da Comissão, de 15 de Novembro, para determinados géneros alimentícios.

“O fornecimento direto ao consumidor final ou ao comércio a retalho local que abastece diretamente o consumidor final ou o fornecimento por um estabelecimento de comércio retalhista a outro estabelecimento de comércio retalhista só pode ser efetuado no concelho e concelhos limítrofes do local de produção primária, incluindo locais e caçada ou do estabelecimento retalhista de origem do género alimentício.

O fornecimento de pequenas quantidades de **ovos, mel** pelo produtor primário diretamente ao consumidor final ou a estabelecimentos de comércio retalhista local que abasteçam diretamente o consumidor final, quando seja até às seguintes quantidades máximas:

- a) Ovos — 350 ovos por semana,
- b) Mel — 500 kg por ano;

O fornecimento pelo produtor primário de leite de vaca cru diretamente ao consumidor final, quando seja na quantidade máxima de 50 l por dia.

O fornecimento de carne de aves de capoeira, lagomorfos e aves de caça de criação, excerto avestruzes, abatidos na exploração pelo produtor primário diretamente ao consumidor final ou a estabelecimentos de comércio retalhista que abasteçam diretamente o consumidor final, quando seja até à quantidade máxima de 200 carcaças por semana.

O fornecimento de peças de caça selvagem pelo caçador diretamente ao consumidor final ou a estabelecimentos de comércio retalhista que abasteçam diretamente o consumidor final, quando seja das espécies e nas quantidades máximas de:

- a) Lebre — 1 por dia;
- b) Coelhos bravos — 10 por dia;
- c) Passeriformes — 15 por dia;
- d) Faisões e perdizes — 3 por dia;
- e) Columbiformes — 30 por dia;
- f) Ralídeos e anatídeos — 10 por dia;
- g) Codornizes — 5 por dia.

Não é permitida, além da evisceração, qualquer operação de preparação das carcaças.

O fornecimento pelo caçador referido deve ser efetuado no prazo máximo de doze horas após a caçada.

O caçador deve entregar ao consumidor final ou ao estabelecimento de comércio retalhista ao qual forneça peças de caça selvagem diretamente o documento de acompanhamento de modelo a divulgar na página oficial da Internet da Direcção-Geral de Veterinária.”



5.2. Licenciamento industrial

Segundo informação do Site da DRAPC - Direção Regional da Agricultura e Pescas do Centro, “a razão de ser do licenciamento industrial é a garantia da prevenção dos riscos e inconvenientes resultantes da laboração dos estabelecimentos industriais, tendo em vista a salvaguarda da saúde pública e dos trabalhadores, a segurança de pessoas e bens, a higiene e segurança dos locais de trabalho, o correto ordenamento do território, e a qualidade do ambiente.”

O Decreto-Lei n.º 169/2012, de 1 de Agosto, estabelece o Sistema da Indústria Responsável (SIR), substitui o REAI, e constitui o novo quadro regulamentar do licenciamento das unidades de transformação de produtos de origem animal e vegetal. O SIR encontra-se ainda em fase de implementação, estando em falta, porém, a publicação da portaria que identifica os requisitos formais do formulário e os elementos instrutórios que devem acompanhar os procedimentos de mera comunicação prévia. Estes elementos são importantes no processo de licenciamento destas pequenas unidades de transformação, já que, consoante o seu nível de exigência, podem tornar o processo de licenciamento mais ou menos complexo.

O SIR é um regime jurídico enquadrador de toda a atividade industrial, já que consolida num único diploma as matérias relativas ao exercício da atividade industrial. O SIR está baseado numa mudança de paradigma no qual o Estado reduz o controlo prévio e reforça os mecanismos de controlo *a posteriori*, acompanhados de maior responsabilização dos industriais e das demais entidades intervenientes no procedimento.

Apesar do SIR introduzir simplificações no processo de licenciamento dos estabelecimentos de tipo 3, nomeadamente no que concerne ao facto de estarem sujeitos ao regime de mera comunicação prévia, mantém omissões e requisitos que limitam e dificultam o licenciamento das atividades produtivas local e similar, constrangimentos que já tinham sido identificados no âmbito da aplicação do REAI, e que interessa identificar:

- Estas unidades são integradas no REAI (Decreto-lei n.º 209/2008 de 29 de outubro, que aprova o regime de exercício da atividade industrial) com condições e limites de várias ordens ao exercício da sua atividade (natureza jurídica da entidade exploradora, natureza da atividade económica desenvolvida, limites de produção estabelecidos, entre outros - secção 2 e 3 do Anexo I), exigindo-se em simultâneo o



cumprimento de um vasto conjunto de requisitos aplicáveis a todos os estabelecimentos de tipo 3 (secção 3 do Anexo IV do REAI).

- A mera comunicação prévia prevista no SIR significa a aceitação de termo de responsabilidade, no qual o promotor declara conhecer e cumprir as exigências legais aplicáveis à sua atividade em matéria de segurança e saúde no trabalho e ambiente, segurança alimentar, segurança contra incêndio em edifícios, sem contudo identificar e dar a conhecer essa legislação.
- Apesar de no artigo 16º do REAI se prever a elaboração de guias técnicos e protocolos, que discriminem a sequência das tarefas necessárias ao cumprimento das formalidades e atos legalmente estabelecidos por parte dos organismos da administração que intervêm nos procedimentos previstos, tal não ocorre, originando em consequência falhas evidentes na uniformização de aplicação do REAI, em particular pelos serviços técnicos dos diversos organismos envolvidos. No SIR prevê-se também a divulgação de informação necessária ao cumprimento das formalidades e atos legalmente estabelecidos, os circuitos processuais a observar (artigo 9º do SIR), e a criação de “licenças padronizadas” que incorporem as condições técnicas padronizadas, por tipo de atividade e ou operação, definidas pelas diferentes entidades competentes, e que permitem o conhecimento do quadro normativo a aplicar no exercício da atividade (artigo 8º do SIR). No entanto, até ao momento atual, esta informação não foi disponibilizada, nem publicadas as licenças padronizadas.

Saliente-se ainda que, nos processos de licenciamento das atividades industriais complementares às atividades agrícolas que se localizam em áreas rurais, as Câmaras Municipais não são frequentemente sensíveis às particularidades destas unidades transformadoras, indeferindo amiúde o seu pedido de licenciamento, porque nos seus PDM se não permite a instalação de atividades industriais em áreas rurais.

Por outro lado, as Câmaras Municipais reservam no espaço rural áreas industriais ou de equipamentos que nada têm a ver com as atividades agrícolas ou complementares da atividade agrícola, condicionando o licenciamento das pequenas unidades de transformação nestas áreas



industrias. O licenciamento destas pequenas unidades em localizações pouco adequadas, muitas vezes distantes das explorações agrícolas que as suportam, impossibilita a viabilidade económica da atividade, somente possível enquanto complementar da atividade agrícola.

6. Novos comportamentos dos consumidores

As circunstâncias da vida contemporânea e as poderosas estratégias de marketing empregues pelos grandes grupos ligados à distribuição, têm promovido uma significativa alteração da forma de aquisição de alimentos, nomeadamente o consumo de produtos confeccionados em detrimento de produtos em “natura”.

Nos últimos anos, o processamento de alimentos sofreu grandes alterações, nomeadamente no que respeita ao aumento das cadeias de produção, e à crescente adição de químicos, tanto na produção agrícola como na transformação industrial. Consequentemente, os alimentos apresentam-se com uma grande quantidade de gordura animal, proteína, sal e açúcar, carecendo porém de quantidades adequadas de fibras, vitaminas, minerais, carboidratos complexos e óleos vegetais. Complementarmente, cresceram de forma exponencial as doenças relacionadas com este padrão de regime alimentar.

Estes acontecimentos têm afastado os alimentos da sua origem de produção, sendo evidente a existência de uma enorme distância entre quem produz e quem consome. A população urbana sente cada vez mais dificuldade na escolha dos alimentos com base na sua proximidade em relação à produção.

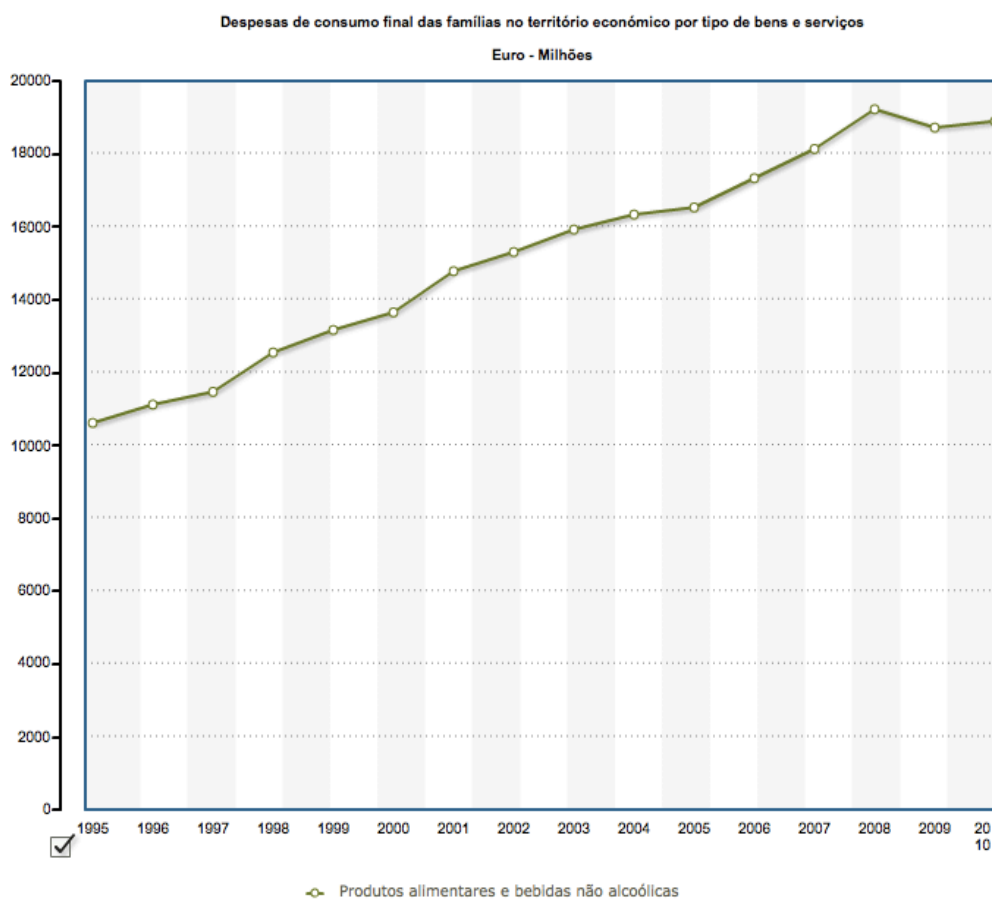
7. Despesas com alimentação

Hoje em dia verifica-se uma grande concentração de consumo nas cidades, associado a um baixo nível da produção orientada para a satisfação das necessidades dos consumidores. Este facto conduz a que se recorra à compra de alimentos fora das zonas de produção, o que acarreta um aumento do preço final dos produtos, e o conseqüente agravamento do valor dos gastos totais mensais no orçamento familiar.

Com o estabelecimento de circuitos de proximidade é também possível promover a redução das despesas de alimentação, uma vez que se os produtos ao serem consumidos na sua época própria apresentam preços mais reduzidos para o consumidor.

De acordo com a figura seguinte, verifica-se um aumento crescente das despesas das famílias com a alimentação em Portugal, o que é um constrangimento face à conjuntura sócio económica em que o país atravessa e nomeadamente também para os habitantes do concelho de Viseu. O elevado valor que se paga pelos alimentos, também se deve ao facto dos produtos estarem disponíveis fora da época, haver muitos intermediários, terem origens distantes do lugar de consumo. Para além disso, quando se associa o fator transformação, acresce mais valor ao produto que se vai refletir no preço final.

Figura n.º 1: Evolução da despesa de consumo final das famílias



Fonte: PORDATA (<http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Gráfico>)



8. Segurança alimentar

A segurança alimentar é hoje um forte pilar quando se fala em alimentos. Muito para além da qualidade dos produtos, é fundamental que eles sejam seguros, para isso devem ser criadas uma série de regras quer na produção, transformação, armazenagem e distribuição dos alimentos em geral, assim como nos produtos de origem animal e vegetal envolvidos nestes circuitos de proximidade.

O conceito de segurança alimentar pode ter diferentes abordagens, muitas vezes dependentes dos interesses envolvidos. Países ricos utilizam-no para elevar os preços dos produtos, e de uma forma mais alargada para negociação comercial, especialmente nas trocas comerciais com outros países, impondo barreiras de entrada aos produtos que não cumpram os requisitos de segurança alimentar. Países pobres utilizam-no para tabelar preços e para impor pesados impostos aos produtores locais, desvalorizando assim o seu esforço produtivo.

Foi a partir da 2ª Guerra Mundial, com grande parte da Europa devastada, que o conceito de segurança alimentar ganhou relevo, pois vivia-se então um momento difícil, em que as condições de produção de alimentos eram fortemente deficitárias.

Os alimentos disponíveis para consumo não podem estar submetidos a riscos de contaminação, decorrentes de práticas de produção, de armazenamento ou de venda. Por outro lado, o direito dos cidadãos a uma alimentação regular deve estar consignado como uma obrigação dos Estados.

Tem-se assistido a uma evolução no perfil de consumo dos cidadãos citadinos e residentes em zonas periféricas, que devido às alterações dos horários laborais e à falta de recursos financeiros, realizam muitas refeições fora de casa, com recurso à utilização de alimentos preparados ou a refeições adquiridas já confeccionadas.

Nas cidades, houve um incremento muito assinalável neste tipo de consumo, o que acarreta preocupações acrescidas com a produção de alimentos e com a segurança dos mesmos. Contudo, esta tendência tem, nos últimos anos, sofrido uma inversão significativa, sobretudo devido às dificuldades económicas e financeiras que assolam as famílias portuguesas,



verificando-se um progressivo regresso à produção de alimentos previamente confeccionados no domicílio.

As normas internacionais relativas aos alimentos são de responsabilidade da Comissão Internacional do Codex Alimentarius, organismo criado na década de 1960 sob a égide da FAO e da OMS. A importância crescente adquirida pelo Codex foi reforçada, visto que as suas determinações foram utilizadas como referência para as negociações comerciais realizadas no âmbito da OMC.

Constata-se hoje uma grande preocupação por parte dos consumidores com a proveniência dos produtos alimentares, com o seu modo de produção, e com a possível presença nos mesmos de agentes patogénicos e/ou resíduos químicos.

Cruz, F. T. D. & Schneider, S. (2010, pág. 35) referem que “Repensar a qualidade dos alimentos implica repensar o atual sistema agroalimentar. À medida que se questiona a qualidade dos alimentos padronizados pelas indústrias alimentares, acentua-se a valorização de alimentos tradicionais e/ou artesanais, reforçando tendências que apontam para a realocação da produção de alimentos, aproximação produção-consumo e cadeias curtas de produção e distribuição.”

9. Análise sociológica

Segundo Serra, (2013, pág. 4),

“Não podemos ter qualquer dúvida que a função económica desempenhada pelos pequenos e médios produtores não pode ser vista somente como um meio de produção, mas também, e com bastante relevo, é um instrumento capital para a criação ou manutenção do emprego, para o estímulo à venda direta e, acima de tudo, ao reaparecimento dos mercados de proximidade, para a conservação do território e do mundo rural, permitindo assim manter o interior do País em constante atividade, mantendo em aberto a capacidade económica das regiões mais longínquas dos grandes centros urbanos.

O passado recente não pode ser exemplo, temos que voltar a valorizar aquilo que também nos fez Portugal, os costumes, as tradições, os cheiros, as cores e os sabores.”

“A atual valorização de alimentos tradicionais, vinculados aos locais de origem, tem desafiado o sistema agroalimentar moderno. A lógica industrial de produção, ao buscar a padronização,



perde a identidade e o vínculo dos alimentos com os locais de origem, sobrepondo-se às práticas de consumo locais e diferenciadas”(Cruz & Schneider, 2010, pág. 33).

Cada sociedade, ao longo do seu percurso, evolui baseada num conjunto de práticas alimentares que constituem o seu património cultural. São estas práticas, específicas dos grupos sociais, que permitem aos cidadãos o seu reconhecimento como parte integrante desses mesmos grupos sociais. Os alimentos e a sua forma de confeção conferem especificidades que estão associadas às regiões e às condições da vida local. São estas especificações que melhor exprimem as tradições e os costumes de uma sociedade. Atualmente observa-se uma rotura com os hábitos tradicionais, pois o fácil acesso a produtos oriundos de todo o globo fortalece a transformação dos hábitos alimentares. A publicidade em escala dos grandes grupos ligados à distribuição, coloca em desigualdade os pequenos produtores, que cada vez mais encontram dificuldades acrescidas na comercialização dos seus produtos, pois não possuem arcaboço financeiro para aceder a grandes apelos publicitários que influenciem os consumidores.

Segundo Ikerd (2009), “a agricultura familiar está a fazer um retorno. Um número crescente de consumidores exigentes está a rejeitar os alimentos produzidos pelo agronegócio de escala. Eles compram alimentos que são produzidos natural e organicamente, e cada vez mais, a compra de seus alimentos localmente a agricultores familiares reais. O fenómeno “comida local” não é apenas uma busca de frescura e sabor, é também a ingestão de alimentos que tem integridade ecológica, social e económica. Mais pessoas começam a preocupar-se não somente sobre questões de segurança alimentar e nutrição, mas também sobre as consequências do atual sistema alimentar industrial, sobre o ambiente natural e da sociedade humana. Eles estão dispostos a fornecer viabilidade económica para os agricultores familiares locais que produzem alimentos com integridade. A integridade exige discrição, juízo, honestidade e virtude”.

A forma como os cidadãos consumidores podem preservar, defender e lutar pela sua identidade cultural a nível dos alimentos que consomem, é uma questão sobre a qual vale a pena refletir.

Em primeiro lugar é essencial conhecer os seus hábitos alimentares ancestrais e valorizá-los como tal. Para além deste fator de conhecimento é necessário que se reconheça que foi graças a essa cultura e identidade que a Humanidade se conseguiu manter ao longo dos séculos,



tendo-se tornado autossuficiente e possuidora de conhecimento empírico sobre a qualidade dos produtos. Para a estratégia ser bem-sucedida, é essencial que as sociedades rurais sejam especificamente ajudadas no âmbito da agricultura familiar. Os alimentos devem preferencialmente ser produzidos localmente, mantendo as tradições e especificações dos produtos e da região onde são produzidos, e a sua comercialização deve ser promovida em eventos locais, nomeadamente mercados e feiras, bem como em supermercados que sejam potenciadores do consumo local.

“Numa ótica territorial, a noção de atratividade é condicionada pela localização do território, conferindo-lhe mais ou menos vantagens sobre os territórios concorrentes. As acessibilidades e as comunicações são reconhecidas fatores de reforço da competitividade de qualquer território e são alguns dos elementos que atribuem especificidade à variável distribuição num sistema territorial. Importa ainda considerar na aplicação desta variável do *mix* a utilização da *internet*, que se impõe, atualmente, como um importante reforço do sentido de localização, enquanto acesso ao território e aos seus produtos e serviços. (Ruivo, P., 2006, pág. 28)”.

“O espaço rural passa por um processo de re-significação das suas funções sociais, na medida em que atrai outras atividades económicas e interesses de várias camadas da sociedade”, (Ribeiro Lima, 2007).

No espaço rural deve ser estimulado o enriquecimento do tecido social, que se expressa no fortalecimento de laços de solidariedade.

Nesta realidade rural constata-se frequentemente a entajada nos trabalhos rurais e a conseqüente partilha de bens entre familiares e vizinhos, tendo em vista a redistribuição dos produtos. O estímulo destas posturas e atitudes poderá contribuir de forma decisiva para a diminuição dos excedentes de produção e para a diminuição dos conseqüentes desperdícios.

Neste contexto é também muito importante a valorização dos laços de afetividade: os agricultores familiares são portadores de uma cultura e tradição que é vital preservar, pois assenta na instituição familiar, hoje justamente considerada como determinante da nossa sociedade.



Segundo Ribeiro Lima, (2007), do ponto de vista sociológico, “o rural como espaço de vida tem ainda uma implicação importante quanto aos laços de sociabilidade que cria e perpétua.”

Também Wanderley, (2004), afirma que: “A visão do rural como espaço de vida e de trabalho tem um significado mais subtil para aquelas pessoas que vivem eminentemente no meio rural, na medida em que transporta também um novo significado para o conjunto da sociedade como um todo, quando vai perdendo, de certa forma, o viés unicamente produtivista, para abarcar novos significados quanto ao espaço de lazer, de um estilo de vida saudável, em contacto com o meio ambiente, com a natureza. Ou mesmo, quando dentro de um viés económico, se não restringe unicamente à agropecuária, mas abarca também o turismo rural, o artesanato, etc, de uma forma que se preocupa em conservar e preservar o meio ambiente.”

A autenticidade de um território é-lhe conferida pelo seu capital humano e ambiental. O nosso país apresenta, em algumas regiões, tal como a nossa, alguma fragilidade no reconhecimento desse capital, motivo pelo qual se afigura importante promover a autenticidade dos territórios perante os atores intervenientes na sua ocupação, nomeadamente na população residente e na população visitante, cuja traz consigo mais-valias económicas importantes.

10. O espaço rural enquanto reserva ambiental

10.1. O espaço rural e a sua multifuncionalidade

“As alterações sociais e económicas registadas na última metade do século XX conduziram a profundas transformações na organização das áreas rurais, e deram lugar à consciencialização crescente de preservação do ambiente e da sustentabilidade. Cada vez mais a sociedade manifesta receio pela degradação dos patrimónios naturais e culturais, face ao abandono das práticas agrícolas tradicionais que, progressivamente, são substituídas por práticas mais intensivas ou pelo abandono da actividade agrícola.” (Ruivo, P., 2006, pág 38)”.

Segundo Abramovay (2003), a definição de meio rural abrange três pontos:

1. “Relação com a natureza, o que pressupõe um contato mais próximo dos habitantes locais com o meio natural, em contraste com o que sucede nos meios urbanos;



2. Áreas não densamente povoadas, que possibilitam o fortalecimento dos laços de sociabilidade, das relações de vizinhança, reforçando assim os laços comunitários;
3. Relação com as cidades, no sentido em que o bem-estar das áreas rurais depende em boa medida das relações de proximidade com os meios urbanos, por intermédio da maior disponibilidade das atividades económicas que se estendem até ao meio rural e que criam oportunidades de melhoria das condições de vida.”

Nesta multitude de funções, as pessoas que compõem a estrutura populacional do meio rural podem dedicar-se a uma panóplia de atividades produtivas e económicas, que por sua vez podem não estar necessariamente ligadas à agricultura.

“Esta multifuncionalidade do espaço rural traz com ela a valorização de novas valências de dois tipos de rural: por um lado as áreas “não urbanizadas”, na envolvimento de cidades, onde se observa uma ocupação nem rural, nem urbana, mas “rurbana” ” (Figueiredo, 2001); por outro lado, o rural profundo, onde ainda permanecem espaços naturais e genuínos do ponto de vista da cultura dos lugares, que permitem o desenvolvimento de atividades ligadas ao agroturismo e ecoturismo, as quais, em conjunto com a atividade agrícola desenvolvida, contribuem para a preservação do meio, e conseqüentemente para a criação de riqueza para a população.

Cipriano Pinheiro & Pimentel de Castro Coelho (2011), afirmam que “se quisermos que o nosso mundo rural resista às crescentes pressões destrutivas da globalização e do desenvolvimento, preservando a economia, a paisagem e o habitat rural, é imperativo que se escolham políticas que facilitem e encorajem a máxima utilização económica e cultural da terra por aqueles que nela vivem e nela trabalham. Um mundo rural sustentável só pode ser o resultado da existência de comunidades sustentáveis, e a salvaguarda dessas comunidades depende da maximização do uso produtivo da terra, para benefício de toda a sociedade.”

Poder-se-á também constatar que, para além da ideia de valorização do património local, natural e cultural, se cria, devido à grande diversidade e multifuncionalidade do meio rural, a possibilidade de fixação de pessoas.

Esta diversidade e multifuncionalidade do meio rural, pode estender-se muito para além da atividade agropecuária, com a implementação e a criação de eventos ligados ao meio rural,



nomeadamente feiras e mercados rurais que promovam o contato próximo entre a população urbana e a população rural.

A multifuncionalidade da agricultura promove uma resposta eficaz a algumas “carências” nos novos modelos de estrutura consumista da sociedade atual, não só a nível de produtos alimentares, mas também a nível dos valores humanos que progressivamente se têm vindo a desvanecer.

Estimulando e implementando uma maior participação das famílias rurais no desenvolvimento rural, abrem-se decididamente as portas para uma nova e necessária postura de integração desses valores sociais e humanos.

“À semelhança da representação do *marketing* como uma função da empresa, o *marketing* territorial deve ser assumido como uma nova função no desenvolvimento e na gestão do território. Nesse âmbito encara-se que da aplicação de *marketing* territorial possam resultar orientações relevantes para a gestão territorial, não apenas quanto à atracção de utilizadores potenciais, mas também no que respeita à difusão de competências, desenvolvimento da iniciativa empresarial e consequente reforço do tecido económico e melhoria da qualidade de vida dos residentes, (Ruivo, P., 2006, pág. 190).”

10.2. Produção de alimentos versus protetor do ambiente

No contexto socioeconómico vigente é fundamental criar alternativas ao conceito economicista das grandes superfícies.

“O reordenamento do sistema agroalimentar aponta para estratégias conjuntas entre produtores, consumidores e Estado. Dessa forma será possível que mudanças em termos de qualidade e modelos de produção de alimentos estejam atreladas a estratégias de desenvolvimento rural que levem em conta a diversidade e as características de cada região”, Cruz & Schneider, 2010, pág. 35).

Em contraponto com o ambiente urbano, no ambiente rural a proximidade com a natureza cria uma relação de intimidade que é importante estimular, e dela extrair os benefícios inerentes.



O contato contínuo do agricultor com a terra de onde extrai parte ou a totalidade do seu meio de subsistência, promove também a preservação do espaço rural e a qualidade de vida das pessoas que habitam este ambiente.

Segundo Ribeiro Lima, 2007, “a preservação da natureza atua hoje como suporte para a exploração económica do meio ambiente através do turismo rural e outras atividades afins, assim como faz parte da lógica produtiva, nomeadamente a prática da agricultura orgânica que permite a preservação do meio ambiente e produz alimentos ‘limpos’”.

“A agroindústria familiar rural é uma forma de organização em que a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo, a produção de valor de troca que se realiza na comercialização” (Mior, 2007).

11. Desenvolvimento rural – apoios comunitários

A União Europeia delineou estratégias de atuação, criando a Política de Desenvolvimento Rural 2007-2013, assim:

Quadro n.º 5: Extrato de Política de Desenvolvimento Rural 2007-2013

“O desenvolvimento rural é uma área política fundamental. Com efeito, as zonas rurais dos 27 Estados-Membros abrigam mais de 56% da sua população e representam 91% do seu território. A agricultura e a silvicultura continuam a ter uma importância crucial na utilização das terras e na gestão dos recursos naturais nas zonas rurais da União Europeia e enquanto plataforma para a diversificação económica das comunidades rurais. O reforço da política de desenvolvimento rural da UE tornou-se, por conseguinte, uma prioridade global da União Europeia.”

Fonte: http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_pt.htm

Com a nossa integração na UE, estas políticas passaram a aplicar-se também a Portugal. Segundo informação colhida no site da Direção Regional de Agricultura e Pescas do Centro, que é a nível administrativo a entidade que gere este processo para o concelho de Viseu, existem, para o período 2007-2013, várias orientações comunitárias para o desenvolvimento rural, que se enquadram dentro de um vasto conjunto de medidas que têm como objetivo geral o apoio à competitividade e ao desenvolvimento sustentável.



Reflexões e orientações mais recentes, a nível das Instituições Europeias, tendem a reforçar estas estratégias de desenvolvimento rural, que contemplam os sistemas alimentares locais no âmbito dos territórios.

Existem também outras medidas, que enquadram a necessidade de acompanhamento das mudanças nas zonas rurais, e que visam incentivar a diversificação das atividades agrícolas e a melhoria dos serviços básicos, como forma de aumentar a atratividade das regiões e a manutenção ou criação de emprego.

O Programa de Desenvolvimento Rural do Continente (PRODER), sendo um instrumento estratégico e financeiro de apoio ao desenvolvimento rural do continente, dispõe de um conjunto de apoios para a dinamização das zonas rurais, que pretendem ir ao encontro das necessidades locais identificadas pelos GAL - Grupos de Ação Local.

No concelho de Viseu existe um Grupo de Ação Local designado ADDLAP – Associação de Desenvolvimento do Dão, Lafões e Alto Paiva, que a nível geográfico abarca todas as freguesias do concelho.

Assim, os Grupos de Ação Local delineiam estratégias de atuação no seu território, tendo subjacente a experiencia existente na implementação de iniciativas locais, como os programas LEADER - Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural, levando em linha de conta as características específicas de cada território e as suas necessidades/potencialidades de desenvolvimento. Os Programas LEADER, segundo o site da Comissão Europeia para a agricultura, constituíram uma das iniciativas financiadas pelos Fundos estruturais da União Europeia, e tinham em vista ajudar os agentes do mundo rural a, nos seus projetos, terem em consideração as potencialidades a longo prazo das respetivas regiões.

O PRODER tem como pilares principais a competitividade dos sectores agrícola e florestal, a sustentabilidade do espaço rural e dos recursos naturais, a dinamização das zonas rurais e o conhecimento e o desenvolvimento de competências.

Contudo, para o âmbito deste trabalho, os três primeiros pontos revestem-se de particular interesse.



No módulo “Competitividade” insere-se a medida “Inovação e Desenvolvimento Empresarial”:

Quadro n.º 6: Programa PRODER

“Os principais objetivos desta medida são:

- Incentivar o desenvolvimento de sinergias e dimensão nos investimentos e o potencial induzido pela inovação e orientação para o mercado;
- Promover o desenvolvimento da competitividade das fileiras;
- Contribuir para a valorização das empresas de produção agrícola e de transformação e comercialização de produtos agrícolas;
- Promover a renovação do tecido empresarial agrícola;
- Contribuir para a melhoria das condições de vida e de trabalho.

Para alcançar estes objetivos estabeleceram-se um conjunto de mecanismos por forma a disponibilizar incentivos diferenciados e ajustados aos vários tipos de agricultores, agentes, empresas e indústrias, bem como à sua inserção em fileiras estratégicas ou não estratégicas, não se aplicando ao sector das florestas que tem uma medida própria.

A medida Inovação e Desenvolvimento Empresarial é operacionalizada através das seguintes ações:

- Modernização e Capacitação das Empresas:
- Investimentos de Pequena Dimensão
- Instalação de Jovens Agricultores”

Fonte: <http://www.proder.pt/conteudo.aspx?menuid=380>

No módulo “Sustentabilidade” insere-se a medida “Manutenção da Atividade Agrícola em Zonas Desfavorecidas”:

Quadro n.º 7: Programa PRODER

“Esta medida destina-se a compensar os agricultores da perda de rendimento e dos custos adicionais resultantes das desvantagens para a produção agrícola nas zonas de montanha e nas zonas com desvantagens naturais.

Tem como principais objetivos:

- Contribuir para a utilização continuada das terras agrícolas;
- Manutenção da paisagem rural;
- Conservação e a promoção de sistemas de exploração agrícola sustentáveis.”

Fonte: <http://www.proder.pt/conteudo.aspx?menuid=380>

No módulo “Dinamização das Zonas Rurais” insere-se a medida “Diversificação da Economia e Criação de Emprego”:



Quadro n.º 8: Programa PRODER

“Os principais objetivos desta medida são:

- Promover a diversificação da economia para atividades não agrícolas e aumentar o emprego nas zonas rurais, de acordo com uma estratégia definida para territórios locais alvo de abordagem LEADER.

Para atingir este objetivo estabeleceu-se uma intervenção específica nestas zonas, que contribua para a diversificação e desenvolvimento de atividades económicas criadoras de riqueza e de emprego permitindo fixar população e aproveitar recursos endógenos transformando-os em fatores de competitividade.

Esta intervenção terá em atenção a existência de outros instrumentos de política com incidência no mesmo território e far-se-á de acordo com uma estratégia de desenvolvimento local (EDL), elaborada pelos agentes locais organizados em parceria (GAL).

A medida “Diversificação da Economia e Criação de Emprego” será concretizada através de três ações:

- Diversificação de Atividades na Exploração Agrícola
- Criação e Desenvolvimento de Microempresas
- Desenvolvimento de Atividades Turísticas e de Lazer”

Fonte: <http://www.proder.pt/conteudo.aspx?menuid=380>

12. Obstáculos ao desenvolvimento das microproduções

Os produtos provenientes de microproduções estão, na generalidade, condicionados pela sua fraca condução comercial até ao consumidor final, revelando os agricultores/pequenos produtores de produtos transformados muitas dificuldades em sair da esfera familiar/doméstica e progredir para sistemas integrados de comercialização. Apesar de poderem ser produtos com grande peso no seu local de produção, encontram-se porém muito fragilizados pelo fator concorrencial do modo de produção, quando comparados com produtos similares mas com um tipo de produção diferente e normalmente massificada.

Existem contudo alguns pontos susceptíveis de fortalecerem esta fragilidade, nomeadamente:

- Modo de Produção

Especialmente devido ao fator dimensão e à introdução de tecnologia que não é aplicável, ou se o é, não tem o mesmo impacto na microprodução, a produção agrícola de minifúndio em meio rural reveste-se de grandes dificuldades, não apenas pelas condições difíceis em que se



prática, mas também pela transmissão de saber que não é legado às gerações seguintes, e que resulta do crescente despovoamento destas áreas. Verifica-se também que existe alguma descaracterização destes meios, pois a introdução de novas sementes veio alterar o património genético a nível dos biótopos locais.

- Custos de Produção

Os custos de produção no meio rural são largamente superiores aos custos da agricultura de escala, o que torna muito complicada a sua competitividade.

Os produtos oriundos da produção em meio rural raramente conseguem ser concorrenciais apenas pelo preço de produção. Neste caso, torna-se necessário evidenciar outros tipos de diferenças que permitam que estes produtos sejam apelativos para o consumidor.

- Estilo de Vida dos Consumidores

O estilo de vida dos consumidores tem vindo progressivamente a alterar-se, procurando o consumidor de hoje, principalmente o que habita em meio urbano, produtos já confeccionados e a preços acessíveis. Refira-se que também se está a assistir a uma tendência emergente em alguns consumidores que valorizam o modo de produção e a qualidade, especialmente o fator “eco”.

- Marketing

A introdução do marketing veio alterar os hábitos de consumo, e com eles também as práticas comerciais. Outro ponto bastante relevante para esta problemática, prende-se com os circuitos de comercialização, já que hoje o mercado apresenta um conjunto de exigências de qualidade e apresentação que tendem para produção em escala de produtos normalizados, e com entregas regulares aos canais de distribuição, colocando deste modo os produtos de origem rural numa posição bastante fragilizada. Os grandes grupos económicos da área alimentar, investem muito para criarem a ilusão de que tudo o que o consumidor necessita está concentrado nas grandes superfícies, desvalorizando desse modo o pequeno comércio, desajustando os hábitos dos consumidores, alterando-os até.



- Hábitos Alimentares

Segundo alguns autores, (Cristóvão, Manuel Luis & Valentín Cabero, 2005), “assiste-se atualmente à banalização dos hábitos alimentares, que se prende com rupturas culturais importantes, dentro das quais assumem particular relevo dois fenómenos:

1. O aumento incessante da percentagem da população urbana, que tem conduzido à perda de ligação entre consumidor e regiões de origem dos produtos;
2. A urbanização crescente dos modos de vida, inclusive nas zonas rurais, e o decréscimo da produção de produtos agroalimentares, já que a população que os produz está francamente envelhecida”.

Incontornável é também o facto do consumidor se ter habituado a ter os produtos de uma forma regular, sem que a sazonalidade dos mesmos seja respeitada, o que contraria fortemente o conceito de produção local, e constitui mesmo um forte entrave ao seu desenvolvimento.

Associado a estes fenómenos acresce ainda a existência de um número cada vez maior de espaços comerciais nas zonas urbanas, o que reforça a diversidade e a quantidade da oferta dos produtos de produção em escala.

- Legislação Alimentar

A legislação alimentar que tem sido implementada pelos países da zona EURO, e concretamente em Portugal, é na sua maioria de aplicação imediata. Este é um aspeto que tem penalizado as pequenas produções, especialmente no que respeita à área da segurança alimentar, pois as derrogações que temos no nosso país são manifestamente insuficientes. Se por um lado ainda existe alguma coisa para a área dos produtos de origem animal, por outro lado, na área vegetal existe um vazio legislativo importante.

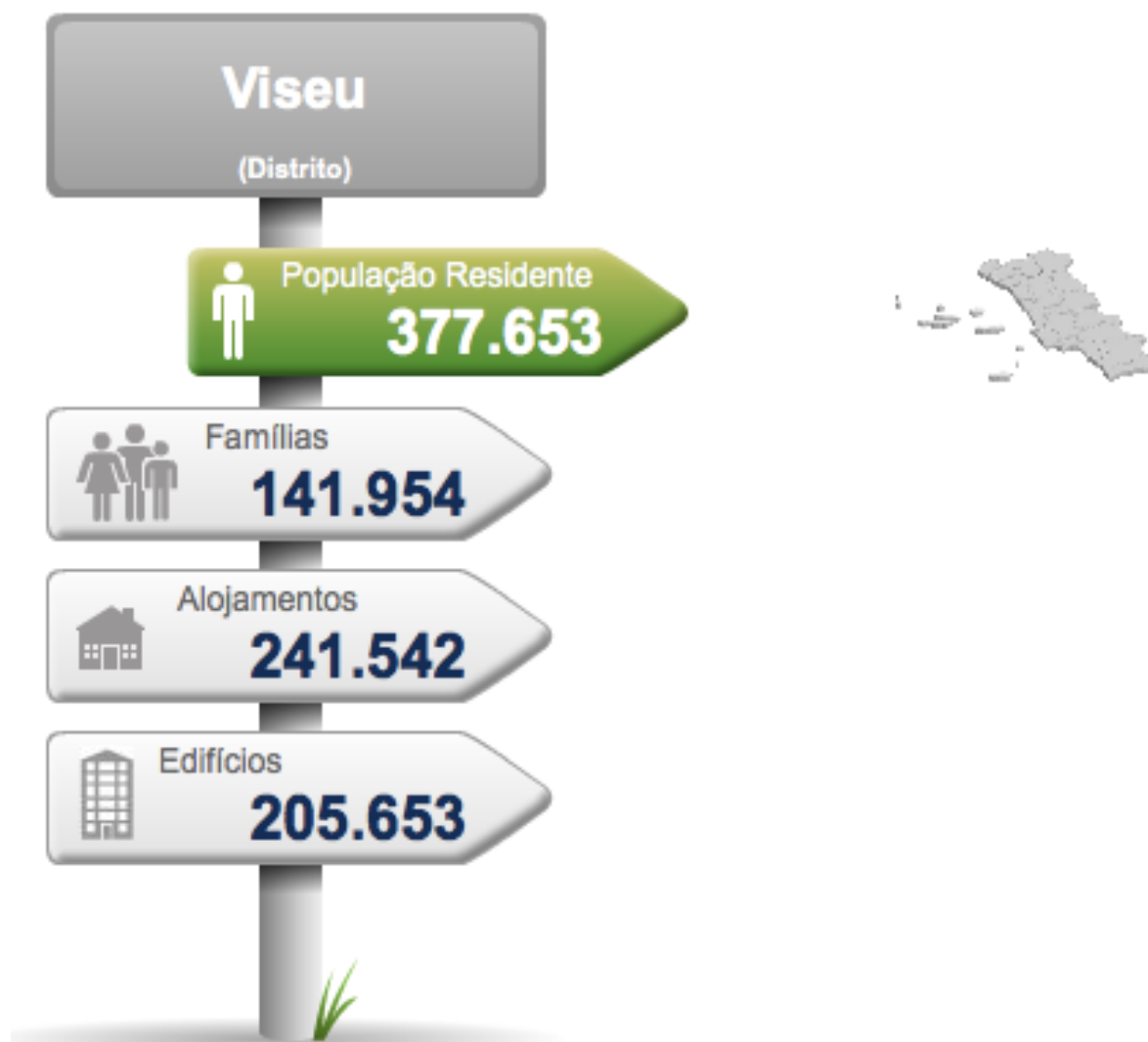
Vários são os constrangimentos que se colocam à valorização dos produtos agroalimentares locais e à sua comercialização em circuitos curtos, originados pelo quadro legislativo em vigor e pelos respetivos regulamentos e procedimentos de aplicação, tal como apresentou GEVPAL, (2012, pág. 12):



1. “Normas de higiene e segurança alimentar;
2. Normas de comercialização;
3. Rotulagem;
4. Licenciamento industrial;
5. Modalidades de venda;
6. Fiscalidade (IVA e faturação);
7. Contratação pública;
8. Regimes de reconhecimento dos produtos com características tradicionais e artesanais.”

CAPITULO II: CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO DE VISEU

Figura n.º 2: Caraterização do concelho de Viseu



Fonte: INE (<http://www.ine.pt>)
Extraído em 25 de setembro de 2013 (23:44:18)

Viseu é um concelho da zona centro do país, inserido na NUT III, com uma área de 507,1 Km², uma Altitude máxima de 700 metros, e altitude mínima de 400 metros.

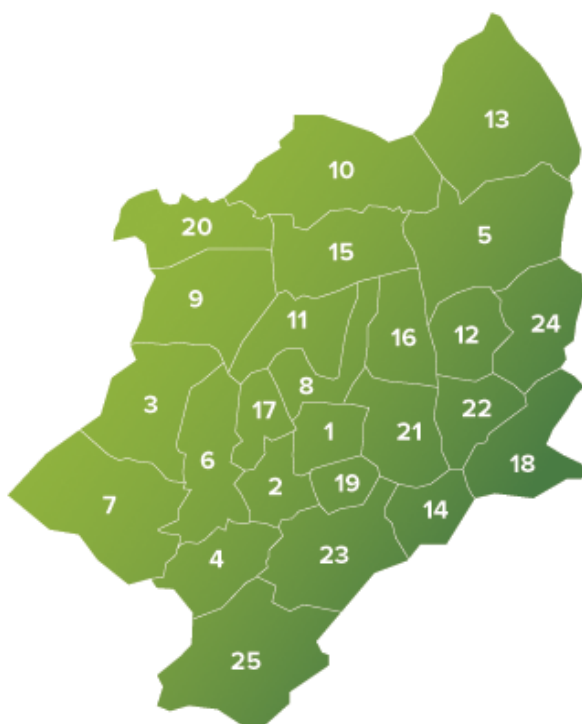
O concelho é constituído agora por 25 freguesias, a população tem vindo a aumentar proporcionalmente à população da NUT Dão Lafões onde se encontra inserida.

Figura n.º 3: Área da NUT III Dão-Lafões



Fonte: <http://tecnicosessps.blogspot.pt/p/nuts.htm>, em 12/03/2013

Figura n.º 4: Mapa do concelho de Viseu



- 1: União de Freguesias de Viseu
- 2: UF de Repeses e São Salvador
- 3: UF de Couto de Cima e Couto de Baixo
- 4: UF de Fail e Vila Chã de Sá
- 5: UF de Barreiros e Cepões
- 6: UF de S. Cipriano e Vil de Souto
- 7: UF de Boa Aldeia, Farminhão e Torredeita
- 8: Abraveses
- 9: Bodiosa
- 10: Calde
- 11: Campo
- 12: Cavernães
- 13: Cota
- 14: Fragosela
- 15: Lordosa
- 16: Mundão
- 17: Orgens
- 18: Povolide
- 19: Ranhados
- 20: Ribafeita
- 21: Rio de Loba
- 22: Santos Évos
- 23: São João de Lourosa
- 24: São Pedro de France
- 25: Silgueiros

Legenda: UF – União de Freguesias

Fonte: <http://viseuprimeiro.pt/freguesias/>

Com os dados que se seguem, provenientes do Instituto Nacional de Estatística, pode constatar-se que a população do concelho de Viseu aumentou nos últimos dez anos, enquanto na NUT III houve um decréscimo global de população.

Tabela n.º 1: População do concelho de Viseu nos últimos Censos e a sua relação com a NUT III

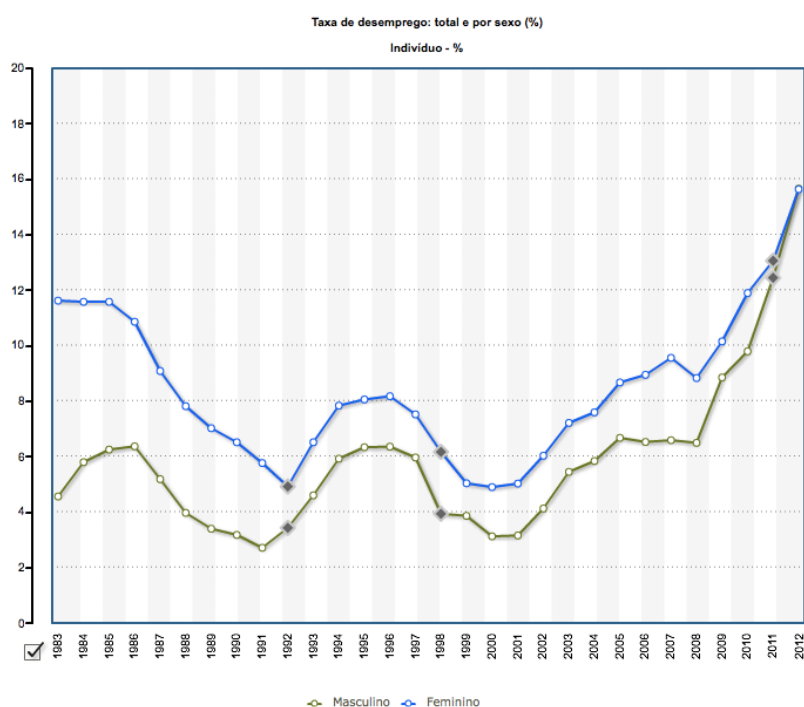
	2011	2001
NUT III	277240	286313
WISEU	99274	93501

Fonte: INE (<http://www.ine.pt>) em 23/02/2013

A população portuguesa, de acordo com o Censur 2011 é de 10.562.178

A taxa de desemprego em Portugal também oscilou nos últimos anos, como mostra a figura seguinte, sendo expectável que este padrão se estabeleça também para o concelho de Viseu.

Figura n.º 5: Evolução da taxa de desemprego em Portugal nos últimos 20 anos



Fonte: PORDATA (<http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Gráfico>)

A tabela seguinte mostra a evolução da taxa de desemprego nestes dois últimos anos a nível nacional:



Tabela n.º 2: Taxa de desemprego (Série 2011 - %)

Período de referência dos dados	Taxa de desemprego (Série 2011 - %)
4.º Trimestre de 2012	16.9
3.º Trimestre de 2012	15.8
2.º Trimestre de 2012	15
1.º Trimestre de 2012	14.9
4.º Trimestre de 2011	14
3.º Trimestre de 2011	12.4
2.º Trimestre de 2011	12.1
1.º Trimestre de 2011	12.4

Fonte: INE (<http://www.ine.pt>)

Extraído em 09 de Março de 2013 (19:44:15)

Última atualização destes dados: 13 de fevereiro de 2013

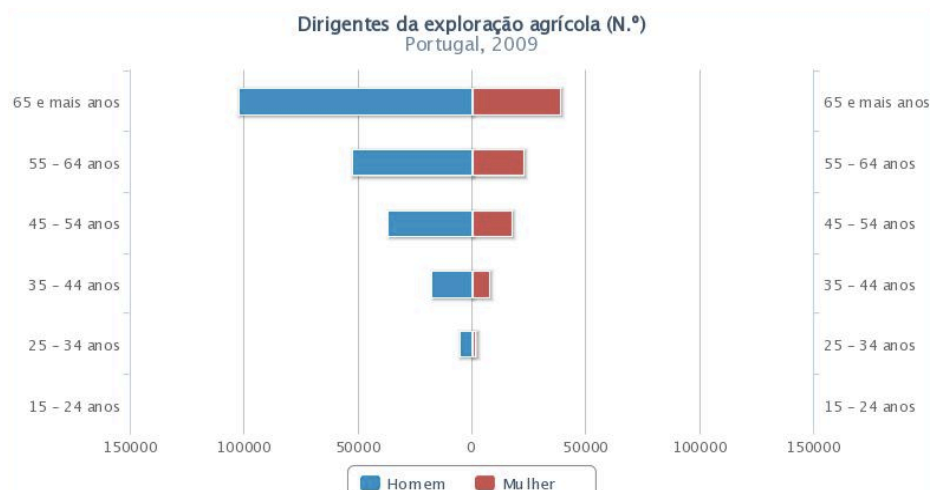
Dados mais recentes, referidos pela RTP em 22 de fevereiro de 2013, sustentam que “as novas estimativas da Comissão Europeia para a taxa de desemprego em Portugal apontam para que esta atinja os 17, 3 por cento em 2013 e, previsivelmente, pode baixar em 2014 para os 16,8 por cento. Os dados revelados esta manhã agravam significativamente as expectativas para o mercado de trabalho português, que o Governo e a “troika” tinham colocado muito recentemente em 16,4 por cento.”

Os dados existentes para o concelho de Viseu são apenas os existentes nos últimos Censos de 2001 e 2011, não existindo dados fidedignos atuais para o concelho. No entanto, como se referiu anteriormente é espectável que acompanhem a tendência de crescimento do país.

O desemprego constitui um flagelo no concelho de Viseu, pelo que se torna crucial criar novas alternativas para ultrapassar este cenário tão preocupante. A agricultura em pequena escala pode ser uma via, já que através dela é possível aumentar o rendimento das famílias e, consequentemente, reduzir o desemprego.

Por outro lado, de acordo com a figura seguinte, verifica-se que a nível nacional os agricultores portugueses responsáveis por explorações agrícolas estão maioritariamente com idade avançada, o que constitui um cenário pouco animador, atendendo a que a população jovem não está nem tão ligada nem tão vocacionada para a agricultura quanto seria desejável. Quanto ao concelho de Viseu é espetável que mantenha este padrão.

Figura n.º 6: Dirigentes de explorações agrícolas a nível nacional



Fonte: INE (<http://www.ine.pt>), 18/02/2013

1. Caracterização e análise do sector agrícola e rural do concelho de Viseu

No âmbito da caracterização do concelho de Viseu, apresentam-se algumas definições, obtidas junto do Instituto Nacional de Estatística:

Quadro n.º 9: Definições INE

“EXPLORAÇÃO AGRÍCOLA: Unidade técnico-económica que utiliza factores de produção comuns, tais como: mão-de-obra, máquinas, instalações, terrenos, entre outros, e que deve satisfazer obrigatoriamente as quatro condições seguintes:

1. Produzir produtos agrícolas ou manter em boas condições agrícolas e ambientais as terras que já não são utilizadas para fins produtivos;
2. Atingir ou ultrapassar uma certa dimensão (área, número de animais);
3. Estar submetida a uma gestão única;
4. Estar localizada num local bem determinado e identificável.”

“POPULAÇÃO AGRÍCOLA FAMILIAR: Conjunto de pessoas que fazem parte do agregado doméstico do produtor (singular) quer trabalhem ou não na exploração, bem como de outros membros da família que não pertencendo ao agregado doméstico, participam regularmente nos trabalhos agrícolas da exploração.”

“PERÍODO DE REFERÊNCIA: Período de tempo a que a informação se refere e que pode ser um dia específico ou um intervalo de tempo (mês, ano fiscal, ano civil, entre outros).”

Fonte: INE (http://www.ine.pt/bddXplorer/htdocs/minfo.jsp?var_cd=0004659&lingua=PT), informação apresentada em 18/2/2013



De acordo com dados do INE em 2011, de um total de 99274 residentes no concelho de Viseu, apenas 7395 correspondem a população agrícola familiar, o que equivale a apenas 7,45% do total dos indivíduos. Dentro da população agrícola familiar existe uma percentagem de 25,64% de indivíduos que possuem outra remuneração que não a agrícola, o que perfaz 1896 indivíduos.

Segundo Favareto (2011, pág. 131), “cada vez mais os rendimentos das famílias rurais provêm de outras atividades não-agrícolas, como empregos urbanos em pequenas localidades próximas, de outras atividades realizadas no âmbito dos próprios estabelecimentos agropecuários, como a prestação de serviços ou a manufatura de parte dos produtos, ou ainda das transferências de renda via programas sociais.”

Apresenta-se de seguida alguns dados referentes ao concelho que foram retirados do último Recenseamento Agrícola de 2009.

Tabela n.º 3: Dados agrícolas do concelho de Viseu

A AGRICULTURA DO CONCELHO DE VISEU EM NÚMEROS		
Indicadores Gerais	Valor Concelho	% na NUTIII
N.º Total de Explorações (2009)	2877	16.98
% do N.º de Explorações < 5 hectares	95.27	92.20
% do N.º de Explorações ≥ 20 hectares	0.48	0.69
S.A.U. (hectares)	5827	14.43
% S.A.U. das Explorações < 5 hectares	74.29	16.64
% S.A.U. das Explorações ≥ 20 hectares	6.88	10.65
S.A.U. (hectares) média/Exploração	2	0
% de Dirigentes explorações < 44 anos	5.96	7.60
% de Dirigentes explorações ≥ 65 anos	48.83	45.99

Fonte: INE (<http://www.ine.pt>), em 23/02/2013

Da observação da Tabela n.º 3 constata-se que o concelho tem 2877 explorações, o que corresponde a cerca de 17% das explorações da NUT III Dão Lafões, onde está inserido o concelho.



É notório que predominam em cerca de 95% do concelho, explorações de pequena dimensão, ou seja com área inferior a 5 hectares, sendo que as explorações com 20 ou mais hectares, não têm expressão pois correspondem apenas a menos de 0,5% do total das 2877.

Quanto à superfície agrícola utilizada, constata-se que nas explorações de pequena dimensão cerca de 75% da terra está a ser utilizada, ao contrário das explorações com 20 ou mais hectares que apenas cerca de 7% da terra está a ser rentabilizada com culturas agrícolas.

Finalmente, os dados referentes à NUT III e ao concelho mostram que os responsáveis pelas explorações têm maioritariamente 65 ou mais anos, o que demonstra uma população envelhecida.

De acordo com o Recenseamento Agrícola (RA) 2009, o concelho de Viseu tem 2877 explorações agrícolas, das quais 1906 exercem outra atividade económica, o que corresponde a 66,25% do total.

2. Informações sobre a estrutura e organização das fileiras agrícolas no concelho de Viseu

A avicultura, é a nível de produção animal o sector mais importante no concelho, existe um Centro de Abate de Aves a cerca de 5 quilómetros do centro urbano.

A NUT III possui 9 Centros de Abate de Aves e cerca de 1500 explorações de aves, incluindo frango industrial, de campo e galinhas poedeiras e reprodutoras. Com a dimensão deste sector as estruturas de apoio à atividade assumem um papel importante no concelho nomeadamente a industria de equipamentos e montagem de pavilhões avícolas e matadouros.

As produções agrícolas exercidas de forma mais orientada para o mercado no concelho de Viseu são as seguintes:

- Vinho,
- Maçã,
- Hortícolas.
- E muito em breve frutos vermelhos (mirtilo, groselha, etc.) .



Existem estruturas organizativas para a comercialização ou transformação dos produtos destas fileiras, que são as seguintes:

- **Vinhos:** UDACA, Adega Cooperativa de Silgueiros e sete produtores engarrafadores;
- **Maçã:** Cooperativa Agrícola Fruticultura da Beira Alta; Cooperativa de Compra e Venda: COPAVIS, O Arado;
- **Produtores Florestais:** CEDRUS; APIDÃO-Associação de Proteção Integrada do Dão; ADS/Associação de Criadores de Gado da Beira Alta;
- **Apicultura:** Associação de Apicultores da Beira Alta;
- **Crédito/Seguros:** CCAM Viseu; ADLAP - Associação de Desenvolvimento Dão Lafões e Alto Paiva;

Em contato com a Direção Regional de Agricultura e Pescas do Centro, na Delegação de Viseu, foi obtida a informação que se segue na Tabela n.º 4, relativamente às Entidades que estão no terreno e que já possuem meios humanos capazes de dar resposta aos agricultores no sentido destes poderem ser informados para a regularização das suas explorações, assim como a possibilidade de alargamento de conhecimentos quanto a financiamentos possíveis a serem aplicados às suas explorações.

Tabela n.º 4: Dados relativos ao apoio técnico aos produtores agrícolas no concelho de Viseu

Que capacidade técnica de apoio aos produtores agrícolas existe no concelho?				
Entidade	N.º técnicos	Formação	Atividades desenvolvidas	Observações
COPAVIS	1	Técnico superior	Apoio na instrução de candidaturas anuais PU-pedido único	Sazonal
APIDÃO	2	Técnico superior	Assistência técnica-pomares/vinhas/ candidaturas anuais PU-pedido único	Anual
CCAM TERRAS DE VIRIATO - DEL. VISEU	1	Técnico superior	Projetos Proder/ candidaturas anuais PU-pedido único	Anual
Cooperativa Agrícola Fruticultura da Beira Alta	1	Técnico superior	Assistência técnica -pomares dos associados	Anual
OPP/Associação de Criadores de Gado da Beira Alta	1	Técnico superior	Assistência técnica –efetivos pecuários dos associados/vacinações	Anual
CEDRUS	3	Técnico superior	Assistência técnica /projetos florestais	Anual
ADLAP	4	Técnico superior	Programa Líder/Projetos	Anual
Adega Cooperativa de Silgueiros	1	Técnico superior	Assistência técnica e enológica/comercialização dos vinhos	Anual

Fonte: Técnicos da Direção Regional de Agricultura e Pescas da Região Centro – Delegação de Viseu



CAPITULO III - OBJECTIVOS DO ESTUDO E METODOLOGIA UTILIZADA

A agricultura, tal como é encarada no conceito atual, gera dois tipos de ameaças à sua própria sustentabilidade. A primeira decorre da intensificação da atividade agrícola, consubstanciada na dominância das monoculturas e no uso excessivo de fertilizantes e outros químicos, assim como na utilização massiva de máquinas agrícolas. A segunda deriva da sobre utilização dos solos, que altera os recursos naturais e fragiliza os ecossistemas. Neste contexto, o melhor caminho para atingir um sistema alimentar sustentável parece ser o do estímulo da agricultura familiar.

Vários estudos a nível mundial, demonstram que o investimento na agricultura contribui para o crescimento económico e para a redução da pobreza em meio rural, onde vive, a nível mundial, a maior parte da população em situação de pobreza.

Atualmente, a conjuntura económica, e com ela o aspeto financeiro, têm dominado a atenção de grande parte dos cidadãos, dos média e da classe política.

Os autores Cipriano Pinheiro & Pimentel de Castro Coelho (2011), sustentam que “as despesas com a alimentação constituem um dos nossos grandes e graves problemas. Para podermos comprar o alimento que necessitamos temos de pedir emprestados 3,6 mil milhões de Euros por ano, ou seja, cerca de dez milhões por dia, ou, mais simplesmente, um euro por dia e por português! Acrescente-se que, nalguns casos, os países que nos emprestam o dinheiro são os mesmos que, depois, nos vendem os alimentos. Nesta situação, parece pertinente formular a seguinte questão: será que nós temos recursos não aproveitados que permitam a produção dos bens necessários para, pelo menos, melhorarmos o equilíbrio da nossa balança alimentar? Claro que temos: a terra está aí sem ser aproveitada, o sol brilha sem que dele tiremos o máximo partido, a água corre para o mar sem que a aproveitemos e, acima de tudo, os nossos recursos humanos não são utilizados.”

O atual governo publicou o *Despacho n.º 4680/2012, de 3 de Abril, publicado no DR, no 67, 2ª Série*, que refere “em conformidade com a estratégia «Europa 2020», garantir o desenvolvimento sustentável das zonas rurais. A proposta de regulamento do Parlamento



Europeu e do Conselho relativo ao apoio ao desenvolvimento rural pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER) estabelece que o apoio ao desenvolvimento rural no período 2014-2020 se concentre em seis prioridades, de entre as quais ressaltam a de melhorar a competitividade de todos os tipos de agricultura e a viabilidade das explorações agrícolas, e a de promover a organização de cadeias alimentares, nomeadamente através da promoção em mercados locais e cadeias de abastecimento curtas.”

No mesmo Despacho, lê-se que:

“O Programa do XIX Governo Constitucional define como um dos objetivos estratégicos para a agricultura, o de «garantir a transparência nas relações produção-transformação-distribuição da cadeia alimentar, e promover a criação e dinamização de mercados de proximidade». Para que estes objetivos possam ser atingidos o Programa define medidas a implementar, nomeadamente a de «criar um estatuto jurídico flexível e um enquadramento fiscal e financeiro adequado, de forma a promover a melhoria da produtividade das explorações de menor dimensão», e a criação de mercados para a comercialização de produtos locais e de qualidade superior, em colaboração com o poder local. A iniciativa «Portugal sou eu», uma vez centrando-se na valorização da produção nacional, e em especial, neste contexto, a produção local, contribuirá para a prossecução dos objetivos definidos. Através da promoção de plataformas oferta-procura, pretende potenciar-se a comercialização e deteção de oportunidades de mercado, bem como tornar mais eficaz a articulação entre produtores e compradores.”

Com este trabalho pretende-se estudar o circuito de produção e comercialização de produtos com origem rural no concelho de Viseu, tendo para isso sido traçado um plano que se inicia com a identificação do problema, seguido da definição de objetivos e posterior análise do resultado de entrevistas a produtores locais e a consumidores citadinos, visando explorar o espaço existente para o desenvolvimento de negócios de proximidade.

Os produtos em causa neste trabalho, que são a inspiração para a criação de valor nesta cadeia tão fragilizada que é o meio rural, são os seguintes:

- Produtos hortícolas;
- Frutas;
- Ovos;
- Leite cru de vaca;
- Carnes de aves de capoeira;



- Carnes de lagomorfos;
- Carnes de animais de caça;
- Mel;
- Compotas e outros produtos transformados de origem vegetal;
- Enchidos;
- Produtos à base de leite.

1. Questão de partida

Dada a conjuntura socioeconómica atual poderá a produção e venda de produtos de produção rural de origem animal e vegetal, os seus circuitos de comercialização, e os circuitos de proximidade que se podem estabelecer entre a população rural e urbana no concelho de Viseu, contribuir para criar valor económico e social?

2. Objetivo central do presente trabalho

Estudar a forma de produção, distribuição e venda de produtos de produção rural, de origem animal e vegetal, os seus circuitos de comercialização, e os circuitos de proximidade que se podem estabelecer entre a população rural e urbana no concelho de Viseu.

2.1. Objetivos específicos

2.1.1. Objetivo 1

Sensibilizar as famílias para a possibilidade de verem incrementado o seu rendimento mensal com a venda de produtos hortícolas/produtos de origem animal de produção própria.

2.1.2. Objetivo 2

Avaliar a abertura e a disponibilidade por parte das famílias de agricultores, para a troca de produtos hortícolas/produtos de origem animal, por serviços que os seus clientes possam fornecer, nomeadamente horas de trabalho nas suas hortas/explorações agrícolas.



2.1.3. Objetivo 3

Avaliar o nível de recetividade dos clientes urbanos em possuírem para consumo produtos da horta, versus produtos de escala adquiríveis no comércio convencional.

2.1.4. Objetivo 4

Avaliar o nível de recetividade dos clientes urbanos em termos de troca de horas de trabalho por produtos hortícolas/produtos de origem animal.



CAPITULO IV – ELABORAÇÃO DE ENTREVISTAS, APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O decorrer deste trabalho conduziu à necessidade de se obter informações com bastante especificidade, atendendo aos objetivos que foram traçados para o estudo. Como tal elegeu-se o método qualitativo de análise de dados. Com este método de pesquisa pretendeu-se garantir rigor na validade dos dados obtidos.

Definiu-se como método de recolha de informação, a entrevista individual a dois tipos distintos de população alvo.

As entrevistas foram previamente elaboradas, com o intuito de obter respostas para os objetivos propostos neste trabalho. Definiu-se também que o teor das questões propostas aos entrevistados seria igual, para que os dados e a informação obtida fossem tratados de forma objetiva.

Todas as entrevistas efetuadas encontram-se transcritas no **Anexo** ao presente trabalho, tendo sido omitidas as identidades dos intervenientes. O registo das mesmas apresenta-se no formato de duplo registo das falas dos entrevistados e do entrevistador.

1. Elaboração e construção do inquérito e guião de entrevista

Foram construídas duas entrevistas distintas: uma destinada a clientes urbanos consumidores, e outra destinada a produtores rurais de produtos de origem vegetal e de origem animal.

A entrevista destinada aos clientes urbanos, apresentada no quadro n.º 10, foi estruturada tendo como propósito a obtenção de respostas para as questões formuladas nos objetivos do presente trabalho.

A estrutura da entrevista foi subdividida em três partes: o objetivo das cinco primeiras questões foi o de caracterizar o entrevistado em questão, e enquadrá-lo num conceito familiar,



o que permitiu fazer a estratificação do entrevistado dentro da população alvo. Da sexta questão à décima terceira pretendeu-se obter respostas que pudessem fornecer informação capaz de responder às questões propostas nos objetivos definidos. Finalmente, com a décima quarta e décima quinta questões procurou-se perceber qual o nível de conhecimento da população alvo para a temática dos circuitos de proximidade e, na ótica do entrevistado, quais as possíveis vantagens e desvantagens desses circuitos.

De modo similar à elaboração da entrevista aos clientes urbanos, também na entrevista destinada aos produtores rurais de produtos de origem vegetal e de origem animal, apresentada no quadro n.º 11, o modelo da entrevista foi elaborado de forma a obter respostas às questões formuladas nos objetivos do presente trabalho.

A estrutura da entrevista foi subdividida em três partes: as cinco primeiras questões tiveram como objetivo fazer a estratificação do entrevistado dentro da população alvo, caracterizando-o e enquadrando-o num conceito familiar. Da questão seis à décima terceira, pretendeu-se obter respostas às questões propostas nos objetivos definidos. Finalmente, na última questão procurou-se identificar quais as maiores dificuldades sentidas por quem produz no decurso da sua atividade.

As entrevistas foram todas presenciais, o que permitiu uma maior proximidade entre o entrevistado e o entrevistador.

Os quadros n.º10 e n.º 11 apresentam as questões colocadas individualmente a cada entrevistado.



Quadro n.º 10: Modelo de entrevista a clientes urbanos

Entrevista a clientes urbanos
Questão 1C: Qual a idade?
Questão 2C: Qual o estado civil?
Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Questão 4C: Qual o estado profissional?
Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação, expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despender em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, qual?

Quadro n.º 11: Modelo de entrevista a produtores rurais

Entrevista a produtores
Questão 1P: Qual a idade?
Questão 2P: Qual o estado civil?
Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Questão 4P: Qual o estado profissional?
Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês e, média com a venda deste tipo de produtos?
Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?



2. Caracterização da amostra e sua ligação aos objetivos definidos

A amostra é constituída por 20 clientes urbanos e por 10 produtores rurais.

O plano de amostragem foi elaborado de forma similar para os clientes urbanos e para os produtores rurais.

Assim, foram definidos os seguintes critérios para serem aplicadas as entrevistas aos clientes urbanos (população alvo 1):

População alvo 1:

A população alvo possuía as características seguintes:

- . Clientes que fazem normalmente as suas compras em superfícies comerciais;
- . Habitantes de meios urbanos;
- . Maiores de 18 anos,
- . Residentes no concelho de Viseu.

Os critérios definidos para serem aplicados aos produtores de produtos de origem vegetal e origem animal (população alvo 2) foram os seguintes:

População alvo 2:

A população alvo possuía características seguintes:

- . Produtores agrícolas que fazem comercialização de produtos de origem vegetal e animal;
- . Habitantes de meios rurais;
- . Maiores de 18 anos;
- . Residentes no concelho de Viseu.

Para além destes critérios de base foi também considerada fundamental a realização de entrevistas a pessoas de grupos etários diversificados, com diferente estado civil e diversos estados de empregabilidade e dimensão familiar, permitindo assim a obtenção de uma amostra significativamente heterogénea.



Os resultados vão ser apresentados com base na recolha de todas as respostas que foram efetuadas aos clientes urbanos e aos produtores rurais.

Neste trabalho foi definido um objetivo geral e vários objetivos específicos. Com base neste pressuposto estratificaram-se as questões de acordo com os objetivos em questão, conforme está exposto nos quadros que se seguem.

Seguidamente fez-se a interpretação das respostas a cada questão individual, por grupo de entrevistados.

Quadro n.º 12: Relação entre o objetivo específico n.º 1 do trabalho e as questões das entrevistas

<p style="text-align: center;">OBJETIVO ESPECÍFICO 1</p> <p>Sensibilizar as famílias para a possibilidade de verem incrementado o seu rendimento mensal com a venda de produtos hortícolas/produtos de origem animal de produção própria.</p>	<p>Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?</p> <p>Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?</p> <p>Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?</p> <p>Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?</p> <p>Questão 10P: A quem vende os seus produtos?</p> <p>Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês e, média com a venda deste tipo de produtos?</p> <p>Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?</p>
--	---

Quadro n.º 13: Relação entre o objetivo específico n.º 2 do trabalho e as questões das entrevistas

<p style="text-align: center;">OBJETIVO ESPECÍFICO 2</p> <p>Avaliar a abertura e a disponibilidade por parte das famílias de agricultores, para a troca de produtos hortícolas/produtos de origem animal, por serviços que os seus clientes possam fornecer, nomeadamente horas de trabalho nas suas hortas/explorações agrícolas.</p>	<p>Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?</p>
---	--



Quadro n.º 14: Relação entre o objetivo específico n.º 3 do trabalho e as questões das entrevistas

<p style="text-align: center;">OBJETIVO ESPECÍFICO 3</p> <p>Avaliar o nível de receptividade dos clientes urbanos em possuírem para consumo produtos da horta, versus produtos de escala adquiríveis no comércio convencional.</p>	<p>Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?</p> <p>Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?</p> <p>Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?</p> <p>Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?</p> <p>Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação, expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?</p> <p>Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?</p> <p>Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?</p>
---	---

Quadro n.º 15: Relação entre o objetivo específico n.º 4 do trabalho e as questões das entrevistas

<p style="text-align: center;">OBJETIVO ESPECÍFICO 4</p> <p>Avaliar o nível de receptividade dos clientes urbanos em termos de troca de horas de trabalho por produtos hortícolas/produtos de origem animal.</p>	<p>Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despender em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?</p>
---	--

2.1. Caracterização dos clientes urbanos

A caracterização da população selecionada de clientes urbanos está exposta na tabela n.º 9.

**Tabela n.º 5: Caracterização da população selecionada de clientes urbanos**

CLIENTES	IDADE	ESTADO CIVIL	HABILITAÇÕES LITERÁRIAS	ESTADO PROFISSIONAL	AGREGADO FAMILIAR
Cliente 1	41	casada	bacharelato	empregada	3
Cliente 2	41	casada	licenciatura	empregada	6
Cliente 3	46	casada	12.º ano	empregada	4
Cliente 4	47	casado	licenciatura	empregado	5
Cliente 5	58	divorciado	licenciatura	empregado	4
Cliente 6	47	casada	licenciatura	empregada	5
Cliente 7	44	casada	licenciatura	desempregada	2
Cliente 8	27	união de facto	licenciatura	empregada	2
Cliente 9	38	casado	licenciatura	empregado	2
Cliente 10	47	casado	licenciatura	empregado	2
Cliente 11	37	casado	12.º ano	desempregado	3
Cliente 12	33	casado	12.º ano	empregado	4
Cliente 13	44	casada	licenciatura	empregada	4
Cliente 14	53	casado	9.º ano	empregado	4
Cliente 15	35	casada	licenciatura	empregada	5
Cliente 16	36	divorciada	licenciatura	empregada	1
Cliente 17	40	casado	bacharelato	desempregado	3
Cliente 18	62	viúva	4.ª classe	empregada	5
Cliente 19	71	casado	4.ª classe	aposentado	2
Cliente 20	28	solteiro	licenciatura	empregado	1

Assim, dos 20 clientes urbanos entrevistados:

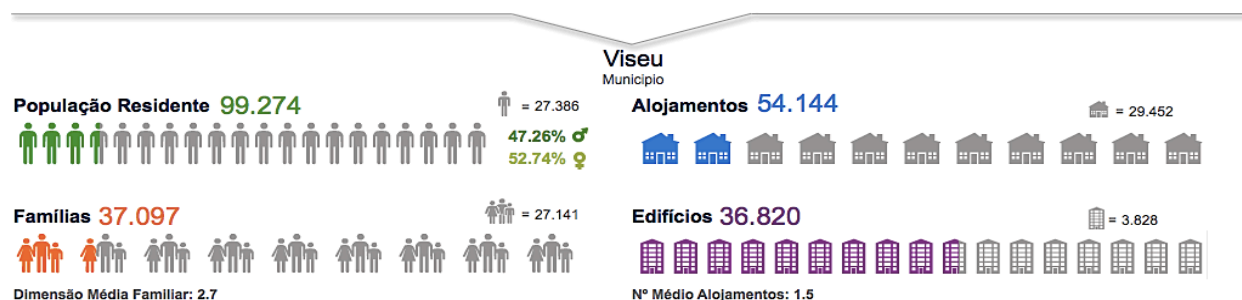
- 10 homens e 10 mulheres;
- Idades compreendidas entre os 28 e os 71 anos, com uma média de cerca de 44 anos;
- Média superior a 3 pessoas por habitação, o que ultrapassa a média de 2,7 membros por fogo encontrada no concelho de Viseu (quadro n.º 8). Na generalidade da amostra as famílias apresentam-se com mais de um elemento por fogo;
- Cerca de 70% dos inquiridos têm formação académica superior;
- Dos 20 elementos, 3 encontram-se desempregados, o que corresponde a 15% de desempregados, taxa de desemprego que, de acordo com quadro n.º 16, se aproxima da taxa nacional do 2.º trimestre em Portugal.

Quadro n.º 16: Inquérito ao Emprego, por Sexo

Taxa de desemprego total (Série 2011 - %) por Sexo, Grupo etário e Nível de escolaridade mais elevado completo; Trimestral		
Homens e Mulheres	Homens	Mulheres
16,4%	16,4%	16,5%

Fonte: INE (<http://www.ine.pt>)
 Grupo etário e Nível de escolaridade mais elevado completo; Trimestral - INE,
 Quadro extraído em 25 de Setembro de 2013, (21:32:29)

Figura n.º 7: População residente do município de Viseu e sua dimensão familiar



Fonte INE: (<http://www.ine.pt>), extraído em 25 de Setembro de 2013, (21:32:29),

2.2. Caracterização dos produtores rurais

A caracterização da população selecionada de produtores rurais está exposta na tabela n.º 10.

Tabela n.º 6: Caraterização da população selecionada de produtores rurais

PRODUTORES	IDADE	ESTADO CIVIL	HABILITAÇÕES LITERÁRIAS	ESTADO PROFISSIONAL	AGREGADO FAMILIAR
Produtor 1	56	casado	9.º ano	empregado	2
Produtor 2	48	viúva	licenciatura	empregada	2
Produtor 3	58	casado	6.º ano	empregado	2
Produtor 4	52	casado	licenciatura	empregado	2
Produtor 5	65	casada	4.º ano	doméstica	2
Produtor 6	68	viúva	4.º ano	doméstica	1
Produtor 7	75	casado	6.º ano	aposentado	2
Produtor 8	70	casado	4.º ano	aposentado	2
Produtor 9	67	casada	4.º ano	aposentada	3
Produtor 10	57	casada	9.º ano	desempregada	4



Dos 10 produtores entrevistados:

- 5 homens e 5 mulheres;
- Idades compreendidas entre os 48 e os 75 anos, com uma média de cerca de 62 anos;
- Média superior a 2 pessoas por habitação. Na generalidade as famílias apresentam-se com mais de um elemento por fogo;
- Apenas um dos inquiridos tem formação académica superior.

3. Apresentação de resultados

Para uma maior facilidade de caracterização das respostas às questões colocadas elaboraram-se as próximas tabelas, na qual estão apresentadas as respostas a cada questão dos 30 entrevistados que foram alvo de estudo no presente trabalho: 20 clientes urbanos e 10 produtores.

A cada objetivo específico são associadas as respetivas tabelas. Com base nas respostas exaradas nas tabelas é feita uma análise das mesmas, tomando em consideração a subjacente ligação entre as questões formuladas e os objetivos propostos no trabalho.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Sensibilizar as famílias para a possibilidade de verem incrementado o seu rendimento mensal com a venda de produtos hortícolas/produtos de origem animal de produção própria.



Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?

Tabela n.º 7: Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Exerço a tempo parcial por enquanto.”
Produtor 2	“Exerço em tempo parcial.”
Produtor 3	“A minha mulher, que também está empregada, e eu tomamos conta das terras no tempo que nos sobra dos empregos.”
Produtor 4	“A tempo parcial.”
Produtor 5	“Divido-me entre o trabalho de casa e o do campo. O meu marido ajuda no que pode mas coitado ele mata-se a trabalhar nas obras. Agora há cada vez menos trabalho e ele tem que ir a todas.”
Produtor 6	“Faço o trabalho de casa e o que posso no campo.”
Produtor 7	“A tempo inteiro. Estou reformado de cantoneiro como já disse.”
Produtor 8	“A tempo parcial. Tenho jeito para a madeira e vou fazendo uns trabalhitos para fora.”
Produtor 9	“Faço a lida da casa e cultivo o nosso terreno e mais um que arrendamos aqui ao lado do nosso. A minha irmã divide o trabalho comigo, e o meu marido, que ainda não se reformou, ajuda quando pode.”
Produtor 10	A tempo parcial. Trabalho em casa e no nosso campo.

Quando se faz análise aos produtores e à forma como se dedicam à agricultura verifica-se que 90% dos inquiridos se dedicam a agricultura em tempo parcial, e apenas 10% se dedicam a tempo inteiro.



Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?

Tabela n.º 8: Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“É uma muito pequena exploração, tem cerca de 500 metros quadrados.”
Produtor 2	“Tenho 2 hectares.”
Produtor 3	“Tenho quase 1 hectare.”
Produtor 4	“Tenho 2 hectares.”
Produtor 5	“Tenho 500 m2.”
Produtor 6	“Tenho 300 m2.”
Produtor 7	“Tenho 400 m2.”
Produtor 8	“Se quer que lhe diga acho que tenho 1 hectare.”
Produtor 9	“No total temos 1 hectare.”
Produtor 10	“Temos 500m2.”

Tal como já tinha sido constatado anteriormente, o concelho de Viseu tem predomínio de explorações de pequena dimensão. Os inquiridos deste trabalho possuem áreas de exploração que vão desde os dois hectares até aos 300 metros quadrados, o que evidencia a existência de parcelas pequenas e de difícil rentabilização, sendo o espelho da realidade de minifúndio que caracteriza o concelho.

Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?

Tabela n.º 9: Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Só tenho galinhas e frangos para consumo próprio. As minhas galinhas põem ovos e costumo vender alguns.”
Produtor 2	“Não tenho animais na exploração.”
Produtor 3	“Tenho galinhas, patos e porcos. Algumas vezes vendo ovos de galinha.”
Produtor 4	“Não.”
Produtor 5	“Tenho galinhas e um porqueto. Quando mos compram vendo ovos de galinha e de vez em quando uns galitos.”
Produtor 6	“Tenho galinhas.”
Produtor 7	“Tenho galinhas. Vendo e galinhas e ovos.”
Produtor 8	“Tenho galinhas e patos brancos. De vez em quando vendo ovos das galinhas.”
Produtor 9	“Tenho galinhas, coelhos e patos. Vendo ovos de galinha e de pata, e galinhas para carne.”
Produtor 10	“Tenho galinhas. Vendo ovos de galinha quando tenho a mais. Também os troco com os vizinhos por outras coisas que eles têm a mais e a nós nos falta.”



Analisadas as respostas a esta questão verifica-se que a maioria dos produtores têm animais nas suas explorações, especialmente aves, e que em 70% dos casos vendem os ovos excedentários da sua produção. O problema que se coloca relativamente a estes produtores é que nenhum deles o faz de uma forma legal e correta, pois para isso deveriam estar inscritos na Direção Geral de Alimentação e Veterinária como produtores de ovos em pequena escala, de acordo com a Portaria 699/2008 de 29 de julho. No entanto, essa venda de ovos, por pequena que seja, origina sempre a entrada de algum dinheiro no agregado familiar.

Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?

Tabela n.º 10: Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“São a totalidade da área, cerca de 500 metros quadrados.”
Produtor 2	“Estou no momento a montar a exploração agrícola, os dois hectares vão ser utilizados na integra.”
Produtor 3	“Uso à volta de 200m2.”
Produtor 4	“1,6 hectares, que ocupei maioritariamente com plantação de mirtilos. Concomitantemente tenho uma área de cultivo reservada a produtos hortícolas sazonais, nomeadamente tomate, melão, melancia, abóbora, curgetes.”
Produtor 5	“Cultivo à volta de 100m2.”
Produtor 6	“Cultivo à volta de 100m2.”
Produtor 7	“Cultivo à volta de 150m2.”
Produtor 8	“Não sei ao certo mas não é grande.”
Produtor 9	“Temos os mil metros quase todos cultivados, tirando o terreno da casa do pomar e dos galinheiros.”
Produtor 10	“Deixe-me ver, acho que 300m2 mais coisa menos coisa.”

Quando questionada a população de produtores acerca da dimensão da exploração que está destinada à produção de produtos hortícolas e animais, constata-se que nem todos dedicam a totalidade dos terrenos para essa atividade, o que diminui ainda mais a dimensão das explorações.



Questão 10P: A quem vende os seus produtos?

Tabela n.º 11: Questão 10P: A quem vende os seus produtos?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Por norma vendo aos vizinhos, os restaurantes agora têm dificuldade em comprar este tipo de produtos.”
Produtor 2	“De momento ainda não estou a vender, vou produzir produtos hortícolas frescos nomeadamente alface, tomate, curgete, cebolas e outros legumes.”
Produtor 3	“Vendo muito pouco. A maior parte das vezes a vizinhos e a amigos. Aqui há o hábito de entre vizinhos e amigos fazermos trocas do que produzimos.”
Produtor 4	“Ainda não vendo os mirtilos já que estão ainda em fase de crescimento. Dentro de 1 ano tenciono vender a produção a uma Cooperativa de Produtores que por sua vez os irá colocar no mercado, preferencialmente em grandes superfícies e no mercado de exportação para o Norte da Europa. Tenciono reservar uma parte da produção de mirtilos para venda direta ao consumidor. Os produtos hortícolas sazonais que produzo têm também como destino uma Cooperativa de Produtores que os coloca em supermercados e hipermercados. Parte da produção destes produtos hortícolas têm como destino a venda direta nas instalações da exploração.”
Produtor 5	“Vendo mesmo muito pouco muito pouco. Na altura das maçãs ainda vou vendendo, mas depois só tomate de coração de boi. Os meus tomates são famosos. Vendo aos vizinhos e a quem passa aqui à porta.”
Produtor 6	“O que vendo mais é maçãs. Vendo a clientes certos que também me levam umas verduras e uns ovos. São os mesmos de há muitos anos. Volta e meia aparecem uns novos trazidos pelos antigos. A minha maçã Esmolfe é muito boa. E não vendo caro.”
Produtor 7	“Cultivo pouco. É só para mim e para a minha Maria. Vou vendendo uns ovos e uma fruta que essa há muita mesmo. Abruinhos, este ano houve poucos, mas quando o ano é bom farto-me de dar e vender. Vendo e dou aos vizinhos, e ponho uma banquinha à porta de casa. Os clientes que passam tocam e eu venho vender. Também vendo maçãs à porta da loja, pera rocha e amoras que as há muitas no tempo delas. Os filhos quando vêm também levam alguma coisa. Mata-lhes as saudades de casa, coitados.”
Produtor 8	“Vendo pouco. Já não temos saúde para plantar grande coisa. Vendo a uma amiga que tem banca na praça da cidade quando ela precisa e eu tenho.”
Produtor 9	“Vendo a duas senhoras amigas que vendem no mercado da cidade e que me compram quase tudo o que cultivamos.”
Produtor 10	“Vamos vendendo cada vez mais. Estamos muito perto da cidade, e há alguma gente da aldeia a viver na cidade que nos vem comprar principalmente legumes e fruta.”



A elaboração desta questão era fundamental para este estudo. Contudo, revelou-se uma questão delicada a nível de respostas, pois a venda de produtos de origem animal e vegetal apresenta graves falhas a nível legislativo, o que impede que as respostas dos produtores sejam 100% fidedignas: os produtores receiam expor-se pois não se encontram em situação legalmente regular.

No entanto, constata-se que o volume de vendas é muito reduzido, e que existem algumas particularidades que se elencam pela sua importância local:

- “Aqui há o hábito de entre vizinhos e amigos fazermos trocas do que produzimos.”;
- “Vendo aos vizinhos e a quem passa aqui à porta.”;
- “Vendo a clientes certos que também me levam umas verduras e uns ovos. São os mesmos de há muitos anos. Volta e meia aparecem uns novos trazidos pelos antigos,”;
- “Vendo a uma amiga que tem banca na praça da cidade quando ela precisa e eu tenho.”;
- “Vendo a duas senhoras amigas que vendem no mercado da cidade e que me compram quase tudo o que cultivamos.”;
- “Vamos vendendo cada vez mais, Estamos muito perto da cidade, e há alguma gente da aldeia a viver na cidade que nos vem comprar principalmente legumes e fruta.”

Esta última declaração é interessante, pois denota o crescente interesse dos habitantes da cidade nos produtos rurais.



Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês e, média com a venda deste tipo de produtos?

Tabela n.º 12: Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês e, média com a venda deste tipo de produtos?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Não tenho um valor fixo, mas ronda em média por mês os 100 euros.”
Produtor 2	“Ainda não estou a ter retorno, mas penso e espero que consiga ter um ordenado compatível com o trabalho que vai ser desenvolvido na exploração.”
Produtor 3	“Nunca fiz grandes contas mas não dá quase nada. Não passa dos 50 Euros garantido.”
Produtor 4	“Obtenho presentemente cerca de 500 Euros mensais com os produtos hortícolas e espero vir a obter dentro de um ano cerca de 4 mil Euros mensais com a venda dos mirtilos.”
Produtor 5	“Devo fazer 100 Euros.”
Produtor 6	“Devo fazer 100 Euros.”
Produtor 7	“Devo fazer 50 Euros. Contando a época da fruta, claro.”
Produtor 8	“Vendo tão pouco que nem sei. Alguns 50 Euros mais coisa menos coisa.”
Produtor 9	“Penso que devemos fazer 300 Euros por mês, o que nos ajuda muito. As nossas reformas são muito pequenas e o Governo ainda nos quer tirar o pouco que temos.”
Produtor 10	“Não sei ao certo mas deve andar nos 100 Euros. Já dá alguma ajuda. E não precisamos de comprar quase nada fora, só carne e produtos para casa.”

Esta questão é demonstrativa da possibilidade real de aumento do rendimento das famílias rurais que produzem produtos de origem animal e vegetal: apesar dos valores se situarem entre os 50 e os 300 euros, estas quantias são significativas para famílias de baixos recursos, pois correspondem a um acréscimo efetivo dos seus rendimentos.



Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?

Tabela n.º 13: Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Costumo levar a casa das pessoas que me encomendam as coisas.”
Produtor 2	“Vai ser feita distribuição direta no consumidor.”
Produtor 3	“Uns vêm buscar aqui à quinta, a outros leva a minha mulher ou eu a casa.”
Produtor 4	“Através das Cooperativas de Produtores e por venda direta ao consumidor.”
Produtor 5	“Vêm comprar aqui à porta as maçãs. O tomate vendo à porta e aos vizinhos. Ah, também vou vendendo quando os há uns grelos de nabo e couve da portuguesa também à porta. E os ovos. Mas aqui passa pouca gente Menina.”
Produtor 6	“Os clientes vêm comprar cá a casa. Nem que quisesse não podia levar as maçãs. Não tenho transporte. Só bicicleta.”
Produtor 7	“Só vendo à porta aos clientes e aos vizinhos que querem. Aos vizinhos vendo pouco.”
Produtor 8	“A vizinha vem cá buscar o que precisa.”
Produtor 9	“As duas senhoras que nos compram vêm buscar os produtos de carrinha.”
Produtor 10	“Os clientes vêm cá buscar. Os mais antigos às vezes telefonam e o meu marido que também está desempregado leva a casa deles.”

Esta questão colocada aos produtores permite perceber a dinâmica das vendas diretas. Da amostra ressaltam distintas formas de entrega dos produtos:

- “Costumo levar a casa das pessoas que me encomendam as coisas.”;
- “Vêm buscar aqui à quinta”;
- “Através das Cooperativas de Produtores e por venda direta ao consumidor.”;
- “Vendo à porta”;
- “As duas senhoras que nos compram vêm buscar os produtos de carrinha.”.

Constata-se que estes agricultores não têm circuitos organizados de entrega dos produtos de que se possam socorrer, e que alguns deles não possuem sequer meios de transporte para fazer a distribuição. Os vizinhos, na generalidade, não são grandes clientes, pois pode inferir-se que vivendo em meio rural eles próprios também devem ter alguma produção própria.



Através destas respostas pode concluir-se que seria vantajoso para estes produtores estarem integrados num sistema de distribuição, o que lhes permitiria escoar mais eficazmente os seus produtos.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Avaliar a abertura e a disponibilidade por parte das famílias de agricultores, para a troca de produtos hortícolas/produtos de origem animal por serviços que os seus clientes possam fornecer, nomeadamente por horas de trabalho nas suas hortas/explorações agrícolas.

Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?

Tabela n.º 14: Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?

PRODUTORES	RESPOSTAS POSITIVAS
Produtor 1	“ Sim claro, hoje em dia é muito difícil encontrar quem trabalhe na agricultura, mesmo pagando.”
Produtor 3	“Olhe, fazia-me jeito. A maior parte das vezes não damos vazão ao que plantamos, e a mais um par de braços nunca se diz que não.”
Produtor 4	“Sim, vejo. Conheço esse tipo de acordo, pois conheço em França explorações similares à minha que o praticam com resultados muito favoráveis, quer para quem produz quer para quem cede a sua força de trabalho em troca de produtos.”
Produtor 5	“Era bom. Temos para dar e vender, graças a Deus. E sempre me tirava algum trabalho.”
Produtor 6	“Não sei se me fazia jeito, mas sempre dava para conversar. Eu gosto muito de reinar, sabe.”
Produtor 7	“Não sei. Nem sabia que se podia. Mas se pode acho bem. Dava uma ajuda.”
Produtor 8	“Gosto pouco de meter estranhos cá em casa, mas se fosse para trabalhar...”
Produtor 9	“Até vejo. Nunca pensamos nisso, mas se vierem mesmo trabalhar aqui connosco era bom. O que temos chega bem pra isso, e uma ajuda é sempre bem vinda.”
Produtor 10	“Se calhar nem me importava. Até dava jeito.”



Tabela n.º 15: Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?

PRODUTORES	RESPOSTAS NEGATIVAS
Produtor 2	“Não, não me parece boa ideia, a menos que sejam pessoas muito interessadas, pois se não acresce valor à exploração.”

As respostas à **questão 15P** são muito interessantes. A generalidade dos produtores reage favoravelmente a este desafio: apenas um dos inquiridos reage negativamente à presença de estranhos. Na generalidade, nove dos dez produtores acham esta troca benéfica, verificando-se até o relato de um produtor que conhece outra experiência e a explana da seguinte forma: “Conheço esse tipo de acordo, pois conheço em França explorações similares à minha que o praticam com resultados muito favoráveis, quer para quem produz quer para quem cede a sua força de trabalho em troca de produtos.” Outro produtor tem receio de lidar com estranhos: “Gosto pouco de meter estranhos cá em casa, mas se fosse para trabalhar...”.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Avaliar o nível de recetividade dos clientes urbanos em possuírem para consumo produtos da horta, versus produtos de escala adquiríveis no comércio convencional.

Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?

Tabela n.º 16: Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?

CLIENTES	DIÁRIA
Cliente 6	rotina diária
Cliente 10	rotina diária
Cliente 12	rotina diária
Cliente 16	rotina diária

**Tabela n.º 17: Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?**

CLIENTES	SEMANAL
Cliente 1	1 ou 2 vezes por semana
Cliente 2	1 ou 2 vezes por semana
Cliente 3	1 vez semana
Cliente 4	1 ou 2 vezes por semana
Cliente 5	1 vez semana
Cliente 7	1 vez semana
Cliente 8	2 vezes por semana
Cliente 9	1 ou 2 vezes por semana
Cliente 11	2 ou 3 vezes por semana
Cliente 13	1 vez semana
Cliente 14	1 vez semana
Cliente 15	1 vez semana
Cliente 17	2 vezes por semana
Cliente 18	2 vezes por semana
Cliente 19	2 ou 3 vezes por semana
Cliente 20	2 ou 3 vezes por semana

Da análise às respostas obtidas para esta questão pode inferir-se que os clientes urbanos fazem compras com grande regularidade: num total de vinte indivíduos, quatro deles, ou seja 20%, fazem compras em rotina diária. Os restantes 80%, fazem compras todas as semanas, observando-se variações que vão desde uma vez por semana até às três vezes por semana.



Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?

Tabela n.º 18: Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?

CLIENTES	HIPERMERCADO OU SUPERMERCADO
Cliente 1	“No hipermercado ou supermercado.”
Cliente 2	“No hipermercado.”
Cliente 3	“Hipermercados por sistema, há mais variedade, concentração de produtos e perco menos tempo nas compras.”
Cliente 4	“Supermercados ou hipermercados.”
Cliente 5	“Supermercados e hipermercados.”
Cliente 6	“Sem dúvida o supermercado e hipermercados.”
Cliente 7	“Supermercado.”
Cliente 8	“No supermercado.”
Cliente 9	“Costumo ir ao hipermercado e supermercado.”
Cliente 10	“São diversos os locais, supermercados, mercearias e hipermercados.”
Cliente 11	“Por regra no hipermercado porque está perto da nossa casa.”
Cliente 12	“No hipermercado e na mercearia do bairro.”
Cliente 13	“Grandes superfícies, lamentavelmente, mas com o nosso tempo reduzido é difícil ir a mercados locais.”
Cliente 14	“No hipermercado.”
Cliente 15	“No hipermercado.”
Cliente 16	“Sempre no hipermercado.”
Cliente 17	“Depende um pouco do que é necessário, mas vamos ao supermercado ou ao hipermercado.”
Cliente 18	“Vamos às compras ao supermercado e raramente a uma mercearia a caminho de casa.”
Cliente 19	“Vou mais vezes à mercearia perto da minha casa, mas aos fins de semana quando vem um dos meus filhos, vou com ele ao supermercado.”
Cliente 20	“Cada vez mais com maior frequência, infelizmente, utilizo os hipermercados e supermercados porque o tempo é escasso e estas superfícies estão abertas até mais tarde. Mas tento comprar somente o Indispensável, e cada vez menos frutas e legumes, carne e peixe.”



Tabela n.º 19: Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?

CLIENTES	MERCEARIA
Cliente 10	“São diversos os locais, supermercados, mercearias e hipermercados.
Cliente 12	“No hipermercado e na mercearia do bairro.”
Cliente 18	“Vamos às compras ao supermercado e raramente a uma mercearia a caminho de casa.”
Cliente 19	“Vou mais vezes à mercearia perto da minha casa, mas aos fins de semana quando vem um dos meus filhos, vou com ele ao supermercado.”
Cliente 20	Abasteço-me preferencialmente em mercearias tradicionais, talhos, peixarias e em mercados municipais. e quando posso em mercados de venda direta de produtores. Mais raramente, Quando tenho disponibilidade, faço compras na aldeia onde habita ainda a minha família, a agricultores locais, essencialmente de frutas e legumes. É tranquilizador sabermos o que estamos a comer, não acha?”

As respostas a esta questão são conclusivas e preocupantes, pois 100% dos indivíduos acaba por fazer as suas compras nos supermercados e hipermercados.

Apenas quatro dos entrevistados admitem recorrer pontualmente a outros pontos de venda, nomeadamente mercearias de bairro: “No hipermercado e na mercearia do bairro.”, ou “Vou mais vezes à mercearia perto da minha casa.”. O ultimo entrevistado dá uma resposta mais interessante: “Abasteço-me preferencialmente em mercearias tradicionais, talhos, peixarias e em mercados municipais. e quando posso em mercados de venda direta de produtores. Mais raramente, quando tenho disponibilidade, faço compras na aldeia onde habita ainda a minha família, a agricultores locais, essencialmente de frutas e legumes. É tranquilizador sabermos o que estamos a comer, não acha?”

Um dos fatores determinantes para a escolha das grandes linhas de comércio é sem dúvida a acessibilidade a nível de horários, como refere este entrevistado: “Cada vez mais com maior frequência, infelizmente, utilizo os hipermercados e supermercados porque o tempo é escasso e estas superfícies estão abertas até mais tarde”. Ou ainda: “...com o nosso tempo reduzido é difícil ir a mercados locais.”. Na realidade, os mercados locais têm um período de funcionamento muito restrito, o que lhes retira um fator de atratividade importante para os consumidores urbanos de hoje que privilegiam de sobremaneira o fator tempo.



A variedade e a concentração de produtos são também fatores referidos: “Hipermercados por sistema, há mais variedade, concentração de produtos e perco menos tempo nas compras.”

Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?

Tabela n.º 20: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?

CLIENTES	PREÇO/QUALIDADE/FRESCURA
Cliente 1	“O preço em primeiro lugar, a seguir a qualidade .”
Cliente 2	“Não é só o preço: conta a qualidade a as preferências individuais do agregado familiar.”
Cliente 3	“Tento sempre comprar produtos nacionais, como nem sempre é possível o melhor preço é uma opção, mas a qualidade também é importante. “
Cliente 4	“ Relação qualidade preço. Promoções também são uma preferência.”
Cliente 5	Dou também muita importância à qualidade dos produtos e à apresentação dos mesmos.”
Cliente 6	“O preço é muito importante mas a qualidade e a frescura também são.”
Cliente 7	“O preço é importante, mas a qualidade predomina, se bem que agora desempregada, tenho que ter muito cuidado quando vou às compras.”
Cliente 10	“Não dou só importância ao preço , outros fatores importantes são as boas oportunidades e as promoções .”
Cliente 11	Além do preço , dou também preferência à qualidade e á frescura .”
Cliente 12	“Não é só o preço , conta a qualidade , sem dúvida.”
Cliente 13	“Fator determinante: relação qualidade/preço .”
Cliente 15	“Para além do preço também considero a qualidade um fator importante.”
Cliente 17	“Para mim o preço é muito importante, mas a qualidade , a marca e a frescura também são fatores muito importantes que tenho em consideração.”
Cliente 20	“O preço , inegavelmente, é um factor que levo em consideração. Mas tento sempre conciliar o preço com a qualidade dos produtos. Dou preferência a marcas de confiança . A qualidade intrínseca do produto é para mim fundamental. E como os olhos também comem a apresentação também conta. Muitas e muitas vezes prefiro comprar mais caro mas conseguir obter produtos de qualidade manifestamente superior. E muitas vezes até não são mais caros.”



Tabela n.º 21: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?

CLIENTES	PREÇO
Cliente 9	“O preço é sempre preferencial.”
Cliente 14	“De longe o preço é o que mais me importa, com as dificuldades que atravessamos não nos podemos descuidar com a poupança.”
Cliente 16	“Sim, para mim o preço é determinante nas minhas escolhas.”
Cliente 18	Para nós o preço é sempre o mais importante.”
Cliente 19	“Sim, o preço é o que mais me importa.”

Tabela n.º 22: Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?

CLIENTES	QUALIDADE
Cliente 8	“Não dou, prefiro dar preferência à qualidade .”

Esta questão foi colocada com o propósito de avaliar quais os fatores que estavam na base dos critérios de compra dos nossos clientes urbanos. Constatou-se que os critérios são vários, sendo o preço o determinante. Dos vinte inquiridos, catorze colocam-no no topo das escolhas como se demonstra: “O **preço** é sempre preferencial.”; “Sim, para mim o **preço** é determinante nas minhas escolhas.”, ou ainda: “**O preço**, inegavelmente, é um factor que levo em consideração.”.

No entanto, outros fatores são tidos em consideração pelos consumidores, que os consideram igualmente importantes: “O preço em primeiro lugar, a seguir a **qualidade**.”; “Além do **preço**, dou também preferência à **qualidade** e á **frescura**.”; “**Relação qualidade preço. Promoções** também são uma preferência”, ou ainda “Para mim o **preço** é muito importante, mas a **qualidade**, a **marca** e a **frescura** também são fatores muito importantes que tenho em consideração.”

Apenas um dos inquiridos faz alusão às marcas de confiança: “Dou preferência a **marcas de confiança**.”

Assim nas tabelas n.º 20, 21 e 22 aparecem a **negrito** as principais características às quais os clientes urbanos deste estudo dão atenção na hora de comprar.



Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?

Tabela n.º 23: Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?

CLIENTES	RESPOSTAS
Cliente 1	“Não, porque não tenho esse hábito.”
Cliente 2	“Gostava mas não, porque não há tempo, os horários de trabalho são complicados, e os horários do hipermercado adequam-se melhor.”
Cliente 3	“Por norma não, a oferta é pequena, aqui em Viseu só há a praça no centro da cidade e tem um horário que não me permite lá ir por causa do emprego.”
Cliente 4	“Não. Raramente. Na cidade o mercado do centro só funciona de manhã e como estou a trabalhar, só posso ir nas férias.”
Cliente 5	“Não por falta de disponibilidade de tempo e falta de oferta na nossa cidade em horários compatíveis.”
Cliente 6	“Não, mas gostaria se tivesse um perto de casa.”
Cliente 7	“Não, por falta de tempo, gostava muito porque adoro ir ao mercado.”
Cliente 8	“Por norma não, o que conheço fica no centro da cidade e só funciona de manhã, por isso é impossível lá ir por causa do trabalho.”
Cliente 9	“Não, mas gostaria de frequentar, não temos muita oferta na cidade.”
Cliente 10	“Não. Não tenho muito tempo disponível e para além disso Viseu só tem um mercado rural no centro da cidade que funciona só de manhã e a essas horas estou a trabalhar.”
Cliente 11	“Lá em casa vamos 2 ou 3 vezes, como estou desempregado tenho disponibilidade.”
Cliente 12	“Sim, 2 vezes por semana.”
Cliente 13	“Não, gostaria mas não tenho tempo.”
Cliente 14	“Não frequento, porque não tenho muito tempo.”
Cliente 15	“Não, mas gostaria se tivesse tempo.”
Cliente 16	“Não.”
Cliente 17	“Não, não tenho esse hábito.”
Cliente 18	“Sim, quando posso vou ao sábado de manhã ao mercado do centro da cidade., Por norma uma vez por mês.”
Cliente 19	“Como moramos perto da praça, vou duas vezes por semana, geralmente à terça feira e ao sábado.”
Cliente 20	“Sim. Tenho por hábito todas as semanas ir ao sábado ao mercado municipal.”

A cidade de Viseu tem um mercado semanal no centro da cidade (Figura n.º 9) no qual os produtores rurais podem vender os seus produtos, preferencialmente no período da manhã, e habitualmente todos os dias com exceção do domingo.

Pela análise das respostas constata-se que são poucos os que visitam este mercado: apenas cinco dos vinte inquiridos referem aí adquirir produtos.

Várias são as justificações para a reduzida adesão da amostra a este tipo de local de compras:

- Falta de tempo: “Gostava mas não, porque não há tempo, os horários de trabalho são complicados, e os horários do hipermercado adequam-se melhor.”;
- Falta de horários compatíveis: “Não por falta de disponibilidade de tempo e falta de oferta na nossa cidade em horários compatíveis.”;
- Falta de oferta: “a oferta é pequena, aqui em Viseu só há a praça no centro da cidade e tem um horário que não me permite lá ir por causa do emprego.”

No entanto, os inquiridos manifestam receptividade para mais deslocações a este tipo de locais, desde que os horários dos mesmos sejam alargados, tal como refere este entrevistado: “Não tenho muito tempo disponível e para além disso Viseu só tem um mercado rural no centro da cidade que funciona só de manhã e a essas horas estou a trabalhar.”

Figura n.º 8: Localização do Mercado Municipal de Viseu



Fonte: <http://wikimapia.org/10607665/pt/Mercado-Municipal>
Coordenadas: 40°39'29"N 7°54'56"W em 01/10/2013



Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação, expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?

Tabela n.º 24: Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação, expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?

CLIENTES	RESPOSTAS
Cliente 1	“Cerca de 30 a 40% do nosso rendimento.”
Cliente 2	“Cerca de 40% de total do agregado familiar em alimentação.”
Cliente 3	“Gastamos muito do nosso rendimento em alimentação, perto de 40%.”
Cliente 4	“Nunca fiz bem as contas, mas pensando bem são sempre cerca de 20%.”
Cliente 5	“Cerca de 30 a 35%.”
Cliente 6	“Por volta dos 30%.”
Cliente 7	“Agora comigo desempregada pode chegar aos 35 ou 40%.”
Cliente 8	“Cerca de 25 a 30%.”
Cliente 9	“Gastamos entre 15 a 25%.”
Cliente 10	“Cerca de 35%.”
Cliente 11	“Gastamos entre 15 a 20% do nosso rendimento mensal.”
Cliente 12	“Por volta de 25%.”
Cliente 13	“Nunca fiz essas contas.”
Cliente 14	“Nunca fiz essas contas de uma forma exata, mas deve ser cerca de 30%.”
Cliente 15	“Não sendo um valor muito exato, mas ronda os 25%.”
Cliente 16	“Como vivo sozinha e tenho ajuda dos meus pais, o meu gasto com alimentação é mínimo, por volta dos 5%.”
Cliente 17	“Agora que estou desempregado é apenas o vencimento da minha esposa que conta, os gastos com alimentação andam na ordem dos 40%.”
Cliente 18	“Não sei ao certo, mas deve ser perto de 35% do dinheiro que entra em casa.”
Cliente 19	“Gastamos mais ou menos 35% do que ganhamos com as reformas.”
Cliente 20	“Nunca fiz bem as contas mas diria que ronda os 20 a 25%.”

Esta questão focada nos gastos mensais com alimentação do agregado familiar relativamente ao orçamento familiar, revela valores discrepantes que estão diretamente relacionados com:

- Numero de pessoas por agregado familiar: “Como vivo sozinha e tenho ajuda dos meus pais, o meu gasto com alimentação é mínimo, por volta dos 5%.”;
- Situações de desemprego no agregado: “Agora que estou desempregado é apenas o vencimento da minha esposa que conta, os gastos com alimentação andam na ordem dos 40%.”, ou “Agora comigo desempregada pode chegar aos 35 ou 40%.”



Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?

Tabela n.º 25: Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?

CLIENTES	RESPOSTAS
Cliente 1	“Sim, em primeiro lugar o preço e a frescura”
Cliente 2	“Sim, muito disposta, vejo muitas vantagens, sobretudo por uma questão de justiça social, pois o dinheiro deve ficar com quem produz e não com quem se limita a distribuir, acho péssimo a margem de lucro dos distribuidores sendo até obsceno!”
Cliente 3	“Sim. Era uma maneira de ter sempre produtos frescos da horta, o preço também poderia ser melhor em alguns produtos.”
Cliente 4	“Sim. Desenvolve a economia local e a proximidade entre quem compra e quem produz. São frescos, “on time”, biológicos, e se fora de época então é o melhor.”
Cliente 5	“Sim. As vantagens passam pela qualidade e preço dos produtos e pela possibilidade de dinamizar a produção agrícola local.”
Cliente 6	“Sim, claro, vejo vantagens, nomeadamente, preço mais acessível, os produtos são mais frescos, e a qualidade é melhor.”
Cliente 7	“Claro que sim, se tivesse essa oportunidade, vejo muitas vantagens, especialmente a frescura dos produtos, qualidade, ausência de produtos químicos, saber a origem, e também como forma de ajudar os pequenos produtores.”
Cliente 8	“Sim estaria, vejo vantagens pois é possível comprar os produtos mais frescos, mais ecológicos.”
Cliente 9	“Sim, claro, vejo vantagens, saber a origem e a qualidade pode ser mais apreciada.”
Cliente 10	“Claro, sem duvida, por uma questão cultural, e pela relação que se estabelece entre as pessoas.”
Cliente 11	“Sim, os produtos em si refletem um melhor sabor e podemos ter melhores preços em alguns produtos.”
Cliente 12	“Sim, vejo muitas vantagens, especialmente a possibilidade de não existirem intermediários.”
Cliente 13	“Sim, em principio tem mais qualidade.”
Cliente 14	“Como não vejo vantagens, não tenho opinião.”
Cliente 15	“Sim, os produtos podem chegar mais frescos e são de melhor qualidade.”
Cliente 16	“Sim, é uma hipótese, nunca pensei nisso.”
Cliente 17	“Sim, parece-me boa ideia.”
Cliente 18	“Sim, isso era muito bom.”
Cliente 19	“Sim, já faço isso quando compro na praça, os produtos são mais frescos e mais saborosos.”
Cliente 20	“Sim. Aliás já o faço. Mercado municipal todos os sábados, ou quase todos os sábados. Mercados de venda direta e agricultores da minha aldeia sempre que posso. É importantíssimo, quanto a mim, apoiarmos o pequeno agricultor, a pequena produção, e dar-lhes condições de sobreviverem num mercado dominado pelos intermediários. Sem eles acaba-se a o mundo rural que eu e eles tanto prezamos. Para além disso para mim é importantíssimo saber , ter confiança no que estou a consumir. Repare, muitas das pessoas a quem compro conheço-as desde garoto. Inspiram-me confiança. Sei o que produzem e como produzem. E a outras conheço-as há anos e aprendi a confiar nelas. Não sou um fanático da agricultura biológica mas quanto menos químicos ingerirmos no que comemos tanto melhor.



Esta questão é determinante no presente estudo pois pode indiciar qual a predisposição dos clientes urbanos para comprar os produtos diretamente aos produtores rurais.

Assim, da análise das respostas pode-se constatar que com exceção de um entrevistado que não tem opinião formada, todos os outros entrevistados estão muito recetivos à compra direta ao produtor, sendo vários os fatores que concorrem para esse facto, nomeadamente:

- Preço e frescura, como se pode verificar neste depoimento: “Sim, em primeiro lugar o preço e a frescura”, ou “era uma maneira de ter sempre produtos frescos da horta, o preço também poderia ser melhor em alguns produtos.” Ou ainda: os produtos podem chegar mais frescos e são de melhor qualidade.”;
- Justiça social: “sobretudo por uma questão de justiça social, pois o dinheiro deve ficar com quem produz e não com quem se limita a distribuir.”;
- Desenvolvimento e dinamização da economia local, tal como se passa a transcrever: “Sim. Desenvolve a economia local”, ou “as vantagens passam pela qualidade e preço dos produtos e pela possibilidade de dinamizar a produção agrícola local.”;
- Estimula a proximidade e confiança entre quem vende e quem compra, como se pode verificar neste depoimento: “Desenvolve... a proximidade entre quem compra e quem produz.”, ou “uma questão cultural, e pela relação que se estabelece entre as pessoas.” Ou ainda: “Para além disso para mim é importantíssimo saber, ter confiança no que estou a consumir. Repare, muitas das pessoas a quem compro conheço-as desde garoto. Inspiram-me confiança. Sei o que produzem e como produzem. E a outras conheço-as há anos e aprendi a confiar nelas. Não sou um fanático da agricultura biológica mas quanto menos químicos ingerirmos no que comemos tanto melhor.”;
- A inexistência de intermediários, anulando assim a diluição de lucros, tal como refere um entrevistado: “Sim, vejo muitas vantagens, especialmente a possibilidade de não existirem intermediários.”;
- O sabor dos produtos é diferente, e há quem valorize este fator, nomeadamente: “já faço isso quando compro na praça, os produtos são mais frescos e mais saborosos.”;
- Sustentabilidade do meio rural como refere um dos entrevistados: “É importantíssimo, quanto a mim, apoiarmos o pequeno agricultor, a pequena produção, e dar-lhes condições de sobreviverem num mercado dominado pelos intermediários. Sem eles acaba-se a o mundo rural que eu e eles tanto prezamos.”



Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?

Tabela n.º 26: Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?

CLIENTES	RESPOSTAS
Cliente 1	“O ideal seria que eles viessem ter a casa, se não poderia ir buscar diretamente a casa do produtor.”
Cliente 2	“Haver um esquema de distribuição direta do produtor ao consumidor final, preferencialmente entrega ao domicilio, ou lojas de proximidade.”
Cliente 3	“Encomenda direta no produtor e ele trazer a casa no final do dia.”
Cliente 4	“De preferencial me serem levados a casa.”
Cliente 5	“Distribuição ao domicilio sob a forma de cabazes de produtos locais.”
Cliente 6	“A melhor forma seria os produtos me serem levados a casa.”
Cliente 7	“A melhor forma será os produtos chegarem a casa por entrega direta.”
Cliente 8	“O que gostaria mesmo é que os produtos me chegassem a casa.”
Cliente 9	“De preferência os produtos chegarem a casa por iniciativa do produtor.”
Cliente 10	“Eu me deslocar ao produtor ou também me ser entregue em casa. Se for eu ao produtor obriga-me a ter disponibilidade de tempo, mas posso estabelecer laços de proximidade com a terra e com quem produz, o que é sempre muito positivo.”
Cliente 11	“Existirem mais mercados de proximidade e mais vezes por semana.”
Cliente 12	“Mercados tradicionais.”
Cliente 13	“Entrega à porta ou loja local.”
Cliente 14	“Como não vejo vantagens, não tenho opinião.”
Cliente 15	“Para mim a melhor forma seria me serem entregues em casa.”
Cliente 16	“A melhor forma é através de lojas ou entrega à porta.”
Cliente 17	“O melhor seria levarem a casa ou estarem disponíveis em algumas lojas ou mercearias.”
Cliente 18	“Talvez esses produtos pudessem ser vendidos em algumas lojas, mas não sei, nunca pensei nisso.”
Cliente 19	“Porque a idade já não ajuda muito, era bom que me levassem a casa a hortaliça.”
Cliente 20	“Sou um adepto incondicional dos mercados de venda direta. E também da compra direta aos agricultores. Gosto de ver o que compro, de meter a mão na massa... E adoro a vertente social da transação. Gosto tanto de saber o que compro quanto da proximidade, das conversas e dos afetos que se geram com as pessoas a quem compro.”



Da análise desta questão constata-se que, preferencialmente, os clientes querem os produtos em casa. Transcreve-se, para elucidar esta opinião, alguns dos seguintes depoimentos:

- “O ideal seria que eles viessem ter a casa.”;
- “Haver um esquema de distribuição direta do produtor ao consumidor final, preferencialmente entrega ao domicílio, ou lojas de proximidade.”;
- “Encomenda direta no produtor e ele trazer a casa no final do dia.”;
- “O que gostaria mesmo é que os produtos me chegassem a casa.”;
- “De preferência os produtos cheguem a casa por iniciativa do produtor.”;
- Para mim a melhor forma seria me serem entregues em casa.”

Por outro lado há clientes que referem também a possibilidade de comprarem em lojas de proximidade ou em mercearias.

O fator idade condiciona a saída de casa, e pode ser um fator interessante a explorar para a entrega direta ao domicílio, tal como refere um entrevistado: “Porque a idade já não ajuda muito, era bom que me levassem a casa a hortaliça.”

O Cliente 10 tem uma visão muito interessante sobre a situação, pois apesar de lhe ser mais vantajoso por uma questão de tempo os produtos lhe cheguem a casa, por outro lado pode conseguir ganhos não mensuráveis mas não menos importantes, como o próprio refere: “Eu me deslocar ao produtor ou também me ser entregue em casa. Se for eu ao produtor obrigo-me a ter disponibilidade de tempo, mas posso estabelecer laços de proximidade com a terra e com quem produz, o que é sempre muito positivo.” Por outro lado, o cliente também refere: “E adoro a vertente social da transação. Gosto tanto de saber o que compro quanto da proximidade, das conversas e dos afetos que se geram com as pessoas a quem compro.” Este é sem dúvida um ponto a explorar....

Pelo exposto, também se pode inferir que o modelo de cliente urbano de hoje é alguém com pouco tempo e que tira vantagens dos produtos lhes chegarem à mão de uma forma facilitada.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Avaliar o nível de recetividade dos clientes urbanos em termos de troca de horas de trabalho por produtos hortícolas/produtos de origem animal.



Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?

Tabela n.º 27: Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?

CLIENTES	RESPOSTAS AFIRMATIVAS
Cliente 1	“No meu caso tenho acesso a produtos rurais através da minha mãe, e ajudo-a esporadicamente nos trabalhos rurais. Mas se não tivesse estaria disponível para trocar horas do meu tempo por produtos da horta.”
Cliente 2	“Sim, de momento é difícil porque tenho três filhas pequenas e tenho muito pouco tempo, mas se tivesse mais tempo acho uma ideia boa e estava disposta a trocar o meu tempo por produtos.”
Cliente 3	“Sim. Essa ideia parece-me interessante, mas de momento não disponho de tempo para trocar.”
Cliente 5	“Sim, mas de momento o trabalho ocupa-me muito o que me limitaria a poder dar horas em troca de produtos.”
Cliente 6	“Sim, por acaso não me importava.”
Cliente 7	“Não me importava nada de trocar o meu tempo por produtos da horta.”
Cliente 8	“Gostava muito, não sei fazer nada na agricultura, mas gostava.”
Cliente 9	“Sim, mas tenho muita falta de tempo.”
Cliente 11	“Gostava muito, mas é possível fazer isso?”
Cliente 12	“Sim, gostava, não tenho muito tempo, mas a ideia é interessante.”
Cliente 13	“Sim.”
Cliente 15	“Sim, apesar de não ter muito tempo disponível.”
Cliente 17	“Sim, agora tenho tempo livre, mas não faço ideia de como ter acesso a esse tipo de trabalho.”
Cliente 18	“Sim, tenho, apesar de não ter muito tempo, tenho as minhas horas todas ocupadas em casas, sou empregada de limpezas, mas às vezes, no final do dia, fim de semana e férias, podia ajudar nos trabalhos da lavoura e sempre podia receber alguns legumes. Era uma boa maneira de poupar algum dinheiro.”
Cliente 19	“Sim, gostaria, mas já não tenho saúde para isso.”
Cliente 20	“Curioso, nunca tinha pensado nisso. Mas parece-me uma ideia excelente. Brilhante até. Faz todo o sentido. Daria com toda a certeza uma dimensão totalmente diferente ao conceito de “meter a mão na massa” (risos). Acho, tenho a certeza, que conseguiria encontrar tempo para isso. Além do mais seria divertido. Sabe, bem lá no fundo eu sou um agricultor falhado (risos). “



Tabela n.º 28: Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?

CLIENTES	RESPOSTAS NEGATIVAS
Cliente 4	“Não, não tenho tempo para isso.”
Cliente 10	“Não, porque não tenho tempo, mas gostaria muito.”
Cliente 14	“Também não, sou demasiado cidadão.”
Cliente 16	“Não, não sei fazer nada na agricultura e por agora não vejo isso como uma necessidade.”

A análise destas respostas mostra-nos que a maioria dos inquiridos estaria disposta a dedicar algum do seu tempo a ajudar os produtores rurais para em troca receberem produtos a custos reduzidos ou mesmo custo zero.

Do universo dos vinte entrevistados apenas quatro referem não ter interesse ou vontade de participar. Quanto aos restantes, apesar referirem que o tempo é escasso, é perceptível uma vontade em participar. Este interesse em ser parte ativa expresso pelos consumidores urbanos é uma faceta a ter em consideração na perspectiva de, num futuro próximo, se explorarem soluções inovadoras que possam contribuir para viabilizar a agricultura rural.

Quadro n.º 17: Outras questões de interesse para o estudo

OUTRAS QUESTÕES IMPORTANTES PARA O ESTUDO
Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?



Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?

Tabela n.º 29: Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?

CLIENTES	RESPOSTAS AFIRMATIVAS
Cliente 2	“Sim.”
Cliente 3	“Penso serem a maior proximidade entre quem produz e quem compra.”
Cliente 4	“Sim.”
Cliente 5	“Sim.”
Cliente 6	“Sim.”
Cliente 7	“Sim.”
Cliente 8	“Sim, sei.”
Cliente 9	“Sim.”
Cliente 10	“Sim.”
Cliente 11	“Sim sei.”
Cliente 12	“Acho que sim.”
Cliente 13	“Sim.”
Cliente 20	“Sim.”

Tabela n.º 30: Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?

CLIENTES	RESPOSTAS NEGATIVAS
Cliente 1	“Não.”
Cliente 14	“Não.”
Cliente 16	“Não.”
Cliente 17	“Não.”
Cliente 18	“Não.”
Cliente 19	“Não.”

Quanto ao conhecimento por parte dos clientes urbanos do conceito de circuitos de proximidade em meio rural, verificou-se que dos vinte entrevistados, seis afirmaram perentoriamente o seu desconhecimento. Dois dos entrevistados acharam que tinham uma noção do que significava. Os restantes inquiridos afirmaram que “sabiam o que era”, o que leva a concluir que apenas 60% dos inquiridos conhece o conceito de uma forma clara.



Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?

Tabela n.º 31: Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?

CLIENTES	RESPOSTAS
Cliente 1	“Sim, pode aumentar o rendimento familiar de quem produz e também é útil para quem compra.”
Cliente 2	“Muitas, que vão desde um sistema mais justo para quem produz a uma melhor qualidade dos produtos.”
Cliente 3	“Sim. Assim podemos adquirir produtos mais frescos, quase apanhados na hora. Os produtos são apanhados numa fase de maturação óptima, o que permite uma qualidade excepcional. Permite que os pequenos produtores cresçam.”
Cliente 4	“É claro que vejo vantagens, por exemplo a troca de experiência e produtos, sinergias e inovação. Qualidade, frescura e economia de meios.”
Cliente 5	“Sim. Pois há dinamização da pequena produção, venda direta dos produtos ao consumidor sem intermediários, criação de postos de trabalho, contribuição da melhoria da qualidade de vida de quem produz, diversificação da atividade produtiva e acesso a produtos frescos de qualidade.”
Cliente 6	“Claro que vejo, por exemplo escoar produtos em excesso, ter sempre mais variedade, ajudar os produtores.”
Cliente 7	“Claro que sim, proximidade da produção, frescura dos produtos, não te compram produtos deteriorados e a rapidez de entrega.”
Cliente 8	“Vejo vantagens sim, nomeadamente quem produz pode mais facilmente escoar os seus produtos e eu posso ter os produtos que quero de forma mais saudável.”
Cliente 9	“Vejo muitas vantagens, a proximidade, confiança na produção e comercialização.”
Cliente 10	“Sim, claro, vantagem da relação que se estabelece, a confiança, sustentabilidade do meio rural, ganha-se o gozo de ter produtos frescos e de qualidade.”
Cliente 11	“Sim, sem dúvida. Melhor escoamento dos produtos de origem rural e maior escolha por parte do consumidor, melhor qualidade.”
Cliente 12	“Fomentar pequenos negócios, incrementar satisfação em produtores e consumidores.”
Cliente 13	“Sim, os produtos são sempre naturalmente frescos e como se anulam os intermediários é possível o produtor ganhar mais um pouco, assim como quem está a comprar.”
Cliente 14	“Nunca pensei nisso, talvez seja bom para os agricultores.”
Cliente 15	“Talvez haja vantagens, nunca pensei nisso, mas parece-me que se encurta o tempo entre a produção e o consumo, os produtos, chegam-nos assim mãos frescos e com maior qualidade.”
Cliente 16	“Pela descrição parece-me haver vantagens, nomeadamente a rapidez de entrega dos produtos, chegando ao consumidor mais frescos.”
Cliente 17	“Parece-me que pode ser vantajoso para o produtor e para o consumidor, pois para o produtor tem a quem vender diretamente e pode assim escoar melhor os seus produtos e vendê-los a melhor preço, para o consumidor também pode ser bom porque assim compra mais fresco, de melhor qualidade e o preço também pode ser melhor, deixa de haver intermediários no circuito.”
Cliente 18	“Parece-me que pode ser bem para os agricultores e para quem compra, os agricultores podem vender melhor e por melhor preço e para nós as coisas também podem ser mais em conta, e o sabor dos legumes é melhor.”
Cliente 19	“Parece bom, não sei o que dizer, mas podemos sempre comprar as coisas mais frescas.”
Cliente 20	“Todas as vantagens. Para quem produz e para quem consome. Para todos menos para os intermediários. Apoiam quem produz, permitindo-lhe aumentar os seus rendimentos, e dão garantias de frescura e qualidade a quem consome, para além de terem uma vertente muito positiva na questão do custo dos produtos para o consumidor. Melhor e mais barato.”



A avaliação das respostas que foram dadas à “Questão 15” permite constatar que todos os entrevistados reconhecem vantagens neste tipo de circuito de proximidade, mas também que a sensibilidade dos clientes urbanos é muito diversificada.

Para além da unanimidade no que respeita à qualidade e à frescura dos produtos nestes circuitos, elencam-se em seguida as expressões mais relevantes desta resposta:

- “Pode aumentar o rendimento familiar de quem produz”;
- “Um sistema mais justo para quem produz a uma melhor qualidade dos produtos”;
- “Os produtos são apanhados numa fase de maturação ótima, o que permite uma qualidade excepcional”;
- “Permite que os pequenos produtores cresçam”;
- “Troca de experiência e produtos, sinergias e inovação. Qualidade, frescura e economia de meios”;
- “Dinamização da pequena produção, venda direta dos produtos ao consumidor sem intermediários, criação de postos de trabalho, contribuição da melhoria da qualidade de vida de quem produz, diversificação da atividade produtiva e acesso a produtos frescos de qualidade”;
- “Escoar produtos em excesso”;
- “A proximidade, confiança na produção e comercialização”;
- “Relação que se estabelece, a confiança, sustentabilidade do meio rural”;
- “Fomentar pequenos negócios, incrementar satisfação em produtores e consumidores”;
- “Como se anulam os intermediários é possível o produtor ganhar mais um pouco, assim como quem está a comprar”;
- “Encurta o tempo entre a produção e o consumo”;
- “Deixa de haver intermediários no circuito”;
- “Garantias de frescura e qualidade a quem consome, para além de terem uma vertente muito positiva na questão do custo dos produtos para o consumidor. Melhor e mais barato”.

Constata-se assim que para além das características de qualidade, frescura e preço, obtidas através do encurtamento da cadeia de vendas, os clientes urbanos também estão sensíveis à justiça social do lado de quem produz. O crescimento da pequena produção e as suas



vantagens, os aspetos de confiança e sustentabilidade do meio rural, e o fomento de pequenos negócios, são outros dos aspetos referidos pelos clientes.

Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?

Tabela n.º 32: Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Sim, por acaso sei porque trabalho no Ministério da Agricultura.”
Produtor 2	“Sim, conheço, fiz um estudo, percebi também que a legislação é omissa para quem produz pequenas quantidades de produtos de origem vegetal.”
Produtor 3	“Não, não sei. Não conheço.”
Produtor 4	“Sim.”
Produtor 5	“Já ouvi falar, mas não sei qual é.”
Produtor 6	“Não.”
Produtor 7	“Não.”
Produtor 8	“Não, não sabia.”
Produtor 9	“Já ouvi falar mas não sei qual é.”
Produtor 10	“Não.”

Esta questão, embora saia um pouco do âmbito dos objetivos deste trabalho, foi importante ter sido colocada aos produtores rurais, pois demonstra que a maioria, 70%, desconhece que existe legislação específica na qual podem ser enquadrados, e desse modo poderem comercializar os seus produtos de uma forma legal e correta, sem terem qualquer receio de os exporem e comercializarem, já que daí não advirá qualquer tipo de penalização.

As sanções económicas por falta de licenciamento são um forte inibidor dos pequenos produtores que desconhecem as formas legais ao seu dispor para legalizarem as suas explorações. Esta inibição conduz a uma retração na produção e na comercialização dos produtos e, conseqüentemente, prejudicam o crescimento das zonas rurais.



Questão14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?

Tabela n.º 33: Questão14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua microatividade?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“Sim, pelo mesmo motivo.”
Produtor 2	“Sim, para o licenciamento e outros assuntos desta natureza devo dirigir-me à Direção Regional de Agricultura.”
Produtor 3	“Não, não sei.”
Produtor 4	“Sim, sei. À Direção Regional de Agricultura.”
Produtor 5	“Penso que é ao Estado Português.”
Produtor 6	“Não.”
Produtor 7	“Não, não sei. A quem é?”
Produtor 8	“Não.”
Produtor 9	“Não.”
Produtor 10	“Não.”

Do mesmo modo que estes produtores desconhecem que há legislação específica para o licenciamento das atividades de produção e venda de produtos de origem animal e vegetal. Pelas respostas apresentadas verifica-se que 70% dos inquiridos também desconhecem a quem se devem dirigir para a regularização da sua situação como micro produtores. Assim, esta informação deveria ser canalizada para as autoridades competentes nestas matérias, com o intuito de promover o esclarecimento dos produtores, criando a possibilidade de um maior número deles proceder ao licenciamento da sua atividade.



Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?

Tabela n.º 34: Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?

PRODUTORES	RESPOSTAS
Produtor 1	“A maior dificuldade é sem dúvida escoar os produtos, fazer com que cheguem a outras pessoas.”
Produtor 2	“Neste momento deparo-me com a criação de infraestruturas, mas a seguir parece-me que pode ser difícil a comercialização.”
Produtor 3	“Ter a quem vender e como vender. Chegar a outros lados e a outras gentes para vender os produtos. E depois isto de vender é complicado: dado toda a gente quer, vendido já é outra conversa.”
Produtor 4	“Apesar de ter recebido apoios o investimento financeiro da minha parte foi avultado. Tenho algum receio no que concerne ao futuro escoamento da produção de mirtilos já que existem no país um numero cada vez mais crescente de explorações similares à minha, o que pode acarretar problemas de excesso de produção e de consequente saturação do mercado.”
Produtor 5	“Precisava de mais ajuda. O trabalho parecendo que não é pesado. Se tivesse uma banca na praça acho que me conseguia safar bem, mas então aí é que precisava de mais ajuda. E o maior problema é que mesmo pagando bem não aparece ninguém que queira trabalhar nas terras.”
Produtor 6	“Ser viúva, o meu marido faz-me tanta falta. Sou eu que cuido sozinha de tudo. Às vezes os meus sobrinhos ainda ajudam mas não é a mesma coisa.”
Produtor 7	“A minha Maria faz-me falta. Sem ela é difícil fazer mais do que o que faço. A idade é muita e os joelhos não ajudam. Ficaram-me estas mazelas da Guerra do Ultramar. Nunca mais fui o mesmo.”
Produtor 8	“Estou cansado e a minha mulher também. Mesmo que quisesse ajuda já não há ninguém que queira trabalhar. Preferem andar à boa vida e receber na mesma sem trabalhar. Trabalhar cansa muito. E depois nem precisam...”
Produtor 9	“É sempre escoar os produtos, aqui na aldeia vende-se pouco.”
Produtor 10	“Falta de dinheiro para investir. Penso que se alugássemos um terreno nós os quatro dávamos um jeito. Clientes vai havendo. As pessoas gostam de saber o que comem, e os preços são mais baixos do que os que há no supermercado. Quando vou ao Continente fico parva com os preços dos legumes e da fruta. De má qualidade, estrangeira e cara. Querem ganhá-lo todo de repente, mas é.”

Os produtores do concelho de Viseu mostram-se principalmente preocupados com o escoamento dos produtos: “A maior dificuldade é sem dúvida escoar os produtos, fazer com



que cheguem a outras pessoas.” ou “ É sempre escoar os produtos, aqui na aldeia vende-se pouco.”.

As dificuldades sentidas passam também pela criação de infraestruturas numa fase inicial, pelas dificuldades financeiras, e pela falta de pessoas que queiram trabalhar na agricultura.

Pela análise destes depoimentos verifica-se a existência de espaço para a criação de estruturas que estreitem estes circuitos de proximidade. As pessoas produzem e não têm a quem vender, mas percebem que se tivessem outro tipo de apoios teriam mais facilidade em escoar os seus produtos.

A implementação destes circuitos de proximidade poderia funcionar como um incentivo à produção.



Conclusão

Na base deste trabalho está a tentativa de dar resposta aos objetivos definidos no decorrer do mesmo.

Foram elaboradas entrevistas distintas a produtores rurais de produtos alimentares de origem animal e vegetal e a clientes urbanos, todos do concelho de Viseu, pois era este o intuito do estudo.

Foi colocado um problema a solucionar: “Dada a conjuntura socioeconómica atual poderá a produção e venda de produtos de produção rural de origem animal e vegetal, os seus circuitos de comercialização, e os circuitos de proximidade que se podem estabelecer entre a população rural e urbana no concelho de Viseu, contribuir para criar valor económico e social?”

Deste problema, surgiu um objetivo central: “Estudar a forma de produção, distribuição e venda de produtos de produção rural, de origem animal e vegetal, os seus circuitos de comercialização, e os circuitos de proximidade que se podem estabelecer entre a população rural e urbana no concelho de Viseu.”

Deste objetivo central, surgiram quatro objetivos específicos, aos quais foram associadas as questões das entrevistas.

Em resposta ao objetivo específico 1: “Sensibilizar as famílias para a possibilidade de verem incrementado o seu rendimento mensal com a venda de produtos hortícolas/produtos de origem animal de produção própria”, este estudo mostrou que:

- ✓ 90% Dos inquiridos se dedicam à agricultura em tempo parcial, e apenas 10% se dedicam a tempo inteiro;
- ✓ O concelho de Viseu tem predomínio de explorações de pequena dimensão;
- ✓ A maioria dos produtores tem animais nas suas explorações, especialmente aves, e em 70% dos casos vendem os ovos excedentários da sua produção;



- ✓ Nem sempre as respostas são 100% fidedignas, pois existe receio por parte dos produtores que possa vir a acontecer algum tipo de fiscalização da sua actividade agrícola que, na quase totalidade dos casos, não está devidamente licenciada;
- ✓ Demonstrou-se que relativamente aos produtores que comercializam os seus produtos de origem animal e vegetal, essa comercialização resulta no aumento do rendimento do agregado familiar. Apesar dos valores auferidos serem baixos, e se situarem entre os cinquenta e os trezentos euros, este valor é sempre significativo pois, na generalidade, estes são agregados familiares de baixos recursos financeiros.

Pela análise destas respostas pode concluir-se que seria vantajoso para estes produtores estarem integrados num sistema de distribuição que os tivesse como fornecedores, deixando assim de se preocuparem com o escoamento da sua produção, o que lhes permitiria acrescentar valor económico ao seu rendimento familiar.

Em resposta ao objetivo específico 2: “Avaliar a abertura e a disponibilidade por parte das famílias de agricultores, para a troca de produtos hortícolas/produtos de origem animal, por serviços que os seus clientes possam fornecer, nomeadamente por horas de trabalho nas suas hortas/explorações agrícolas”, constata-se que a generalidade dos produtores reage favoravelmente a este desafio: nove dos dez produtores acham benéfica a presença de terceiros, neste caso clientes urbanos, a interagir na sua exploração.

Em resposta ao objetivo específico 3: “Avaliar o nível de receptividade dos clientes urbanos em possuírem para consumo produtos da horta, versus produtos de escala adquiríveis no comércio convencional.”, é possível perceber que os clientes urbanos:

- ✓ Fazem a maior parte das suas compras em base semanal e preferencialmente em grandes superfícies;
- ✓ Um dos fatores determinantes para a escolha das grandes linhas de comércio é a sua acessibilidade a nível de horários de funcionamento;
- ✓ Apesar da maioria privilegiar o preço como factor de escolha, a qualidade, a frescura e a relação entre estes fatores é também importante;
- ✓ A cidade de Viseu tem um mercado semanal no centro da cidade na qual os produtores rurais podem vender os seus produtos preferencialmente de manhã e normalmente todos os dias com exceção do domingo, mas não possui um horário acessível a uma



grande fatia da população, e por isso regista uma fraca adesão por parte da população urbana;

- ✓ Há recetividade para mais deslocações a este tipo de locais desde que os horários possam ser alargados;
- ✓ Existe predisposição dos clientes urbanos para a compra de produtos diretamente aos produtores rurais, já que eliminando os intermediários os preços podem ser mais acessíveis.

Nas respostas são também referidos alguns fatores como justiça social, desenvolvimento e dinamização da economia local, proximidade e confiança entre quem vende e quem compra, inexistência de intermediários, e sustentabilidade do meio rural, que suportam positivamente a boa recetividade dos consumidores urbanos em possuírem para consumo produtos da horta, versus produtos de escala adquiríveis no comércio convencional.

Segundo "Circuitos de proximidade," 2013,

“A comercialização de proximidade representa uma solução para ultrapassar dificuldades de acesso ao mercado por parte das produções de pequena dimensão, possibilitando melhorar os preços de venda, aumentar o rendimento dos produtores e reter localmente o valor acrescentado. Para os consumidores, esta forma de comercialização permite ter acesso a produtos de qualidade, com origem conhecida (rastreabilidade dos produtos), contribuir para a manutenção destas produções, da atividade económica dos produtores e para a sustentabilidade dos territórios rurais.”

Em resposta ao objetivo específico 4:“Avaliar o nível de recetividade dos clientes urbanos em termos de troca de horas de trabalho por produtos hortícolas/produtos de origem animal”, a análise das respostas mostra-nos que a maioria dos inquiridos estariam dispostos a dedicar algum do seu tempo a ajudar os produtores rurais, para em troca obterem produtos a custos reduzidos ou mesmo a custo zero.

Uma parte significativa dos produtores rurais desconhece a existência de legislação específica para este tipo de circuitos comerciais, e desconhece também os trâmites legais a observar para a regularização das suas explorações.



Estas são questões de crucial importância, já que a legalização das explorações agrícolas destes produtores de pequena escala lhes traria benefícios importantes, permitindo-lhes escoar os excedentes da sua produção, de forma legal, e eventualmente torná-los parte integrante dos circuitos de comercialização de proximidade, com todos os benefícios que daí poderiam advir.

Neste sentido será necessário que o Estado e as organizações da sociedade civil com responsabilidades nesta área, dinamizem campanhas de informação e esclarecimento junto dos pequenos produtores rurais, com o objetivo de se ultrapassar a tradicional resistência destes produtores em legalizarem as suas explorações, e de os incentivar a promoverem a comercialização dos seus produtos via circuitos de proximidade.

Houve neste trabalho a pretensão de alargar o número de questões que podem ser o início de novos estudos: um dos dados interessantes extraído deste trabalho foi o de que nem todos os clientes urbanos conhecem o conceito de circuito de proximidade, mas que depois de lhes ser explicado o conceito reconhecem vantagens nestes circuitos.

Pela análise detalhada destes depoimentos constata-se a existência de espaço para a criação de estruturas que venham incrementar e desenvolver estes circuitos de proximidade. Os pequenos produtores, maioritariamente oriundos da agricultura familiar, não têm forma de escoar os seus produtos, mas têm a noção que se tivessem outro tipo de apoios teriam mais facilidade em vender os seus produtos.

Existem já várias organizações nacionais e internacionais que estão a promover a formação e a divulgação nesta área, nomeadamente ("Circuitos de proximidade," 2013), que se refere a um evento que já ocorreu:

“A Rede Rural Nacional em colaboração com o Grupo Interministerial para a elaboração de uma Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local (GEVPAL) e com o apoio da Câmara Municipal de Alcochete e da Associação para o Desenvolvimento Rural da Península de Setúbal – ADREPES, vai organizar um Seminário sobre a temática “Valorizar os produtos agroalimentares locais através de circuitos de proximidade”, a realizar nos dias 24 e 25 de janeiro de 2013, no Fórum Cultural de Alcochete.”



E "Cepal: agricultura familiar," 2013 em 03/09/2013, refere-se a um Seminário “em colaboração com a FAO e da OPAS/OMS, o seminário abordará iniciativas e estratégias para o desenvolvimento de novas redes de comercialização que aproximem os agricultores e os consumidores.”

Terminando com Favareto (2011, pág. 141), “são tarefas e desafios cujo enfrentamento é necessário para a transição para uma economia verde onde a conservação ambiental se possa somar à melhoria do padrão de vida de boa parte da sociedade.”



Considerações finais

Segundo Cristas, 2013,

“o Governo definiu como objetivo estratégico para a agricultura “garantir a transparência nas relações produção - transformação - distribuição da cadeia alimentar e promover a criação e dinamização de mercados de proximidade.

Neste âmbito, em 2012, o grupo de trabalho com vista à preparação de uma proposta de «Estratégia para a valorização da produção agrícola local» (GEVPAL) apresentou o seu relatório no final de dezembro. Nas suas conclusões, destaca a necessidade de se clarificar e adaptar as regras, nomeadamente as referentes às normas de comercialização, rotulagem, higiene dos géneros alimentícios de origem animal e licenciamento das unidades de transformação, à comercialização desses produtos em circuitos curtos.”

Também Serra, 2013, refere:

“É importante que Portugal aposte na produção, divulgação e comercialização dos nossos produtos tradicionais, e deixe para trás políticas que considero ter sido uma perseguição imprópria à nossa cultura e ao nosso saber fazer. Há efeitos das opções passadas que não são já recuperáveis. Contudo é essencial resgatar o que ainda resta. Assim, considero essencial:

- Avaliar as derrogações possíveis na legislação para que seja permitido voltar o uso de materiais, utensílios e técnicas tradicionais para os nossos pequenos produtores.
- Divulgar, através de documentos objetivos, num português acessível, as normas mínimas, uniformes a todo o território nacional, para a legalização e certificação dos pequenos negócios de produtos tradicionais. Para tal, urge que sejam fomentadas ações de divulgação e esclarecimento, junto dos agentes económicos potencialmente abrangidos a nível setorial, quanto às exigências normativas, tendo em conta os documentos de orientação divulgados pela Comissão Europeia.
- Possibilitar a venda direta dos nossos produtos tradicionais nos quase extintos mercados de proximidade, onde todos os pequenos produtores tenham acesso e possam vender aquilo que colheram da sua terra, o que produziram na sua pequena queijaria ou mesmo a doçaria que fizeram na sua cozinha, sem que sejam perseguidos por uma qualquer entidade cinzenta, que aplica regras difusas.

A atividade agrícola continua a ser uma importante fonte de alimentos e de rendimento para a maior parte das famílias rurais, possibilitando simultaneamente a criação de postos de trabalho, o aumento dos rendimentos, bem como a ampliação e a melhoria da oferta de produtos alimentares quer a nível regional como a nível nacional.



Hoje, é também uma realidade a criação de valor por parte dos produtos originários de pequenas produções, realizadas em pequenas empresas familiares, através de incorporação de tecnologia e de serviços, que possibilitam o estímulo e a implementação do conceito de empreendedorismo, e a criação de marcas com base no conceito de produto local.

É de todo o interesse para o país que, a nível político, seja dada maior importância à aquisição de alimentos produzidos localmente, especialmente no que concerne ao fornecimento de organismos públicos (hospitais, cantinas escolares, instituições de apoio à terceira idade). As cantinas escolares podem ter um papel decisivo no futuro da sustentabilidade da pequena produção rural, pois para além de serem um cliente assíduo, podem exercer um papel didático mostrando aos seus alunos de onde provêm os alimentos que consomem.

É fundamental adequar o quadro legislativo para as microproduções, o que só será possível quando a classe política e o legislador fizerem o exercício inverso: colocarem-se na pele dos produtores e aquilataram a dimensão dos estrangulamentos que são colocados a quem pretende ter em meio rural o seu próprio negócio de pequena escala.

É essencial valorizar os produtos agroalimentares locais. Os produtos da nossa terra fazem parte da nossa dieta, da nossa identidade e da nossa cultura.

A relação direta que se pode estabelecer entre o produtor local e o consumidor final, o consumidor urbano, traz para ambos várias vantagens:

- Pagamento imediato;
- Aumento da autoestima dos produtores, pois o que produzem é vendido e consumido, acrescentando valor ao seu orçamento mensal;
- Reconhecimento dos produtores;
- Estimulo do empreendedorismo;
- Regulação das relações de equilíbrio entre a produção e o consumo;
- Promoção de mais-valias na cadeia de valor;
- Estimulo ao consumo dos produtos da época;
- Promoção de melhor qualidade;
- Manutenção de terrenos ocupados;
- Valorização das espécies nacionais e regionais;



- Promoção da sustentabilidade.

As principais dificuldades que se deparam são:

- Quadro legislativo desadequado;
- Falta de estratégia governamental para esta área, sendo necessária a implementação de uma política de integração local;
- O poder negocial e aquisitivo das centrais de compras que lhes permite obter preços de aquisição concorrenciais, desequilibrando a seu favor a competição com as pequenas produções;
- Impossibilidade ou falta de dimensão no acesso a concursos públicos.



Referências bibliográficas

Abramovay, R (2003). *O futuro das regiões rurais*. Porto Alegre: UFRGS Editora.

Alves, J. (2002). *Património rural e desenvolvimento: Do discurso institucional às dinâmicas locais. o programa revitalização de aldeias e vilas históricas da região alentejo*. Retirado de: http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/2118/1/Tese De Mestrado_joão emílio alves.pdf

Área da NUT III Dão- Lafões. Acedido em 12 de março de 2013. Retirado de <http://tecnicosessps.blogspot.pt/p/nuts.htm>

Avillez, F. (1999, dezembro 17). Sustentabilidade económica e desenvolvimento rural. *Agroportal*, Retirado de <http://www.agroportal.pt/a/favillez.htm>

Barros, G., (2006). *Agricultura familiar*. CEPEA. Retirado de: http://www.cepea.esalq.usp.br/especialagro/EspecialAgroCepea_9.doc.

Belik, W. (2003, jan-jun). Perspectivas para segurança alimentar e nutricional no brasil. *Saúde e Sociedade*, 12(1), 12-20. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v12n1/04.pdf>

Cardoso, A., & Silva, M. (2010). *Juntas de freguesias, colectividades e câmara municipal: poderes, conflitos e mediações*. In Figueiredo, E.; Kastenholz, E.; Eusébio, M.C.; Gomes, M.C.; Carneiro, M.J.; Batista, P.; Valente, S. (Eds.), *IV CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS Mundos Rurais em Portugal – Múltiplos Olhares, Múltiplos Futuros* (p. 1169 - 1186). Retirado de http://www.academia.edu/322777/_Caminhos_Possiveis_do_Rural_em_Portugal_As_prioridades_do_novo_programa_de_desenvolvimento_rural_

Cepal, (2013, setembro). *Agricultura familiar e circuitos curtos*. Retirado de <http://paa-africa.org/pt/2013/09/03/cepal-organiza-seminario-sobre-agricultura-familiar-e-circuitos-curtos/>



Census 2011 - resultados definitivos - Viseu. Acedido em 22 de fevereiro de 2013. Em http://www.ine.pt/scripts/flex_definitivos/Main.html

Pinheiro, António C. e Coelho, José C. (2011). “Uso Produtivo da terra” *Cadernos de Economia* n.º 97, Ano XIV, Out/Dez., (pág.47-50). Retirado de: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/3524>

Circuitos de proximidade para valorizar os produtos agroalimentares locais. (2013, janeiro 17). Retirado de <http://www.vozdocampo.com/especiais/inovacao/circuitos-de-proximidade-para-valorizar-os-produtos-agroalimentares-locais/>

Claádio Becker; Flávio Sacco dos Anjos; António Jorge Amaral Bezerra (2010). ‘O Impacto do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar na Segurança Alimentar e no Desenvolvimento Rural’. Apresentação Oral, 48º Encontro da SOBER.

Cristas, A. (2013). Importância dos produtos locais na dinamização económica e social dos territórios. *Em Rede, Revista da Rede Rural Nacional*, 3, 2-3. Retirado de http://www.rederural.pt/images/stories/Revistas_emRede/emRede3.pdf

Cristóvão, A., Tibério, M., Teixeira, M. (2003), *Propostas de Estratégias de Valorização. “Terras de Bouro: Estudo e Caracterização de produtos Locais”*. Câmara Municipal de Terras de Bouro (Ed.)

Cruz, F. T. D. & Schneider, S. (2010). Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. *Revista Brasileira de Agroecologia*, 5(2), 22-38. Retirado de <http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/778.pdf>

Delgado, Guilherme C. Conceição, Julia Cristina; Oliveira, Jader José de (2005). Avaliação do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar. Texto para Discussão No. 1145. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA.

Depósito de Documentos da FAO, Departamento Económico y Social. (2012). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2012* (Parte I). Retirado de Organización De Las



Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación website:
<http://www.fao.org/docrep/017/i3028s/i3028s00.htm>

Eclac: family agriculture and short circuits. (2013, setembro 09). Em <http://paa-africa.org/2013/09/eclac-family-agriculture-and-short-circuits/>

Evolução da taxa de desemprego em Portugal nos últimos 20 anos. Acedido em <http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente de Consulta/Gráfico>

Favareto, A. (2011, junho). economia verde e um novo ciclo de desenvolvimento rural. *Economia Verde - Desafios e oportunidades*, 8, 131-142. Retirado de <http://www.conservation.org.br/publicacoes/files/P08paginas de PoliticaAmbiental08favareto.pdf>

Fernandes, A. (2011). *Do discurso ao projecto urbano de reinvenção da ruralidade*. (Tese de Doutoramento) Retirado de <http://hdl.handle.net/2445/42008>

Ferrão, João (2000). «Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação atual e pistas para o futuro». *Sociologia - Problemas e Práticas*, nº 33, 45-54.

Figueiredo, E. (2001). O rural como reserva ambiental: o lugar do ambiente nas procuras externas das áreas rurais em Portugal. *comunicação apresentada ao IV Coloquio Hispano-Portugués De Estudios Rurales: La Multifuncionalidad De Los Espacios Rurales De La Península Ibérica, IDEGA, Santiago de Compostela*.

GEVPAL. (2012). Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. *Relatório do grupo de trabalho «estratégia para a valorização da produção agrícola local - gevpal»*. Retirado de: http://www.rederural.pt/images/stories/Zira_2/relatorio gevpal_sefdr_final.pdf

Ikerd, J. (2009, January 21-24). *Why sustainable family farms are critical to the future of the world*. 18th annual practical tools and solutions for sustainable family farms conference,, Southern SAWG, Chattanooga, TN. Em <http://web.missouri.edu/ikerdj/papers/Chattanooga --SSWAG - Family Farms.htm>



Leader +. Acedido a 14 de abril de 2013 Em
http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/intro_pt.htm

Licenciamento : atividade industrial. (2013, março 15). Em <http://www.drapc.min-agricultura.pt/drapc/servicos/licenciamento/reali.htm>

Lima, A. (1991). Velhos e novos agricultores em Portugal. *Análise Social*, XXVI(III)(2.^a), 335-359. Retirado de <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223038765A5qRV6nt4Yz92HT2.pdf>

Maluf, R., Menezes, F., & Marques, S. (2000). Caderno “Segurança Alimentar”. Paris: FPH.

Mapa do concelho de Viseu. Acedido em 19 de março de 2013. Em <http://portugal.veraki.pt/concelhos/concelhos.php?idconc=399>

Mendonça Covas, M^a. A nova ruralidade como problemática educacional e como oportunidade para o desenvolvimento: algumas reflexões a propósito.

Mercado municipal (Viseu). Acedido em 01 de outubro de 2013. Em <http://wikimapia.org/10607665/pt/Mercado-Municipal>

Mior, L. C. (2007). Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial. *Colóquio Internacional de Desenvolvimento Rural Sustentável*. Florianópolis, 22.

Muller, Ana Luiza; Kunrath Silva, Marcelo; Schneider, Sergio (2012). *A construção de Políticas Públicas para Agricultura Familiar – o caso do Programa de Aquisição de Alimentos*. Estudos, Sociedade e Agricultura, vol. 20 n.1. Rio de Janeiro, 2012.

Nahal, I. (1998). *Principes d'agriculture durable*. (1 ed.). Paris, France: Éditions ESTEM. Retirado de http://www.bibliotheque.auf.org/doc_num.php?explnum_id=92

Neves, M. F. (1999). *Um modelo para planeamento de cais de distribuição no setor de alimentos*. (Dissertação de doutoramento).



Oliveira Roca, M. N., & Marquinho, R. (2010). Sustentabilidade demográfica da agricultura no centro-sul português em risco de desertificação. In M. N. Oliveira Roca (Ed.), *Desertificação, Desenvolvimento Sustentável e Agricultura Familiar, Recortes no Brasil, em Portugal e na África* (1 ed.). PB, Brasil: Editora Universitária UFPB.

Pais, C., & Gomes, B. (2008). *O Espaço Rural no âmbito das Políticas de Desenvolvimento – O Caso do Pinhal Interior*.

Proder - programa de desenvolvimento rural. (2013). Em <http://www.proder.pt/homepage.aspx>

Ramos Caetano, M. (2010, junho). Novos caminhos para a agricultura familiar na era da sustentabilidade. *Sociedade E Desenvolvimento Rural on line*, 4(1), 38-56. Retirado de <http://www.inagrodf.com.br/revista>

Recenseamento agrícola - inquéritos à estrutura das explorações. (2009). Em http://ra09.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_ra_indicadores&menuBOUI=13707095&contexto=ind&selTab=tab1

Ribeiro Lima, S. R. (2007, 29 de maio a 1 de Junho). *Ruralidade: O debate sobre o velho e o novo no meio rural*. XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, Agricultura familiar, Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, UFPE, Recife (PE).

Roxo, M. J., & Almeida Neves, B. M. (2000). A percepção do fenómeno da desertificação em Portugal e no Brasil: a importância de informar a sociedade. In M. J. Editora universitária (Ed.), *Desertificação, Desenvolvimento sustentável e agricultura familiar recortes no Brasil, em Portugal e em África* (pp. 9-27). João Pessoa - PB: Ministério do Ambiente.

RTP com LUSA. (2013, fevereiro 22). Desemprego em Portugal pode chegar aos 17,3 por cento em 2013 - economia - notícias - RTP. Em <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=630105&tm=6&layout=121&visual=49>



Ruivo, P. (2006). *Marketing e territórios rurais procura e oferta de amenidades*, Dissertação de Doutoramento em Engenharia Agronómica. Lisboa).

Schneider, S. (2009). Território, ruralidade e desenvolvimento. In F. Velásquez Lozano & J. Medina (Eds.), *Las Configuraciones de los Territorios Rurales en el Siglo XXI* (1 ed., Vol. 1, pp. 67-108). Retrieved from <http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/726.pdf>

Serra, N. (2013). Valorizar a tradição e os produtos locais: o que é nosso é bom. *EM REDE, Revista da Rede Rural Nacional*, 3, 4. Retirado de http://www.rederural.pt/images/stories/Revistas_emRede/emRede3.pdf

Shiva, V., & Filho, M. R. (2013, agosto 08). *Entrevista com vandana shiva e milton rondó filho*. Em <http://paa-africa.org/pt/2013/08/12/entrevista-com-vandana-shiva-e-milton-rondo-filho/>

Tibério, L. M., & Cristóvão, A. (2005). Microproduções e desenvolvimento local. In L. M. Tibério, A. Cristóvão & V. C. Diéguez (Eds.), *Microproduções Agrícolas e Desenvolvimento Local no Douro - Duero* (1 ed., pp. 15-28). Vila Real - Portugal: GRECA artes gráficas.

Tibério, L. M., Cristóvão, A., & Abreu, S. (2005). Propostas para a valorização das microproduções. In A. Cristovão, L. M. Tibério & V. C. Diéguez (Eds.), *Microproduções Agrícolas e Desenvolvimento Local no DOURO~DUERO* (1 ed., pp. 179-188). Vila Real - Portugal: Greca artes gráficas.

Traldi, D. R. C., & Almeida, L. M. D. M. C. (2012). Políticas públicas de transferência de renda e a questão da segurança alimentar dos beneficiários: efetividades e entraves do Programa Bolsa Família. *Política & Sociedade*, 11 (21), 137-171.

Valadas de Lima, A. (1990). Agricultura de pluriatividade e integração espacial. *Sociologia - Problemas e Práticas*, (8), pp. 55-61. Em <http://repositorio.iscte.pt/bitstream/10071/1053/1/4.pdf>



Valorizar os produtos agro-alimentares locais. Acedido em 14 de janeiro de 2013. Em http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/intro_pt.htm

Veiga, J. E. (2003). *Cidades imaginárias: o Brasil é menos urbano do que se calcula.* Ed. Autores Associados. 2ª ed. Campinas.

Velásquez Lozano, F., & Medina, J. G. F. (2009). *Las configuraciones de los territorios rurales en el siglo xxi.* (1ª ed., Vol. 1, pp. 67-108). Bogotá/Colômbia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Vicenzi, M. S. (2001, setembro). Agroindustrialização na agricultura familiar: A fiscalização das leis de qualidade e segurança de bebidas. *Sociedade e Desenvolvimento Rural on line*, 5 (1), 93-105. Em <http://inagrodf.com.br/revista/index.php/SDR/article/viewFile/107/101>

Volume de trabalho da população agrícola familiar (uta). (2011, maio 23). Em http://www.ine.pt/bddXplorer/htdocs/minfo.jsp?var_cd=0004659&lingua=PT

Wanderley, M. N. B. (2004). *Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade.* CPDA/UFRRJ. Rio de Janeiro.

Wolfenson, K. D. M. (2013). Preparations and outcomes of the 2012 united nations conference on sustainable development (rio 20). In *Coping with the food and agriculture challenge: smallholders' agenda.* ROME, Italy: Natural Resources Management and Environment Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations. Em http://www.fao.org/fileadmin/templates/nr/sustainability_pathways/docs/Coping_with_food_and_agriculture_challenge__Smallholder_s_agenda_Final.pdf

Legislação

Decreto-Lei n.º 169/2012, de 1 de Agosto, *Diário da República*, n.º 148/12, I série - 1 de agosto de 2012. Ministério da Economia e do Emprego. Lisboa.



Despacho n.º 4680/2012, de 3 de Abril, *Diário da República*, n.º 67/12, II Série, de 3 de abril de 2012. Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios da Economia e do Emprego e da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território. Lisboa.

Portaria n.º 699/2008 de 29 de Julho, *Diário da República*, n. 145/08, I série, de 29 de Julho de 2008. Ministérios da Economia e da Inovação e da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Lisboa.

Regulamento (CE) N.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho de 28 de janeiro de 2002, *Jornal Oficial da União Europeia*. L 31 de 1.2.2002, PT.

Regulamento (CE) N.º 2073/2005 da Comissão de 15 de novembro de 2005, *Jornal Oficial da União Europeia*. L 338 de 22.12.2005. PT:

Regulamento (CE) N.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de abril de 2004, *Jornal Oficial da União Europeia*. L 139 de 30.4.2004. PT.

Regulamento (CE) N.º 853/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de abril de 2004, *Jornal Oficial da União Europeia*. L 226 de 25.6.2004. PT.



ANEXOS



Transcrição das entrevistas efetuados aos clientes urbanos

ENTREVISTA n.º 1

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 41 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Bacharelato.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Empregada fabril.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos três.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Para comprar os produtos frescos, vou duas vezes por semana. Quanto aos restantes produtos vou normalmente uma vez por semana.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “No hipermercado ou supermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “O preço em primeiro lugar, a seguir a qualidade.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Não, porque não tenho esse hábito.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Cerca de 30 a 40% do nosso rendimento.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, em primeiro lugar o preço e a frescura”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “O ideal seria que eles viessem ter a casa, se não poderia ir buscar diretamente a casa do produtor.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “No meu caso tenho acesso a produtos rurais através da minha mãe, e ajudo-a esporadicamente nos trabalhos rurais. Mas se não tivesse estaria disponível para trocar horas do meu tempo por produtos da horta.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Não. (Foi explicado o que é esta definição)”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Sim, pode aumentar o rendimento familiar de quem produz e também é útil para quem compra.”

ENTREVISTA n.º 2

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 41 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Sou licenciada.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Empregada, estou na função pública.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Neste momento somos seis, o meu marido as minhas três filhas e a minha mãe.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “No mínimo uma vez por semana, mas normalmente duas vezes.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “No hipermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Não é só o preço: conta a qualidade e as preferências individuais do agregado familiar.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Gostava mas não, porque não há tempo, os horários de trabalho são complicados, e os horários do hipermercado adequam-se melhor.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Cerca de 40% de total do agregado familiar em alimentação.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, muito disposta, vejo muitas vantagens, sobretudo por uma questão de justiça social, pois o dinheiro deve ficar com quem produz e não com quem se limita a distribuir, acho péssimo a margem de lucro dos distribuidores sendo até obsceno!”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Haver um esquema de distribuição direta do produtor ao consumidor final, preferencialmente entrega ao domicílio, ou lojas de proximidade.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim, de momento é difícil porque tenho três filhas pequenas e tenho muito pouco tempo, mas se tivesse mais tempo acho uma ideia boa e estava disposta a trocar o meu tempo por produtos.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Muitas, que vão desde um sistema mais justo para quem produz a uma melhor qualidade dos produtos.”

ENTREVISTA n.º 3

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 46 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Fiz o 12º ano.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou empregada, espero que por muito tempo...”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos quatro.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Vou uma vez por semana, pode acontecer ter necessidade de ir duas vezes, mas por norma vou apenas uma.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Hipermercados por sistema, há mais variedade, concentração de produtos e perco menos tempo nas compras.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Tento sempre comprar produtos nacionais, como nem sempre é possível o melhor preço é uma opção, mas a qualidade também é importante.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Por norma não, a oferta é pequena, aqui em Viseu só há a praça no centro da cidade e tem um horário que não me permite lá ir por causa do emprego.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Gastamos muito do nosso rendimento em alimentação, perto de 40%.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim. Era uma maneira de ter sempre produtos frescos da horta, o preço também poderia ser melhor em alguns produtos.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Encomenda direta no produtor e ele trazer a casa no final do dia.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despender em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim. Essa ideia parece-me interessante, mas de momento não disponho de tempo para trocar.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Penso serem, a maior proximidade entre quem produz e quem compra.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Sim. Assim podemos adquirir produtos mais frescos, quase apanhados na hora. Os produtos são apanhados numa fase de maturação ótima, o que permite uma qualidade excepcional. Permite que os pequenos produtores cresçam.”

ENTREVISTA n.º 4

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“É melhor nem dizer... (sorrisos), mais de 45 e menos de 48.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Casado.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Licenciatura e Pós Graduação BBS (UC Direito).”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Empregado.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos cinco.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“Assídua, no mínimo uma vez por semana, por norma são sempre duas vezes.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“Supermercados ou hipermercados.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“Relação qualidade preço. Promoções também são uma preferência.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não. Raramente. Na cidade o mercado do centro só funciona de manhã e como estou a trabalhar, só posso ir nas férias.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Nunca fiz bem as contas, mas pensando bem são sempre cerca de 20%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Sim. Desenvolve a economia local e a proximidade entre quem compra e quem produz. São frescos, “on time”, biológicos, e se fora de época então é o melhor.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“De preferencial me serem levados a casa.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Não, não tenho tempo para isso.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Sim.”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“É claro que vejo vantagens, por exemplo a troca de experiência e produtos, sinergias e inovação. Qualidade, frescura e economia de meios.”*

ENTREVISTA n.º 5

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Tenho 58 anos.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou divorciado.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Licenciatura.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Estou empregado.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“De momento somos 4.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“A regra é ir às compras uma vez por semana, por vezes é necessário ir duas vezes.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“Supermercados e hipermercados.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“Não. Dou também muita importância à qualidade dos produtos e à apresentação dos mesmos.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não por falta de disponibilidade de tempo e falta de oferta na nossa cidade em horários compatíveis.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Cerca de 30 a 35%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Sim. As vantagens passam pela qualidade e preço dos produtos e pela possibilidade de dinamizar a produção agrícola local.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“Distribuição ao domicílio sob a forma de cabazes de produtos locais.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Sim, mas de momento o trabalho ocupa-me muito o que me limitaria a poder dar horas em troca de produtos.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Sim.”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“Sim. Pois há dinamização da pequena produção, venda direta dos produtos ao consumidor sem intermediários, criação de postos de trabalho, contribuição da melhoria da qualidade de vida de quem produz, diversificação da atividade produtiva e acesso a produtos frescos de qualidade.”*

ENTREVISTA n.º 6

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Faço 47 em breve.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou casada.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Tenho uma licenciatura.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Estou empregada.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos 5.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“É uma rotina diária.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“Sem dúvida o supermercado e hipermercados.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“O preço é muito importante mas a qualidade e a frescura também são.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não, mas gostaria se tivesse um perto de casa.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Por volta dos 30%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Sim, claro, vejo vantagens, nomeadamente, preço mais acessível, os produtos são mais frescos, e a qualidade é melhor.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“A melhor forma seria os produtos me serem levados a casa.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Sim, por acaso não me importava.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Sim.”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“Claro que vejo, por exemplo escoar produtos em excesso, ter sempre mais variedade, ajudar os produtores.”*

ENTREVISTA n.º 7

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 44 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Sou licenciada.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Lamentavelmente estou desempregada.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos dois.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Semanal.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Supermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “O preço é importante, mas a qualidade predomina, se bem que agora desempregada, tenho que ter muito cuidado quando vou às compras.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Não, por falta de tempo, gostava muito porque adoro ir ao mercado.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Agora comigo desempregada pode chegar aos 35 ou 40%.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Claro que sim, se tivesse essa oportunidade, vejo muitas vantagens, especialmente a frescura dos produtos, qualidade, ausência de produtos químicos, saber a origem, e também como forma de ajudar os pequenos produtores.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “A melhor forma será os produtos chegarem a casa por entrega direta.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Não me importava nada de trocar o meu tempo por produtos da horta.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Claro que sim, proximidade da produção, frescura dos produtos, não te compram produtos deteriorados e a rapidez de entrega.”

ENTREVISTA n.º 8

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: "Tenho 27 anos."
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: "Sou solteira, mas numa união de facto."
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: "Tenho uma licenciatura."
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: "Estou empregada."
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: "Somos 2."
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: "Duas vezes por semana."
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: "No supermercado."
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: "Não dou, prefiro dar preferência à qualidade."
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: "Por norma não, o que conheço fica no centro da cidade e só funciona de manhã, por isso é impossível lá ir por causa do trabalho."
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: "Cerca de 25 a 30%."
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: "Sim estaria, vejo vantagens pois é possível comprar os produtos mais frescos, mais ecológicos."
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: "O que gostaria mesmo é que os produtos me chegassem a casa."
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendê-las em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: "Gostava muito, não sei fazer nada na agricultura, mas gostava."
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: "Sim, sei."
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: "Vejo vantagens sim, nomeadamente quem produz pode mais facilmente escoar os seus produtos e eu posso ter os produtos que quero de forma mais saudável."



ENTREVISTA n.º 9

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 38 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casado.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho uma licenciatura.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou empregado.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Por agora somos 2, mas vamos ter uma filha em breve.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Uma a duas vezes por semana.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Costumo ir ao hipermercado e supermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “O preço é sempre preferencial.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Não, mas gostaria de frequentar, não temos muita oferta na cidade.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Gastamos entre 15 a 25%.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, claro, vejo vantagens, saber a origem e a qualidade pode ser mais apreciada.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “De preferência os produtos chegarem a casa por iniciativa do produtor.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim, mas tenho muita falta de tempo.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Vejo muitas vantagens, a proximidade, confiança na produção e comercialização.”

ENTREVISTA n.º 10

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Fiz agora 47 anos.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou casado.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Sou licenciado.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Por enquanto estou empregado, mas nunca se sabe, se está mal para a função pública no privado também não está muito bem.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos 2, os filhos já estão fora a estudar.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“Vamos diariamente porque a casa é pequena, não temos arca de congelação e o frigorífico é pequeno, por isso por norma compramos comida todos os dias.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“São diversos os locais, supermercados, mercearias e hipermercados.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“Não dou só importância ao preço, outros fatores importantes são as boas oportunidades e as promoções.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não. Não tenho muito tempo disponível e para além disso Viseu só tem um mercado rural no centro da cidade que funciona só de manhã e a essas horas estou a trabalhar.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Cerca de 35%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Claro, sem duvida, por uma questão cultural, e pela relação que se estabelece entre as pessoas.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“Eu me deslocar ao produtor ou também me ser entregue em casa. Se for eu ao produtor obriga-me a ter disponibilidade de tempo, mas posso estabelecer laços de proximidade com a terra e com quem produz, o que é sempre muito positivo.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Não, porque não tenho tempo, mas gostaria muito.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Sim.”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“Sim, claro, vantagem da relação que se estabelece, a confiança, sustentabilidade do meio rural, ganha-se o gozo de ter produtos frescos e de qualidade.”*



ENTREVISTA n.º 11

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 37.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Casado.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho o 12.º ano.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “De momento estou desempregado, espero que seja por pouco tempo.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos três, eu a minha mulher e o meu filho.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Vamos duas a três vezes por semana.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Por regra no hipermercado porque está perto da nossa casa.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Além do preço, dou também preferência à qualidade e à frescura.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Lá em casa vamos 2 ou 3 vezes, como estou desempregado tenho disponibilidade.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Gastamos entre 15 a 20% do nosso rendimento mensal.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, os produtos em si refletem um melhor sabor e podemos ter melhores preços em alguns produtos.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Existirem mais mercados de proximidade e mais vezes por semana.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Gostava muito, mas é possível fazer isso?”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim sei.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Sim, sem dúvida. Melhor escoamento dos produtos de origem rural e maior escolha por parte do consumidor, melhor qualidade.”

ENTREVISTA n.º 12

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: "Tenho 33 anos."
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: "Casado."
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: "12.º ano."
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: "Bancário."
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: "Somos quatro."
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: "Diária."
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: "No hipermercado e na mercearia do bairro."
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: "Não é só o preço, conta a qualidade, sem dúvida."
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: "Sim, 2 vezes por semana."
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: "Por volta de 25%."
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: "Sim, vejo muitas vantagens, especialmente a possibilidade de não existirem intermediários."
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: "Mercados tradicionais."
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: "Sim, gostava, não tenho muito tempo, mas a ideia é interessante."
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: "Acho que sim."
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: "Fomentar pequenos negócios, incrementar satisfação em produtores e consumidores."



ENTREVISTA n.º 13

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 44.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Frequentei o ensino superior e fiz uma licenciatura.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *Estou empregada numa firma do ramo automóvel.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos quatro.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Por norma as compras alimentares são semanais.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Grandes superfícies, lamentavelmente, mas com o nosso tempo reduzido é difícil ir a mercados locais.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Fator determinante: relação qualidade/preço.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Não, gostaria mas não tenho tempo.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Nunca fiz essas contas.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, em principio tem mais qualidade.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Entrega à porta ou loja local.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Sim, os produtos são sempre naturalmente frescos e como se anulam os intermediários é possível o produtor ganhar mais um pouco, assim como quem está a comprar.”

ENTREVISTA n.º 14

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Tenho 53 anos.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou casado, já lá vão muitos anos... (risos) e tenho 2 filhos.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Tenho o 9º ano do liceu.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Estou empregado.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos quatro, mas um dos meus filhos está a estudar fora e só vem ao fim de semana.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“Por norma vou uma vez por semana às compras, às vezes duas se me esquecer de alguma coisa importante que faça falta.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“No hipermercado.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“De longe o preço é o que mais me importa, com as dificuldades que atravessamos não nos podemos descuidar com a poupança.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não frequento, porque não tenho muito tempo.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Nunca fiz essas contas de uma forma exata, mas deve ser cerca de 30%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Não. Não vejo vantagens.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“Como não vejo vantagens, não tenho opinião.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Também não, sou demasiado cidadão.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Não. (Foi-lhe explicado).”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“Nunca pensei nisso, talvez seja bom para os agricultores.”*



ENTREVISTA n.º 15

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 35 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casada.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho uma licenciatura.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “De momento estou empregada.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos cinco pessoas.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Por norma, uma vez por semana.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “No hipermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Para além do preço também considero a qualidade um fator importante.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Não, mas gostaria se tivesse tempo.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Não sendo um valor muito exato, mas ronda os 25%.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, os produtos podem chegar mais frescos e são de melhor qualidade.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Para mim a melhor forma seria me serem entregues em casa.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despende em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim, apesar de não ter muito tempo disponível.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Sim.”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Talvez haja vantagens, nunca pensei nisso, mas parece-me que se encurta o tempo entre a produção e o consumo, os produtos, chegam-nos assim mãos frescos e com maior qualidade.”

ENTREVISTA n.º 16

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Tenho 36 anos.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou divorciada.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Tenho uma licenciatura.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Estou empregada.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“De momento vivo sozinha.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“Vou diariamente fazer compras.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“Sempre no hipermercado.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“Sim, para mim o preço é determinante nas minhas escolhas.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Como vivo sozinha e tenho ajuda dos meus pais, o meu gasto com alimentação é mínimo, por volta dos 5%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Sim, é uma hipótese, nunca pensei nisso.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“A melhor forma é através de lojas ou entrega à porta.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Não, não sei fazer nada na agricultura e por agora não vejo isso como uma necessidade.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Não (foi-lhe explicado).”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *“Pela descrição parece-me haver vantagens, nomeadamente a rapidez de entrega dos produtos, chegando ao consumidor mais frescos.”*

ENTREVISTA n.º 17

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: *“Tenho 40 anos.”*
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: *“Sou casado.”*
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Tenho um bacharelato.”*
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Neste momento estou desempregado.”*
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos três.”*
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: *“Vamos às compras 2 vezes por semana.”*
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: *“Depende um pouco do que é necessário, mas vamos ao supermercado ou ao hipermercado.”*
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: *“Para mim o preço é muito importante, mas a qualidade, a marca e a frescura também são fatores muito importantes que tenho em consideração.”*
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: *“Não, não tenho esse hábito.”*
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: *“Agora que estou desempregado é apenas o vencimento da minha esposa que conta, os gastos com alimentação andam na ordem dos 40%.”*
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: *“Sim, parece-me boa ideia.”*
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: *“O melhor seria levarem a casa ou estarem disponíveis em algumas lojas ou mercearias.”*
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: *“Sim, agora tenho tempo livre, mas não faço ideia de como ter acesso a esse tipo de trabalho.”*
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: *“Não (foi-lhe explicado).”*
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: *Parece-me que pode ser vantajoso para o produtor e para o consumidor, pois para o produtor tem a quem vender diretamente e pode assim escoar melhor os seus produtos e vendê-los a melhor preço, para o consumidor também pode ser bom porque assim compra mais fresco, de melhor qualidade e o preço também pode ser melhor, deixa de haver intermediários no circuito.”*



ENTREVISTA n.º 18

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 62 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou viúva.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho a 4.ª classe.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou a trabalhar.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos cinco, eu, a minha filha e genro e os meus dois netos.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Fazemos compras mais ou menos duas vezes por semana.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Vamos às compras ao supermercado e raramente a uma mercearia a caminho de casa.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Para nós o preço é sempre o mais importante.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Sim, quando posso vou ao sábado de manhã ao mercado do centro da cidade., Por norma uma vez por mês.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Não sei ao certo, mas deve ser perto de 35% do dinheiro que entra em casa.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, isso era muito bom.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Talvez esses produtos pudessem ser vendidos em algumas lojas, mas não sei, nunca pensei nisso.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim, tenho, apesar de não ter muito tempo, tenho as minhas horas todas ocupadas em casas, sou empregada de limpezas, mas às vezes, no final do dia, fim de semana e férias, podia ajudar nos trabalhos da lavoura e sempre podia receber algum legumes. Era uma boa maneira de poupar algum dinheiro.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Não (foi-lhe explicado).”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Parece-me que pode ser bem para os agricultores e para quem compra, os agricultores podem vender melhor e por melhor preço e para nós as coisas também podem ser mais em conta, e o sabor dos legumes é melhor.”

ENTREVISTA n.º 19

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Já não sou novo, tenho 71 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casado.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Fui estudar e acabei a 4.ª classe.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou aposentado há 6 anos.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Vivo com a minha mulher.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Vamos duas ou três vezes por semana às compras.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Vou mais vezes à mercearia perto da minha casa, mas aos fins de semana quando vem um dos meus filhos, vou com ele ao supermercado.”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “Sim, o preço é o que mais me importa.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Como moramos perto da praça, vou duas vezes por semana, geralmente à terça feira e ao sábado.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Gastamos mais ou menos 35% do que ganhamos com as reformas.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim, já faço isso quando compro na praça, os produtos são mais frescos e mais saborosos.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Porque a idade já não ajuda muito, era bom que me levassem a casa a hortaliça.”
- Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?
Resposta: “Sim, gostaria, mas já não tenho saúde para isso.”
- Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?
Resposta: “Não (foi-lhe explicado).”
- Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?
Resposta: “Parece bom, não sei o que dizer, mas podemos sempre comprar as coisas mais frescas.”

ENTREVISTA n.º 20

- Questão 1C: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 28 anos.”
- Questão 2C: Qual o estado civil?
Resposta: “Solteiro e bom rapaz.”
- Questão 3C: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Sou licenciado.”
- Questão 4C: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou empregado.”
- Questão 5C: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Uma.”
- Questão 6C: Qual a regularidade das suas compras de bens alimentares?
Resposta: “Faço compras, em regra, duas a três vezes por semana. Adoro cozinhar e, modéstia à parte, cozinho razoavelmente bem.”
- Questão 7C: Qual é o local onde mais frequentemente efetua essas compras?
Resposta: “Cada vez mais com maior frequência, infelizmente, utilizo os hipermercados e supermercados porque o tempo é escasso e estas superfícies estão abertas até mais tarde. Mas tento comprar somente o indispensável, e cada vez menos frutas e legumes, carne e peixe. Abasteço-me preferencialmente em mercearias tradicionais, talhos, peixarias e em mercados municipais. e quando posso em mercados de venda direta de produtores. Mais raramente, Quando tenho disponibilidade, faço compras na aldeia onde habita ainda a minha família, a agricultores locais, essencialmente de frutas e legumes. É tranquilizador sabermos o que estamos a comer, não acha?”
- Questão 8C: Nas suas compras dá somente preferência ao preço? Se não, quais são os outros fatores que tem em consideração?
Resposta: “O preço, inegavelmente, é um factor que levo em consideração. Mas tento sempre conciliar o preço com a qualidade dos produtos. Dou preferência a marcas de confiança. A qualidade intrínseca do produto é para mim fundamental. E como os olhos também comem a apresentação também conta. Muitas e muitas vezes prefiro comprar mais caro mas conseguir obter produtos de qualidade manifestamente superior. E muitas vezes até não são mais caros.”
- Questão 9C: Frequenta mercados semanais? Se sim, quantas vezes por mês?
Resposta: “Sim. Tenho por hábito todas as semanas ir ao sábado ao mercado municipal.”
- Questão 10C: Qual o gasto médio mensal do agregado familiar em alimentação expresso em percentagem aproximada, relativamente ao rendimento mensal do agregado familiar?
Resposta: “Nunca fiz bem as contas mas diria que ronda os 20 a 25%.”
- Questão 11C: Estaria disposto a comprar diretamente ao produtor? Vê vantagens nessa forma de comércio?
Resposta: “Sim. Aliás já o faço. Mercado municipal todos os sábados, ou quase todos os sábados. Mercados de venda direta e agricultores da minha aldeia sempre que posso. É importantíssimo, quanto a mim, apoiarmos o pequeno agricultor, a pequena produção, e dar-lhes condições de sobreviverem num mercado dominado pelos intermediários. Sem eles acaba-se a o mundo rural que eu e eles tanto prezamos. Para além disso para mim é importantíssimo saber, ter confiança no que estou a consumir. Repare, muitas das pessoas a quem compro conheço-as desde garoto. Inspiram-me confiança. Sei o que produzem e como produzem. E a outras conheço-as há anos e aprendi a confiar nelas. Não sou um fanático da agricultura biológica mas quanto menos químicos ingerirmos no que comemos tanto melhor.”
- Questão 12C: Qual pensa ser a melhor forma dos produtos de origem rural lhe chegarem a casa?
Resposta: “Sou um adepto incondicional dos mercados de venda direta. E também da compra



direta aos agricultores. Gosto de ver o que compro, de meter a mão na massa... E adoro a vertente social da transação. Gosto tanto de saber o que compro quanto da proximidade, das conversas e dos afetos que se geram com as pessoas a quem compro.”

Questão 13C: Tem disponibilidade para trocar horas do seu tempo a despendar em trabalho rural por produtos produzidos em produtores rurais próximos?

Resposta: *“Curioso, nunca tinha pensado nisso. Mas parece-me uma ideia excelente. Brillhante até. Faz todo o sentido. Daria com toda a certeza uma dimensão totalmente diferente ao conceito de “meter a mão na massa” (risos). Acho, tenho a certeza, que conseguiria encontrar tempo para isso. Além do mais seria divertido. Sabe, bem lá no fundo eu sou um agricultor falhado (risos). “*

Questão 14C: Sabe o que são circuitos de proximidade em meio rural?

Resposta: *“Sim.”*

Questão 15C: Vê vantagens nesses circuitos? Se sim, quais?

Resposta: *“Todas as vantagens. Para quem produz e para quem consome. Para todos menos para os intermediários. Apoiam quem produz, permitindo-lhe aumentar os seus rendimentos, e dão garantias de frescura e qualidade a quem consome, para além de terem uma vertente muito positiva na questão do custo dos produtos para o consumidor. Melhor e mais barato.”*



Transcrição das entrevistas efetuadas aos produtores



ENTREVISTA 1

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 56 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Sou casado.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Fiz o nono ano de escolaridade.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou empregado, mas encontro-me à espera da reforma, tenho 40 anos de descontos, encontro-me cansado.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “De momento somos 2, tenho sete filhos e estão todos no estrangeiro.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “Exerço a tempo parcial por enquanto.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “É uma muito pequena exploração, tem cerca de 500 metros quadrados.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Só tenho galinhas e frangos para consumo próprio. As minhas galinhas põem ovos e costumo vender alguns.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “São a totalidade da área, cerca de 500 metros quadrados.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Por norma vendo aos vizinhos, os restaurantes agora têm dificuldade em comprar este tipo de produtos.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Não tenho um valor fixo, mas ronda em média por mês os 100 euros.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “Costumo levar a casa das pessoas que me encomendam as coisas.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Sim, por acaso sei porque trabalho no Ministério da Agricultura.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Sim, pelo mesmo motivo.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “ Sim claro, hoje em dia é muito difícil encontrar quem trabalhe na agricultura, mesmo pagando.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “A maior dificuldade é sem dúvida escoar os produtos, fazer com que cheguem a outras pessoas.”

ENTREVISTA 2

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: *“Tenho 48 anos.”*
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: *“Infelizmente sou viúva.”*
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: *“Tenho uma licenciatura em História.”*
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: *“Sou trabalhadora independente na área dos seguros.”*
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: *“Somos dois, eu e o meu filho.”*
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: *“Exerço em tempo parcial.”*
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: *“Tenho 2 hectares.”*
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: *“Não tenho animais na exploração.”*
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: *“Estou no momento a montar a exploração agrícola, os dois hectares vão ser utilizados na integra.”*
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: *“De momento ainda não estou a vender, vou produzir produtos hortícolas frescos, nomeadamente alface, tomate, curgete, cebolas e outros legumes.”*
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: *“Ainda não estou a ter retorno, mas penso e espero que consiga ter um ordenado compatível com o trabalho que vai ser desenvolvido na exploração.”*
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: *“Vai ser feita distribuição direta no consumidor.”*
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: *“Sim, conheço, fiz um estudo, percebi também que a legislação é omissa para quem produz pequenas quantidades de produtos de origem vegetal.”*
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: *“Sim, para o licenciamento e outros assuntos desta natureza devo dirigir-me à Direção Regional de Agricultura.”*
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: *“Não, não me parece boa ideia, a menos que sejam pessoas muito interessadas, pois se não acresce valor à exploração.”*
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: *“Neste momento deparo-me com a criação de infraestruturas, mas a seguir parece-me que pode ser difícil a comercialização.”*



ENTREVISTA 3

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: "Tenho 58 anos."
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: "Casado."
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: "Tenho a 6º classe do antigamente."
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: "Sou chapeiro de automóveis."
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: "Somos dois, eu e a minha mulher. Tenho dois filhos emigrados no Canadá."
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: "A minha mulher, que também está empregada, e eu tomamos conta das terras no tempo que nos sobra dos empregos."
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: "Tenho quase 1 hectare."
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: "Tenho galinhas, patos e porcos. Algumas vezes vendo ovos de galinha."
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: "Uso à volta de 200m2."
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: "Vendo muito pouco. A maior parte das vezes a vizinhos e a amigos. Aqui há o hábito de entre vizinhos e amigos fazermos trocas do que produzimos."
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: "Nunca fiz grandes contas mas não dá quase nada. Não passa dos 50 Euros garantido."
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: "Uns vêm buscar aqui à quinta, a outros leva a minha mulher ou eu a casa."
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: "Não, não sei. Não conheço."
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: "Não, não sei."
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: "Olhe, fazia-me jeito. A maior parte das vezes não damos vazão ao que plantamos, e a mais um par de braços nunca se diz que não."
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: "Ter a quem vender e como vender. Chegar a outros lados e a outras gentes para vender os produtos. E depois isto de vender é complicado: dado toda a gente quer, vendido já é outra conversa."

ENTREVISTA 4

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 52 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Casado.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Sou licenciado.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Neste momento embora esteja a trabalhar por conta própria, o meu sector profissional encontra-se numa crise profunda.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Duas. A minha mulher e eu. Temos dois filhos que já estão autonomizados..”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “A tempo parcial.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “Tenho 2 hectares.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Não.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “1,6 hectares, que ocupei maioritariamente com plantação de mirtilos. Concomitantemente tenho uma área de cultivo reservada a produtos hortícolas sazonais, nomeadamente tomate, melão, melancia, abóbora, curgetes.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Ainda não vendo os mirtilos já que estão ainda em fase de crescimento. Dentro de 1 ano tenciono vender a produção a uma Cooperativa de Produtores que por sua vez os irá colocar no mercado, preferencialmente em grandes superfícies e no mercado de exportação para o Norte da Europa. Tenciono reservar uma parte da produção de mirtilos para venda direta ao consumidor. Os produtos hortícolas sazonais que produzo têm também como destino uma Cooperativa de Produtores que os coloca em supermercados e hipermercados. Parte da produção destes produtos hortícolas têm como destino a venda direta nas instalações da exploração.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Obtenho presentemente cerca de 500 Euros mensais com os produtos hortícolas e espero vir a obter dentro de um ano cerca de 4 mil Euros mensais com a venda dos mirtilos.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “Através das Cooperativas de Produtores e por venda direta ao consumidor.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Sim.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Sim, sei. À Direção Regional de Agricultura.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Sim, vejo. Conheço esse tipo de acordo, pois conheço em França explorações similares à minha que o praticam com resultados muito favoráveis, quer para quem produz quer para quem cede a sua força de trabalho em troca de produtos.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “Apesar de ter recebido apoios o investimento financeiro da minha parte foi avultado. Tenho algum receio no que concerne ao futuro escoamento da produção de mirtilos já que existem no país um numero cada vez mais crescente de explorações similares à minha, o que pode acarretar problemas de excesso de produção e de consequente saturação do mercado.”

ENTREVISTA 5

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 65 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Casada.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho a 4ª classe.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Sou doméstica.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Somos dois, eu e o meu marido.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “Divido-me entre o trabalho de casa e o do campo. O meu marido ajuda no que pode mas coitado ele mata-se a trabalhar nas obras. Agora há cada vez menos trabalho e ele tem que ir a todas.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “Tenho 500 m2.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Tenho galinhas e um porquinho. Quando mos compram vendo ovos de galinha e de vez em quando uns galitos.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “Cultivo à volta de 100m2.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Vendo mesmo muito pouco muito pouco. Na altura das maçãs ainda vou vendendo, mas depois só tomate de coração de boi. Os meus tomates são famosos. Vendo aos vizinhos e a quem passa aqui à porta.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Devo fazer 100 Euros.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “Vêm comprar aqui à porta as maçãs. O tomate vendo à porta e aos vizinhos. Ah, também vou vendendo quando os há uns grelos de nabo e couve da portuguesa também à porta. E os ovos. Mas aqui passa pouca gente Menina.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Já ouvi falar, mas não sei qual é.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Penso que é ao Estado Português.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Era bom. Temos para dar e vender, graças a Deus. E sempre me tirava algum trabalho.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “Precisava de mais ajuda. O trabalho parecendo que não é pesado. Se tivesse uma banca na praça acho que me conseguia safar bem, mas então aí é que precisava de mais ajuda. E o maior problema é que mesmo pagando bem não aparece ninguém que queira trabalhar nas terras.”

ENTREVISTA 6

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “Tenho 68 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Viúva.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho a 4ª classe. Os meus pais na altura não me deixaram estudar mais. Eu bem queria mas não deixaram. Outros tempos.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Sou doméstica.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Eu.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “Faço o trabalho de casa e o que posso no campo.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “Tenho 300 m2.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Tenho galinhas.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “Cultivo à volta de 100m2.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “O que vendo mais é maçãs. Vendo a clientes certos que também me levam umas verduras e uns ovos. São os mesmos de há muitos anos. Volta e meia aparecem uns novos trazidos pelos antigos. A minha maçã Esmolfe é muito boa. E não vendo caro.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Devo fazer 100 Euros.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “Os clientes vêm comprar cá a casa. Nem que quisesse não podia levar as maçãs. Não tenho transporte. Só bicicleta.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Não.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Não.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Não sei se me fazia jeito, mas sempre dava para conversar. Eu gosto muito de reinar, sabe.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “Ser viúva, o meu marido faz-me tanta falta. Sou eu que cuido sozinha de tudo. Às vezes os meus sobrinhos ainda ajudam mas não é a mesma coisa.”

ENTREVISTA 7

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: "Tenho 75 anos."
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: "Casado."
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: "Tenho a 6ª classe."
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: "Estou reformado de cantoneiro da CP."
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: "Duas. A minha mulher que está inválida e eu. Os filhos estão no Luxemburgo e bem."
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: "A tempo inteiro. Estou reformado de cantoneiro como já disse."
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: "Tenho 400 m2."
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: "Tenho galinhas. Vendo e galinhas e ovos."
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: "Cultivo à volta de 150m2."
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: "Cultivo pouco. É só para mim e para a minha Maria. Vou vendendo uns ovos e uma fruta que essa há muita mesmo. Abruinhos, este ano houve poucos, mas quando o ano é bom farto-me de dar e vender. Vendo e dou aos vizinhos, e ponho uma banquinha à porta de casa. Os clientes que passam tocam e eu venho vender. Também vendo maçãs porta da loja, pera rocha e amoras que as há muitas no tempo delas. Os filhos quando vêm também levam alguma coisa. Mata-lhes as saudades de casa, coitados."
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: "Devo fazer 50 Euros. Contando a época da fruta, claro."
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: "Só vendo à porta aos clientes e aos vizinhos que querem. Aos vizinhos vendo pouco."
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: "Não."
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: "Não, não sei. A quem é?"
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: "Não sei. Nem sabia que se podia. Mas se pode acho bem. Dava uma ajuda."
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: "A minha Maria faz-me falta. Sem ela é difícil fazer mais do que o que faço. A idade é muita e os joelhos não ajudam. Ficaram-me estas mazelas da Guerra do Ultramar. Nunca mais fui o mesmo."

ENTREVISTA 8

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “70 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Casado.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Quarta classe.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou aposentado do comércio.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Duas. A minha mulher que tem 60 anos e eu.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “A tempo parcial. Tenho jeito para a madeira e vou fazendo uns trabalhitos para fora.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “Se quer que lhe diga acho que tenho 1 hectare.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Tenho galinhas e patos brancos. De vez em quando vendo ovos das galinhas.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “Não sei ao certo mas não é grande.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Vendo pouco. Já não temos saúde para plantar grande coisa. Vendo a uma amiga que tem banca na praça da cidade quando ela precisa e eu tenho.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Vendo tão pouco que nem sei. Alguns 50 Euros mais coisa menos coisa.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “A vizinha vem cá buscar o que precisa.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Não, não sabia.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Não.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Gosto pouco de meter estranhos cá em casa, mas se fosse para trabalhar...”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “Estou cansado e a minha mulher também. Mesmo que quisesse ajuda já não há ninguém que queira trabalhar. Preferem andar à boa vida e receber na mesma sem trabalhar. Trabalhar cansa muito. E depois nem precisam...”

ENTREVISTA 9

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “67 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Casada.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho a 4ª classe.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou aposentada. Toda a minha vida trabalhei à jorna e em casas da cidade.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Três. O meu marido, eu e a minha irmã desde que ficou viúva, Os meus dois filhos vivem há muito tempo em Almada.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: “Faço a lida da casa e cultivo o nosso terreno e mais um que arrendamos aqui ao lado do nosso. A minha irmã divide o trabalho comigo, e o meu marido, que ainda não se reformou, ajuda quando pode.”
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “No total temos 1 hectare.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Tenho galinhas, coelhos e patos. Vendo ovos de galinha e de pata, e galinhas para carne.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “Temos os mil metros quase todos cultivados, tirando o terreno da casa do pomar e dos galinheiros.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Vendo a duas senhoras amigas que vendem no mercado da cidade e que me compram quase tudo o que cultivamos.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Penso que devemos fazer 300 Euros por mês, o que nos ajuda muito. As nossas reformas são muito pequenas e o Governo ainda nos quer tirar o pouco que temos.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “As duas senhoras que nos compram vêm buscar os produtos de carrinha.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Já ouvi falar mas não sei qual é.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Não.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Até vejo. Nunca pensamos nisso, mas se vierem mesmo trabalhar aqui connosco era bom. O que temos chega bem pra isso, e uma ajuda é sempre bem vinda.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “É sempre escoar os produtos, aqui na aldeia vende-se pouco.”

ENTREVISTA 10

- Questão 1P: Qual a idade?
Resposta: “57 anos.”
- Questão 2P: Qual o estado civil?
Resposta: “Casada.”
- Questão 3P: Quais as habilitações literárias?
Resposta: “Tenho o 9º ano das Novas Oportunidades.”
- Questão 4P: Qual o estado profissional?
Resposta: “Estou desempregada.”
- Questão 5P: Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar?
Resposta: “Quatro. O meu marido e os meus dois filhos que ainda vivem connosco.”
- Questão 6P: Exerce a agricultura a tempo inteiro ou parcial?
Resposta: *A tempo parcial. Trabalho em casa e no nosso campo.*
- Questão 7P: Qual a dimensão da sua exploração agrícola?
Resposta: “Temos 500m2.”
- Questão 8P: Tem na sua exploração animais de interesse pecuário? Se sim, quais? Vende alguns deles?
Resposta: “Tenho galinhas. Vendo ovos de galinha quando tenho a mais. Também os troco com os vizinhos por outras coisas que eles têm a mais e a nós nos falta.”
- Questão 9P: Qual a área da sua exploração destinada a produzir produtos de origem vegetal e animal?
Resposta: “Deixe-me ver, acho que 300m2 mais coisa menos coisa.”
- Questão 10P: A quem vende os seus produtos?
Resposta: “Vamos vendendo cada vez mais, Estamos muito perto da cidade, e há alguma gente da aldeia a viver na cidade que nos vem comprar principalmente legumes e fruta.”
- Questão 11P: Qual o valor que obtém por mês, em média, com a venda deste tipo de produtos?
Resposta: “Não sei ao certo mas deve andar nos 100 Euros. Já dá alguma ajuda. E não precisamos de comprar quase nada fora, só carne e produtos para casa.”
- Questão 12P: Qual a forma de os fazer chegar aos seus clientes?
Resposta: “Os clientes vêm cá buscar. Os mais antigos às vezes telefonam e o meu marido que também está desempregado leva a casa deles.”
- Questão 13P: Sabe que há legislação que permite licenciar pequenas produções, e com isso aumentar de forma legal o seu rendimento familiar mensal?
Resposta: “Não.”
- Questão 14P: Sabe a quem se dirigir para a regularização da sua micro atividade?
Resposta: “Não.”
- Questão 15P: Vê com bons olhos a possibilidade de poder trocar alguns dos seus produtos por horas de trabalho executado pelos seus clientes na sua exploração?
Resposta: “Se calhar nem me importava. Até dava jeito.”
- Questão 16P: Qual é a sua maior dificuldade no desenvolvimento da atividade agrícola?
Resposta: “Falta de dinheiro para investir. Penso que se alugássemos um terreno nós os quatro dávamos um jeito. Clientes vai havendo. As pessoas gostam de saber o que comem, e os preços são mais baixos do que os que há no supermercado. Quando vou ao Continente fico parva com os preços dos legumes e da fruta. De má qualidade, estrangeira e cara. Querem ganhá-lo todo de repente, mas é.”