

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL**

***CAMPUS CHAPECÓ***

**AGRONOMIA**

**CASSANDRA TONELLO**

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NA AGRICULTURA  
FAMILIAR: O CASO DE SARANDI NA REGIÃO NORTE DO RIO GRANDE  
DO SUL**

**CHAPECÓ**

**2021**

**CASSANDRA TONELLO**

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NA AGRICULTURA  
FAMILIAR: O CASO DE SARANDI NA REGIÃO NORTE DO RIO GRANDE  
DO SUL**

**Projeto do trabalho de conclusão de curso  
de graduação apresentado como requisito  
para obtenção de grau de Bacharel em  
Agronomia da Universidade Federal da  
Fronteira Sul.**

**Orientadora Profa. Dra. Inês Claudete  
Burg**

**CHAPECÓ**

**2021**

## RESUMO

O mercado convencional dos produtos agrícolas baseado nos Circuitos Longos tem afastado o produtor do consumidor e, na maioria dos casos, contribui para a exclusão de muitos agricultores, principalmente os de base familiar menos capitalizados, isso porque, o baixo preço da venda de seus produtos acaba inviabilizando a produção em baixa escala. Frente a este problema, algumas instituições e movimentos sociais tem investido seus esforços em práticas alternativas, destacando aqui os Circuitos Curtos, que buscam agregar valor aos produtos através do encurtamento da cadeia produtiva. Este trabalho tem como objetivo analisar os Circuitos Curtos de Comercialização na cidade de Sarandi – RS, região Norte do Rio Grande do Sul com foco na agricultura familiar. Como objetivos específicos busca-se relatar estas práticas, algumas características e potencialidades e destacar exemplos de sucesso na fidelização de clientes e também persistência por parte dos produtores nesta área. O estudo caracterizou-se como qualitativo, exploratório e descritivo. Para geração dos dados realizou-se um estudo de caso, com caráter de observação participante, no mês de Fevereiro de 2021, com observação de produtores e consumidores da feira na cidade de Sarandi - RS. Enquanto resultado observou-se que os Circuitos Curtos são uma alternativa viável para a agricultura familiar, pois valoriza os atores locais e sua produção. Se observou como potencialidade desta prática, vínculos de amizade e confiança entre produtor e consumidor, este último tendo acesso a um alimento mais sustentável. Além disso, observa-se que os Circuitos Curtos na região estudada é uma forma de resistência dos pequenos agricultores familiares frente ao sistema hegemônico atual.

**Palavras-Chave:** Sustentabilidade. Feiras. Venda direta. Fidelização.

## ABSTRACT

The conventional market for agricultural products based on Long Circuits has distanced the producer from the consumer and, in most cases, contributes to the exclusion of many farmers, especially those with less capitalized family base, this because, the low price of the sale of its products ends up making low-scale production unfeasible. Faced with this problem, some institutions and social movements have invested their efforts in alternative practices, highlighting here the Short Circuits, which seeks to add value to products by shortening the production chain. This work aims to analyze the Short Circuits of Production and Commercialization in the North region of Rio Grande do Sul with a focus on family farming. As specific objectives we seek to report these practices, some characteristics and potentialities and to highlight examples of success in the question of customer loyalty and also persistence on the part of producers in this area. The study was characterized as qualitative, exploratory and descriptive. For generating the data we carried out a case study with participant observation of character. As a result, it was observed that the Short Circuits are a viable alternative for family farming, as they value local actors and their production. Was observed as potential of this practice, bonds of friendship and trust between producer and consumer, the latter having access to a more sustainable food. In addition, it is observed that the Short Circuits in the studied region is a form of resistance of small family farmers against the current hegemonic system.

**Keywords:** Sustainability. Fairs. Direct selling. Loyalty

**Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS**

Tonello, Cassandra

CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NA AGRICULTURA FAMILIAR: O CASO DE SARANDI NA REGIÃO NORTE DO RIO GRANDE DO SUL / Cassandra Tonello. -- 2021.  
27 f.

Orientadora: Professora Doutora Inês Claudete Burg

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -  
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de  
Bacharelado em Agronomia, Chapecó, SC, 2021.

1. Circuitos Curtos. 2. Feiras. 3. Venda Direta. 4.  
Fidelização. I. Burg, Inês Claudete, orient. II.  
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

**CASSANDRA TONELLO**

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NA AGRICULTURA  
FAMILIAR: O CASO DE SARANDI NA REGIÃO NORTE DO RIO GRANDE  
DO SUL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Agronomia da Universidade Federal da  
Fronteira Sul (UFFS), como requisito para  
obtenção do título de Bacharel em Agronomia.

**Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 10/05/2021.**

**BANCA EXAMINADORA**

*Ines Claudete Burg*

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ines Claudete Burg– UFFS**

**Orientadora**

*Prof. Dr. João Guilherme Dal Belo Leite*

**Prof. Dr. João Guilherme Dal Belo Leite– UFFS**

**Avaliador**

*Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Valdete Boni*

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Valdete Boni– UFFS**

**Avaliadora**

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. OBJETIVO.....</b>	<b>8</b>
2.1 OBJETIVO GERAL .....	8
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
<b>3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>9</b>
3.1 EVOLUÇÃO DA AGRICULTURA E A REVOLUÇÃO VERDE .....	9
3.2 AGRICULTURA FAMILIAR.....	11
3.3 CIRCUITOS CURTOS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO .....	12
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>16</b>
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>18</b>
5.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA CIDADE DE SARANDI/RS.....	18
5.2 A FEIRA, OS FEIRANTES E AS RELAÇÕES DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO .....	19
5.3 FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E PERSISTÊNCIA DE PRODUTORES.....	21
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>25</b>

## 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Lei 11.326 de 24 de julho de 2006, considera-se agricultor familiar aquele que não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 módulos fiscais; utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do estabelecimento; tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas e dirija o estabelecimento ou empreendimento com a família. (BRASIL, 2006).

Esse setor é numericamente majoritário no rural brasileiro, correspondendo a 77% dos estabelecimentos agrícolas do país, uma área de 80,89 milhões de hectares equivalente a 23% da área agrícola total. Em relação aos estabelecimentos responsáveis pela produção das *commodities* agrícolas de exportação como soja e milho, a agricultura familiar corresponde a um valor de 23% do total no país. Porém, quando analisado os alimentos que vão para a mesa dos brasileiros a agricultura familiar tem participação significativa como, por exemplo, 80% do valor de produção da mandioca, 69% do abacaxi e 42% da produção do feijão (IBGE, 2016).

A agricultura familiar a partir da década de 1960 passa por um processo de modernização comumente conhecida como Revolução Verde, onde muitos agricultores necessitavam aderir à pacotes tecnológicos para permanecer no mercado, porém, este modelo desencadeou uma crise social, econômica e ambiental, o que forçou vários agricultores familiares a buscar novas alternativas econômicas para viabilizar a permanência no meio rural (BADALOTTI *et al.*, 2007).

Entre as alternativas econômicas encontradas pelos pequenos produtores, a principal foi à redução de custos de produção ou a substituição de insumos externos. A redução dos custos é uma estratégia principalmente de reorganização da base produtiva e tecnológica que permite minimizar a dependência dos agricultores em relação ao uso de insumos como sementes de alta tecnologia, fertilizantes e agrotóxicos. Além disso, a busca e construção de novos mecanismos e processos de valorização de produção é uma estratégia de diversificação das atividades agrícolas e ampliação de formas de ingresso para comercialização (SCHNEIDER & FERRARI, 2015).

Ainda neste sentido, observa-se que os consumidores, cada vez mais informados e exigentes, buscam valorizar os produtos alimentares de qualidade diferenciada. Segundo Schneider e Ferrari (2015), está ocorrendo uma mudança no processo da relação

dos produtores com o mercado consumidor, que aumentaram a exigência com a qualidade nutricional e rastreabilidade de produtos (SCHNEIDER & FERRARI, 2015).

Diante disso, entre as estratégias desenvolvidas pelos agricultores familiares na tentativa de capturar uma fatia maior de valor agregado nas principais cadeias de alimentos, criam-se empreendimentos e novas formas de inserção em mercados. Citam-se aqui como exemplos dessas inserções, a organização coletiva em associações e cooperativas, nas quais agricultores são protagonistas e contam com a parceria de diversos agentes (SCHNEIDER & FERRARI, 2015).

A emergência desses novos mercados alimentares, também compreendidos como Cadeias Curtas de Produção, tem, dentre suas várias características, a diminuição e ou eliminação dos intermediários. As Cadeias Curtas, ou Circuitos Curtos permitem a conexão direta entre produtor e consumidor, e proporcionam momentos de interações e conectividade, estabelecendo também uma relação de fidelidade, no qual o ato de comprar torna-se menos impessoal e mais arraigado, a lucratividade assume uma postura secundária (SCARABELLOT; SCHNEIDER, 2012).

Alguns tipos de Circuitos Curtos de Produção são as feiras livres, as vendas de beira de estrada, as cestas entregues direto nas casas dos consumidores. Em relação as definições de qualidade, pode-se citar como exemplo os alimentos orgânicos, naturais, integrais e alimentos livres de Organismos Geneticamente Modificados (OGMs). (RETING, MARSDEN E BANKS, 2003).

Desta forma justificando o interesse em desenvolver este trabalho, pois esta prática torna-se importante tanto para os agricultores excluídos que encontraram uma alternativa de sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo, quanto para o consumidor, que busca nos Circuitos Curtos uma alimentação mais saudável e sustentável.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar os Circuitos Curtos de Comercialização na cidade de Sarandi – RS, região norte do Rio Grande do Sul, com foco na agricultura familiar.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Relatar as práticas de produção/comercialização na feira do produtor rural em Sarandi – RS.

- Destacar exemplos de sucesso na questão da fidelização de clientes e também persistência por parte dos produtores na área de estudo.

### **3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Fundamenta-se a seguir tópicos teóricos para a compreensão posterior dos Circuitos Curtos de Comercialização, com ênfase na cidade de Sarandi, região norte do Rio Grande do Sul.

#### **3.1 EVOLUÇÃO DA AGRICULTURA E A REVOLUÇÃO VERDE**

A agricultura vem sendo praticada há mais de dez mil anos para alimentar a humanidade. Ela é uma ciência revolucionária que mudou a forma do homem viver na terra, pois antes este andava de um lugar para outro, era nômade, e com a agricultura passou a viver em um único lugar, cultivando o seu próprio alimento.

As transformações na agricultura se deram de forma diferente nos diversos lugares do mundo. A primeira grande transição da agricultura foi no século XX onde se teve a passagem da agricultura tradicional para agricultura baseada em insumos industriais. Essa foi uma trajetória da Revolução Contemporânea, caracterizada pela motorização, mecanização, seleção de plantas e animais, maior resistência e rendimento, utilização de fertilizantes e de alimentos concentrados para os animais. Essa revolução progrediu amplamente nos países desenvolvidos e em alguns setores limitados dos países em desenvolvimento. (MAZOYER & ROUDART, 2010).

A Revolução Verde se caracterizou por ser um “pacote tecnológico”, que tinha como objetivo o aumento da produtividade agrícola, por meio da substituição de sistemas produtivos locais ou tradicionais, por práticas tecnológicas como variedades geneticamente melhoradas, agrotóxicos com poder biocida e mecanização maior, fertilizantes químicos de alta solubilidade (BORSATTO, 2007).

Esta revolução foi um ciclo de inovações iniciados com avanços na produção de alimentos através da tecnologia, com foco no melhoramento genético e práticas agrícolas e um aumento da produção agrícola mundial (ALTIERI, 2004).

No que se refere ao processo de desenvolvimento da agricultura brasileira, se, por um lado, a contribuição da ciência e da tecnologia foi fundamental para sua modernização, por outro, a natureza desse processo trouxe, como consequência indesejável, um elevado índice de exclusão social. No primeiro momento, tal exclusão

decorreu da substituição da mão-de-obra pela mecanização intensiva das tarefas agropecuárias. Mais recentemente, esse processo de exclusão vem atingindo os produtores rurais que não conseguem acompanhar o nível de inovação e da padronização tecnológica exigida pelas novas formas de organização dos processos produtivos estruturados no âmbito moderno.

A Revolução Verde teve várias consequências, além de não resolver o problema da fome, ocorreu o aumento na estrutura latifundiária, devido aos pequenos agricultores não conseguirem financiar os seus custos de produção necessários. (BORSATTO, 2007). A tecnologia na agricultura fez com que, os países subdesenvolvidos criassem uma dependência, já que os obtentores das tecnologias - sementes tratadas, insumos, etc., estão localizadas nos países desenvolvidos. Como necessita de investimento significativo,

Devido à baixa dos custos de transporte e à liberalização crescente das trocas agrícolas internacionais, camadas sempre novas do campesinato subequipado, instalado em regiões desfavorecidas, com pouca disponibilidade de terras e pouco produtivas, são confrontadas com a concorrência de gêneros alimentícios a preços muito baixos provenientes dos mercados internacionais. Essa concorrência desencadeia o bloqueio do desenvolvimento e o empobrecimento deles, chegando a levá-los à pobreza extrema e à fome (MAZOYER & ROUDART, 2010, p. 31).

Alguns críticos concluem que a principais desvantagens da Revolução Verde é a degradação ambiental de toda a cadeia produtiva, que vem desde a produção de fertilizantes, a utilização de herbicidas e pesticidas que ambos contribuem na destruição de nutrientes encontrados no solo, além também da degradação cultural dos agricultores tradicionais.

Entre as críticas ao modelo da Revolução Verde, podem ser destacadas três principais. A primeira é a crítica relacionada à parte técnica, no qual o homem inicialmente não compreende que os recursos oferecidos pela natureza são limitados. Com uso inadequado e de forma desenfreada, por exemplo, de agrotóxicos, ocorreu a poluição e envenenamento dos recursos naturais e dos alimentos, a perda da biodiversidade e a destruição dos solos (MOREIRA, 2000).

A segunda crítica relaciona-se ao âmbito social, devido a sua vertente conservadora e provocando conseqüentemente empobrecimento, desemprego, favelização dos trabalhadores rurais, êxodo rural. A terceira crítica refere à natureza econômica, como a elevação de custos associada às crises do petróleo dos anos 70 se

estende na agricultura brasileira como um processo de aumento de custos do pacote tecnológico da Revolução Verde. (MOREIRA, 2000).

Assim, esses questionamentos ambientais geram possibilidade de novos modelos produtivos que apresentem um desenvolvimento sustentável como a produção agroecológica, a orgânica, a natural, a permacultura, entre outros. Estes modelos alternativos de produção garantem uma vantagem comparativa às formas da agricultura familiar, em relação às empresariais. Essa vantagem relaciona-se principalmente devido a valorização das práticas proporcionadas pelo trabalho familiar, como conhecimento biossistêmicas locais que permitem a características de rompimento com a monocultura, a redução dos custos de produção e a empregabilidade no meio rural (MOREIRA, 2000).

### **3.2 AGRICULTURA FAMILIAR**

A agricultura familiar é um segmento que assume várias formas, que se diferencia a depender de fatores como: sistema de produção, característica de exploração de recursos naturais, ambiente natural onde a unidade de produção está inserida, além do nível econômico, sua inserção e participação, com intuito de desenvolvimento e reprodução.

De acordo com o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA e a *Food and Agriculture* – FAO (2000), os vários tipos de produtores são portadores de racionalidades específicas que ademais, se adaptam ao meio no qual estão inseridos, fato que reduz a validade de conclusões derivadas puramente de uma racionalidade econômica única, universal e atemporal que, supostamente caracteriza o ser humano.

Desde o início do processo de ocupação do território brasileiro, a agricultura familiar – por muito tempo chamado de agricultura de subsistência- faz parte da rotina das atividades produtivas do país. A mesma é responsável por 4,3 milhões de unidades produtivas, o que representa 84% dos estabelecimentos rurais do país, e 33% do PIB Agropecuário, empregando assim, 74% de mão de obra no campo (IBGE, 2016).

Constata-se ainda, que durante o processo de modernização da agricultura brasileira (décadas de 1960 e 1970), as políticas públicas para a área rural, em especial a política agrícola, privilegiaram os setores mais capitalizados e a esfera produtiva das commodities voltadas ao mercado internacional e produzidas nos grandes latifúndios, com o objetivo de fazer frente aos desequilíbrios da balança comercial do país.

De modo geral, pode-se dizer que até o início da década de 1990, não havia nenhum tipo de política pública, com abrangência nacional, voltada ao segmento dos agricultores familiares.

Diante disso, no ano de 1996 foi criado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF, para atender a uma antiga reivindicação da organização dos trabalhadores rurais, que demandavam a formulação e a implantação de políticas de desenvolvimento rural específicas para o maior segmento da agricultura brasileira, entretanto, o mais fragilizado em termos de capacidade técnica e inserção nos mercados agropecuários.

Na agricultura é possível identificar a existência de diversos tipos de produtores, que se diferenciam por suas condições socioeconômicas, por suas tomadas de decisão e pela maneira que empregam suas práticas agrícolas. Tal diversidade é capaz de ser identificada numa mesma categoria de produtores, podendo diferenciá-los pela forma de acesso a terra, ao crédito rural, às políticas públicas e recursos naturais, da mesma forma que não apresentam o mesmo nível de capitalização, modo de organização e relacionamento com os agentes das categorias sociais que mantêm em seu entorno (SOUZA, 2013).

Mesmo que se compreendam os sistemas de cultivo, criação e de transformação, isoladamente, a atividade agrícola é bastante complexa, por combinar os diferentes recursos à disposição do agricultor com um diversificado conjunto de práticas agrícolas. Até mesmo a unidade de produção agrícola especializada e que pratica a monocultura pode ser dotada de complexidade e diversidade. A evolução de cada tipo de produtor e de sistemas de produção é determinada por um complexo conjunto de fatores ecológicos, técnicos, sociais e econômicos relacionando-se ao longo da história. (SOUZA, 2013).

Portanto o papel mais destacado da agricultura familiar continua a ser a agregação de valor a produção agrícola e a transformação desta em produtos e serviços que circula em nível local (SCABERLOT & SCHNEIDER, 2012).

### **3.3 CIRCUITOS CURTOS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO**

O enfoque dos Circuitos Curtos de Produção de alimentos, que envolvem relações de maior conexão entre produtores e consumidores, tem sido campo de discussão entre pesquisadores, ocasionando o surgimento de conceitos e caracterizações em diversas partes do mundo. A relação entre mercados e agricultura familiar constitui-se em um tema

que somente recentemente passou a despertar o interesse nos estudiosos rurais (SCHNEIDER & FERRARI, 105, P.29)

De acordo com Guzzatti, Sampaio e Turnes (2014) o Circuito Curto pode ser definido como a produção agrícola que visa o estabelecimento de relações mais diretas entre agricultores e consumidores. Os autores esclarecem ainda que pode ocorrer de forma direta, ou indireta, com a interferência de apenas um intermediário.

Para Pierri e Valente (2015), os circuitos curtos de produção são significativos para a economia local, através da geração de trabalho e renda e oferta de alimentos saudáveis. Ainda na visão desses autores, o intermediário pode atuar de forma positiva na cadeia, auxiliando no escoamento da produção de uma região, oferecendo maior volume e uma oferta diversificada, colocando também no mercado, produtos de agricultores que não estão realizando tarefas de comercialização direta.

De acordo com Marsden *et al.*, (2000), conforme citado por Darold (2016, pg. 2) um fator importante para caracterizar um Circuito Curto é o fato de um produto chegar às mãos do consumidor com informações que lhe permitam saber onde o produto foi produzido (lugar), por quem (produtor) e de que forma (sistema de produção) em detrimento à alimentação padronizada na agricultura industrial.

O agricultor possui uma maior autonomia nos Circuitos Curtos de produção, em relação aos circuitos longos. Os agricultores no Brasil que trabalham integrados com empresas para vendas em supermercados, que se caracterizam como circuitos longos, tem uma menor autonomia em relação à gestão, sendo que o planejamento de produção e a comercialização do mesmo são realizados pelas empresas (DAROLT, 2012).

Para Pierri & Valente (2015), os circuitos curtos de produção são significativos para a economia local, através da geração de trabalho e renda e oferta de alimentos saudáveis. Conforme Scarabelot & Schneider (2012), o estudo dos circuitos curtos de produção sugere formas de comercialização da produção agrícola com maior complexidade entre produtores e consumidores, permitindo uma vinculação com maior interatividade na construção mútua de relações de confiança.

Segundo Gazolla (2011), os mercados que fomentam os Circuitos Curtos de produção podem ser classificados em seis grupos: a) os mercados institucionais (PAA e PNAE); (b) as cadeias curtas ou mercados de venda direta produtor – consumidores (vendas nas ruas, no trabalho, em casa, na própria propriedade, em feiras do produtor);

(c) os mercados de eventos (feiras da agricultura familiar, festas e expo feiras); (d) as cadeias longas (vendas a supermercados, para intermediários e atacadistas distantes); (e) os mercados com pontos de venda formais (supermercados, bares, “bodegões”, restaurantes, cantinas) e; (f) os mercados de organizações sociais em redes (cooperativas, Recosol, quiosques, associações de agricultores).

Com relação aos mercados institucionais, nesse circuito ocorre a venda de alimentos dos agricultores familiares para os programas institucionais, como é o caso do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Estes mercados foram construídos através de leis que regulamentam para incluir, de um lado, as populações receptoras destes alimentos por ocasião do surgimento do Programa Fome Zero e, de outro, para fortalecer os agricultores familiares através da compra de seus produtos (CHMIELEWSKA *et al.*, 2010).

Neste tipo de mercados há o relacionamento dos agricultores e suas organizações com outras entidades como escolas, prefeituras, ONG’s, hospitais, órgãos assistenciais, creches, entre outros para a execução das compras. Ao Estado compete o dever da liberação dos recursos e gestão dos programas junto aos beneficiários e os agricultores envolvidos (GAZOLLA, 2011).

Os mercados institucionais proporcionam efeitos positivos como o fortalecimento das atividades produtivas e da fonte de renda das famílias, incrementando a produção de vários dos produtos que acessam estes mercados. Outro efeito positivo é a relação através das vendas com instituições públicas que, até então, não era parte da dinâmica de comercialização no período anterior aos programas. Como terceiro efeito positivo é o fortalecimento dos circuitos locais de produção e consumo, já que estes mercados aproximam os consumidores dos produtores proporcionando novas dinâmicas de mercados e estimulando o consumo dos alimentos locais (TRICHES & SCHNEIDER, 2010).

Porém de outro lado, uma limitação observada é com relação às experiências informais. Em síntese, para participação nos mercados institucionais é necessário a aprovação dos projetos de aquisição dos alimentos periodicamente, já que a participação dos agricultores nesses mercados só será possível se houver projetos de compras pelo PAA e PNAE. Além disso, observa-se a descontinuidade de vendas junto às famílias beneficiadas (GAZOLLA, 2011).

Sobre às cadeias curtas ou mercados de venda direta dos produtos, no qual a negociação gira em torno das transações entre o produtor e consumidor, não há existência de intermediários ou indústrias alimentares. O principal motivo que levam os produtores a acessarem estes mercados é questão da informalidade perante o Estado para acessarem, por exemplo, os mercados institucionais como já mencionado anteriormente (GAZOLLA, 2011).

Os mercados de venda direta conseguem se manter devido à questão de preço e de qualidades atribuídas aos produtos. Nesse caso, os preços praticados geralmente são inferiores aos pontos formais de comercialização, como por exemplo, os supermercados, tornando-se um canal de comercialização atrativo para os consumidores (OLIVEIRA *et al.*, 2002).

Com relação aos mercados de eventos, estes se referem à comercialização dos produtos em feiras, eventos, festas e em exposições diversas. São mercados que apesar de apresentarem vendas, o foco é a divulgação dos produtos, através de degustações, a visualização dos produtos e a conversa com o consumidor visitante. Esses mercados apresentam grande importância para atingir mercados fora da região de origem, ou seja, é uma forma de apresentação dos produtos para que estes alcancem outras regiões e até mesmo outros estados do Brasil (GAZOLLA, 2011).

No que se refere às cadeias longas de comercialização, a característica principal é o deslocamento da produção de locais de origem para outros mais distantes, e posteriormente é realizada a comercialização. De outro lado, observa-se que esse tipo de comercialização é insustentável do ponto de vista ambiental e econômico, devido aos custos de energia consideravelmente altos para o deslocamento desses produtos (PRETTY *et al.*, 2005). Esse tipo de comercialização apresenta como principal característica a formalização dos negócios e uma escala de produção maior devido a demanda por parte dos consumidores. Entretanto, este relacionamento com as cadeias longa necessita certa atenção por parte dos fornecedores – agricultores -, pois a dependência pode acarretar em termos de fixação de preços, cláusulas de contratos e margem de lucro (PLOEG, 2008).

Os mercados com pontos de vendas formais são aqueles locais no qual a venda dos produtos é formalizada diante as exigências sanitárias, jurídicas e institucionais. Geralmente são locais de comercialização de alimentos tradicionais locais, como por exemplo, supermercados locais, restaurantes, cantinas e “bodegas”. Esse tipo de

comercialização apresenta como desafio aos produtores a qualidade do alimento que será comercializado bem como a sazonalidade de produção, pois também são mercados que exigem certa regularidade de entrega. Diante desses desafios nota-se certa dificuldade em construir novas experiências por parte dos produtores, já que o mesmo estão presos às regras de funcionamento dos pontos formais de comercialização (GAZOLLA, 2011).

Estes mercados são caracterizados por organizações sociais formando redes em torno das iniciativas de agregação de valor, principalmente objetivando a comercialização dos produtos. São constituídos por cooperativas, associações, feiras de produtores, quiosques de venda dos produtos das agroindústrias, grupos informais de agricultores entre outros. São mercados que são constituídos por estas organizações sociais de forma coletiva e não individualmente pelos agricultores como nos outros casos (GAZOLLA, 2011, pg. 17).

Diante disso, observa-se que os circuitos curtos de produção proporcionam a participação ativa dos agricultores tornando-os atores sociais de grande valor nesse processo.

Esses mercados também são desenvolvidos pelas famílias a partir dos seus conhecimentos tácitos e contextuais, se baseiam nos agroecossistemas que estes agricultores possuem, manejam e nas suas práticas de trabalho e rotinas diárias, ou seja, nas suas experiências de vida. É sobre estes pilares que os mercados são constituídos e possuem sustentabilidade, pois os agricultores sabem empiricamente até onde podem utilizar (GAZOLLA, 2011, pg. 23).

#### **4. METODOLOGIA**

A pesquisa desenvolvida tem caráter exploratório, descritivo e qualitativo, isso porque, visa à compreensão ampla do objeto de estudo considerando todos os elementos envolvidos no processo.

O estudo qualitativo pode ser conduzido de diversas formas, através da pesquisa documental, do estudo de caso e da etnografia. No desenvolvimento desse estudo, optou-se pelo estudo de caso.

O estudo de caso é um método de pesquisa que utiliza, geralmente, dados qualitativos, coletados a partir de eventos reais, com o objetivo de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto. Caracteriza-se por ser um estudo detalhado e exaustivo de poucos, ou mesmo de um único objeto, fornecendo conhecimentos profundos (EISENHARDT, 1989; YIN, 2009).

Para tanto, nesta situação, foi realizado um estudo de caso, buscando compreender e relatar o sucesso na questão da fidelização de clientes e também persistência nessa área

por parte dos agricultores familiares feirantes vinculados à feira do Produtor Rural no município de Sarandi, RS.

O estudo de caso é uma modalidade bastante utilizada em pesquisas qualitativas. Para Barros e Lehfeld (2007), o estudo é caracterizado pela sua pesquisa detalhista de uma determinada circunstância voltada à coleta e ao registro de informações. Nesse sentido, esta observação participante envolve o estudo de multicasos, utilizando feirantes e consumidores, sendo esta pautada pelo método qualitativo, pois tende a explorar de uma forma mais subjetiva, levando em consideração as particularidades dos envolvidos. Conforme Cruz (2013), a pesquisa qualitativa procura entender determinados fenômenos de forma mais profunda, trabalhando com descrições, comparações e atribuição de significados, permitindo investigar valores e hábitos dos indivíduos.

Para se compreender as formas de inserção no mercado dos agricultores familiares participantes de feiras, foi utilizado o método de observação participante, como a família faz parte desse projeto à mais ou menos 8 anos, tem-se acesso ao local de comercialização e a integração ao dia a dia na feira, isso facilitou com que se pudesse perceber e até compartilhar algumas experiências que agregaram neste trabalho.

A observação participante se distingue da observação informal, ou melhor, da observação comum. Essa distinção ocorre na medida em que pressupõe a integração do investigador ao grupo investigado, ou seja, o pesquisador deixa de ser um observador externo dos acontecimentos e passa a fazer parte ativa deles (BONI & QUARESMA, 2005).

Para desenvolver o trabalho, foi delimitado um roteiro semiestruturado composto por demarcações como perfil da família; produtos comercializados na feira; relações de produção e consumo; motivação para comercializar/continuar na feira. Para os consumidores, além destas, a atenção maior foi o porquê escolhem comprar na feira e como acontece a fidelização com o produtor.

A observação foi direcionada à ambas as partes envolvidas (produtores e consumidores) participantes da feira do produtor na cidade de Sarandi – RS, no mês de fevereiro de 2021, de forma informal. A atividade deu-se nos dias da feira, durante os momentos de organização entre os feirantes e posteriormente no decorrer em que eram realizadas as vendas. Os resultados dos dias observados, a atenção aos acontecimentos e comportamentos na feira, proporcionaram a compreensão das famílias perante as relações

de consumo que se formam nas feiras livres, bem como o perfil socioeconômico dos agricultores familiares e suas razões em escolher a feira para comercialização dos produtos, da mesma forma que se fez possível a compreensão da fidelização dos clientes.

## **5. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A seguir busca-se através da metodologia proposta relatar os Circuitos Curtos de Comercialização na cidade de Sarandi – RS, região Norte do Rio Grande do Sul com foco na agricultura familiar.

### **5.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA CIDADE DE SARANDI – RS**

Existente desde o ano de 1940, localizada no Norte do Estado do Rio Grande do Sul, a cidade conta com 21.285 habitantes de acordo com o último censo (IBGE, 2017). Sarandi se consolida, cada vez mais, como um município referência na “Região da Produção”, por seu crescimento. O que é agradável aos olhos produz sensações de bem-estar com qualidade de vida que a maior parte dos habitantes, busca por produtos orgânicos e mais saudáveis, fato este fez com que Sarandi desenvolvesse a Feira do Produtor Rural, consolidada há anos.

Nesse contexto as feiras da agricultura familiar, enquanto exemplo mais emblemático de circuitos curtos de comercialização, podem ser considerados vetores de transformações sociais ao oportunizarem aos agricultores familiares melhorias na renda e geração de empregos, além do desenvolvimento regional, quanto ao clima, demanda por determinado produto, estilo de vida e cultura predominante. Os circuitos curtos possibilitam tanto melhorias em aspectos sociais quanto permitem maior interação e proximidade entre o produtor e o consumidor (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012).

### **5.2 A FEIRA, OS FEIRANTES E AS RELAÇÕES DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO**

A feira da Agricultura Familiar é situada no centro da cidade, ao lado da Praça da Matriz, acontece nas terças-feiras, sextas-feiras e sábados, conta com cerca de 15 feirantes que atendem o público no período da tarde (15 às 18 horas) nas terças e sextas e pela

manhã (7 às 11 horas) aos sábados, os produtores possuem um espaço fechado destinado a feira, cedido pelo Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Sarandi. O espaço fica montado e é de responsabilidade dos feirantes sua manutenção e cuidado. Na feira, existe uma grande diversidade de produtos, podendo-se encontrar pães, roscas, verduras, temperos, frutas, legumes e grãos, carnes de frango e derivados de bovinos e suínos, dentre outros. É válido ressaltar que os produtores possuem dias específicos para a feira, desta forma, existem alguns que fazem dois dias por semana, como os que vão somente uma vez, de acordo com a disponibilidade de produtos que possuem para ofertar.

As feiras são ambientes considerados informais, onde se estabelecem relações de interação entre clientes e feirantes, as quais permitem uma aproximação e troca de saberes. A entrada na feira é de livre e o tempo para permanecer no local também. Na feira, encontram-se bancas com estrutura organizada, composta por poucos feirantes, o máximo encontrado são 7/dia, contudo, cada feirante tem uma grande variedade de produtos, estes expostos organizadamente por cada produtor.

A partir dos dados obtidos nos dias em que houve a observação participante à feira, serão apresentados dados no decorrer do texto, que representam as informações obtidas por meio do instrumento de percepção de informações. Para iniciar, de acordo com o perfil dos produtores, a questão de sexo varia e existem casais que exercem juntos essa função. Quanto à idade, varia entre 25 a 65 anos, no quesito núcleo familiar, maioria possui mais membros na casa, estes ajudam no preparo dos produtos e também usufruem da renda obtida na feira.

Relacionando com o perfil de consumidores, 80% do público são mulheres, com idades entre 25 à 70 anos, mencionando quanto ao grupo familiar, geralmente afirmaram que não moram sozinhos e as compras são realizadas para a família toda. Na perspectiva observada várias clientes deslocam-se até a feira para comprar não somente seus produtos, mas também de pessoas próximas, familiares e amigos. Isso demonstra a preocupação em saciar e agradar a todos que fazem parte do seu meio, pois confiam e sentem-se seguros quanto ao que estão adquirindo semanalmente.

Referente a questão dos produtos comercializados, alguns dos produtores compram mercadoria que comercializam na feira e que não são produzidos na propriedade, porém a maioria afirma que a origem dos produtos é exclusivamente da unidade de produção familiar, comentam ainda que alguns produtos são produzidos, mas

não com o intuito de serem vendidos, porém, quando há excedente acabam por comercializar. Nesses ambientes, a gastronomia presente torna-se mais atraente por estar relacionada aos aspectos correspondentes à tradição, à história e ao modo de viver dos moradores” (FREIRE, 2018, p.183). A maioria dos feirantes possuem ainda outras fontes de renda, como por exemplo área plantada com grãos ou até mesmo atividade leiteira em larga escala.

Vale ressaltar que uma das características da agricultura familiar é a produção do seu próprio alimento e a venda geralmente é feita a partir da produção excedente. As mudanças que o agricultor contemporâneo enfrenta, atualmente, fizeram com que muitas práticas e cultivos tradicionais fossem abandonados, contudo, a produção para o consumo familiar é uma prática recorrente que desenvolve diversos papéis na reprodução social desde a diversificação da produção até a geração da segurança alimentar e nutricional (GRISA; GAZZOLA; SCHNEIDER. 2010)

Historicamente, a produção agrícola foi desenvolvida mundialmente com base na agricultura intensiva, mecanizada e utilizando uma série de produtos químicos para angariar maior rentabilidade. Atualmente, a utilização de produtos químicos em massa é um tema bem difundido na sociedade e questionado por determinados setores que se engajam na questão ambiental. Por aproximar os produtores do consumidor final, as feiras ecológicas são consideradas a forma mais adequada de se comercializar os produtos orgânicos, além de estimularem um outro olhar sobre a agricultura (SCHULTZ, 2006). Durante a conversa, os agricultores citaram, com um sentimento de orgulho, que, em seus produtos, na maioria não eram utilizados agrotóxicos, fator este que é de grande importância para os consumidores.

Dessa forma, os agricultores constroem novas e múltiplas formas de inserção no mercado, como produção agroecológica e orgânica, pequenas agroindústrias rurais, feiras livres, casas coloniais, associações e cooperativas de produção, cooperativas de crédito solidário, marcas coletivas, selos de qualidade e redes de certificação coletiva. Além disso, a principal característica observada na região é a proximidade espacial, indicando a riqueza de iniciativas das redes alimentares curtas e a construção social desses mercados (FERRARI, 2011).

Há um acordo dentro da associação de produtores para tabelar os preços, isso faz com que o cliente escolha por qualidade/afinidade e não pela questão do valor. Na

conversa com as agricultoras, uma revelou que a feira proporciona sua independência financeira, por possuir maior autonomia. A feira possui um caixa próprio que facilita a venda/cobrança, dessa forma uma só pessoa é responsável pelo dinheiro que entra no dia e ao finalizar o expediente cada produtor recebe o valor de acordo com seu desempenho de venda. A média de faturamento por feira realizada, de acordo com os dados do caixa envolve a faixa entre R\$3500 a R\$5000,00 ao dia, com maior faturamento no começo do mês. Para a manutenção do local, é cobrado uma porcentagem sobre o valor arrecadado por cada feirante no mês, este valor é destinado para beneficiar os associados a feira, fazem melhorias no ambiente, adquirem equipamentos e até mesmo as confraternizações anuais são pagas com este fundo.

É importante salientar que não somente entre os produtores e consumidores que existe afinidade, as famílias participantes do grupo de feirantes também criam laços e acabam por manter uma amizade fora da feira, ainda, ocorre troca de produtos, sementes, espécies para serem produzidas, dentre outras. Isso fortalece cada vez mais a agricultura familiar, pelo fato de difundir e expandir material e conhecimento.

### **5.3 FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E PERSISTÊNCIA DE PRODUTORES**

Motivação é um elemento relevante para entender o que leva os agricultores a comercializar e permanecer na feira. Para os feirantes, o que mais pesa nesse quesito é em virtude do envolvimento na sucessão familiar, os pais eram feirantes e resolveram continuar com a atividade, fator este que com certeza é o que mais incentiva a permanência na profissão, ainda o ponto de venda ser bem localizado conta muito, também a questão da renda mensal, que para alguns considerada extra, para outros resulta no sustento mensal. Famílias afirmaram que estão no ramo por amor, uma frase que é bastante citada no ambiente, define que o dia da feira é como uma terapia, pois vão interagir e conhecer novas pessoas. São vários os pontos citados, e sabe-se que essa é uma tarefa que exige dedicação e força de vontade para ser exercida com sucesso, para tanto os feirantes sempre ressaltam que são felizes com a profissão, por estarem fornecendo alimentos seguros e de qualidade, com experiência própria é válido salientar que estar nessa profissão é gratificante pela satisfação que denota.

Na observação dos agricultores, dentre os principais motivos pela escolha da feira para comercializar os produtos envolve a praticidade, quando se trata de regularização

perante o órgão pertinente e a possibilidade de comercializar com uma pequena quantidade de produtos, além do fato de que eles têm relação direta com o consumidor, conseguindo preços acima da média dos praticados nos mercados convencionais. Para Alves (2014, p.157) “[...] as feiras ainda hoje são um nicho de mercado para pequenos produtores e pequenos comerciantes apresentarem os seus produtos, quando não conseguem ou não têm dimensão para integrar outras redes de negócio.”

Válido frisar que alguns feirantes comercializam em época de safra, nos supermercados da região, como a cidade é pequena, a busca por produtos frescos e de maior qualidade é alta, dessa forma além da feira, realizam entregas em pontos distintos do município. Geralmente o preço pago compensa e auxilia a escoar a produção.

Pelo motivo de produzirem seu próprio alimento, a compra no supermercado é sempre pequena, ficando restrita a produtos básicos. Conforme Grisa e Schneider (2008), a produção de alimentos para autoconsumo é um mecanismo muito relevante para as famílias, pois proporciona a segurança alimentar e auxilia no combate à pobreza nas propriedades rurais.

Pode-se perceber que os feirantes são muito comprometidos com a qualidade dos produtos que trazem à feira e que priorizam não utilizar nenhum tipo de agrotóxico. Esse ponto é um diferencial que os consumidores encontram na feira, pois estão em busca de alimentos saudáveis. Ademais, como a comercialização geralmente é do excedente, o plantio é realizado para o consumo próprio, dessa forma cabe a compreensão de que o compromisso que os agricultores têm com a sua qualidade de alimentação, têm com os fregueses também.

Os compradores comentam que a feira é um hábito, dias de feira são como se fosse compromisso na semana, programam as compras da casa de acordo com os dias que são habituados a frequentarem a feira ou no dia em que o produtor que gostam de comprar estará presente. As feiras livres são importantes espaços de sociabilidade urbana e troca de saberes, que envolvem o público com produtos e serviços diversificados e vivências bastante relevantes (VEDANA, 2013).

É ouvido que prezam pelas compras na feira pela questão de produtos mais frescos e de qualidade e por criarem confiança nos produtos e feirantes, como pode ser percebido nos encontros semanais, há uma conversa sobre assuntos variados entre os consumidores e comerciantes, não é simplesmente ir para comprar, muitos vão e acabam

passando horas na feira, compartilhando informações e vivências. Além disso, as relações muitas vezes são estendidas para fora do ambiente de comércio, onde fregueses fazem visitas a propriedade, buscam produtos direto da lavoura, dentre outros.

Importante agregar ao trabalho a experiência obtida durante a realização das observações, pois é gratificante perceber todas essas conclusões que são na maioria das vezes conjuntas. Ainda, perceber que as famílias, estão no caminho certo, apaixonados e felizes em alimentar o mundo com o máximo de segurança e qualidade. Para a experiência profissional agregou no sentido de motivar a trabalhar com dedicação, com propósito, independente da área ou direção escolhida, desta forma as realizações dão-se cada dia mais.

Ademais, as feiras proporcionam uma integração entre o rural e o urbano, nelas se formam relações entre produtores e consumidores, avigoradas no estabelecimento de laços de confiança e camaradagem. Esse ambiente faz com que agricultores e consumidores estejam muito satisfeitos com esse mercado e não tenham interesse em deixar a feira.

## **6. CONCLUSÃO**

- 1) Observou-se que as experiências vivenciadas na região através do escoamento da produção nos circuitos curtos são de suma importância para os agricultores familiares, tanto para seu estabelecimento no mercado, bem como para a permanência dos jovens no meio rural;
- 2) O funcionamento da atividade de circuitos curtos de comercialização da agricultura familiar na região norte do Rio Grande do Sul, permite a percepção real que essa prática de comercialização é uma forma de resistência dos pequenos agricultores familiares ao espaço rural;

3) Os consumidores prezam pela qualidade e confiança nos produtos que consomem, desta forma preferem fidelizar-se com o que já conhecem, ainda, possuem o hábito de ir à feira e manter relações com os produtores.

4) Diante disso, os circuitos curtos de produção e comercialização, podem ser compreendidos como uma prática para a continuidade da agricultura familiar da região, gerando constantemente a valorização desses atores sociais, ascendo socialmente e economicamente as famílias envolvidas nesse serviço, proporcionando melhor relação entre produtor e consumidor e por último e não menos importante, promove para os consumidores um alimento saudável e sustentabilidade em sua produção.

## REFERÊNCIAS

ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 4.ed. –Porto Alegre : Editora da UFRGS, 2004

ALVES, Jorge. **Feiras e mercado interno na História Contemporânea: algumas notas avulsas**. 3. ed. Vila do Conde: Saraiva, 2014. 155-165 p.

BADALOTTI, Rosana Maria et al. Reprodução social da agricultura familiar e juventude rural no oeste catarinense. **VII RAM**, 2007.

BARROS, A. J.; LEHFELD, N. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

BORSATTO, Ricardo Serra. **Agroecologia: um caminho multidimensional para o desenvolvimento agrário do Litoral Paranaense**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná.

BONI, V. QUARESMA, J. S. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC** Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005, p. 68-80

BRASIL, Lei. 11.326, de 24 de Julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para formulação da política nacional da agricultura familiar e empreendimento familiares rurais**, **Diário Oficial da União-Seção**, p. 1-25, 2006.

CHMIELEWSKA, Danuta; SOUZA, Darana; LOURETE, Acácio Alvarenga. **O Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) e as práticas dos agricultores participantes orientadas ao mercado: estudo de caso no Estado de Sergipe**. Texto para Discussão, 2010.

CRUZ, V. A. G. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2013.

DAROLT, Moacir Roberto et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & sociedade**, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2016.

DAROLT, M.R. **Conexão Ecológica: novas relações entre produtores e consumidores**. Londrina: IAPAR, 2012. 162 p.

EISENHARDT, K.M. **Building theories form case study research**. **Academy of Management Review**. New York, v. 14 n. 4, 1989.

FERRARI, Dilvan Luiz. **Cadeias Agroalimentares Curtas: a Construção Social de Mercados de Qualidade pelos Agricultores Familiares em Santa Catarina**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2011.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. **Mercados públicos: de equipamentos de abastecimento de alimentos a espaços gastronômicos para o turismo**. **Geografares**, [s.l.], n. 25, p. 176-198, 27 jun. 2018. **Geografares**. <http://dx.doi.org/10.7147/geo25.17856>. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/geografares/article/view/17856/13697>. Acesso em: 11 maio 2021

GAZOLLA, Marcio. **Atores sociais e novidades na agroindústria familiar rural: avançando nos debates sobre os seus mercados**. In: III Colóquio Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural. Porto Alegre, 2011.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C. & TURNES, V. A. **Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França**. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16 (3). 363-375, 2014.

GRISA, C.; GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. A "**produção invisível**" na agricultura familiar: **autoconsumo, segurança alimentar e políticas públicas de desenvolvimento rural**. **Agroalimentaria**, Mérida, v. 16, n. 31, p. 65-79, jul. 2010.

GRISA, C; SCHNEIDER, S. "Plantar para o gasto" a importância do autoconsumo entre famílias de agricultores do Rio Grande do Sul. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. Brasília, v. 46, n. 2, p.481-515, abr./jun. 2008.

IBGE. Censo Agropecuário, 2017. **Rio de Janeiro**, 2016. Disponível em: <[https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/pdf/agricultura\\_familiar.pdf](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/pdf/agricultura_familiar.pdf)> Acesso em 10 de abr. 2021

INSTITUTO BRASILEIRO de GEOGRAFIA e ESTATÍSTICAS (IBGE). **IBGE Cidades**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sarandi/panorama>> Acesso em 06 abr. 2021.

INCRA/FAO. **Novo retrato da agricultura familiar: o Brasil redescoberto**. Brasília: INCRA/FAO, 2000.

KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. **Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil**. München, Germany: Organic Services e Jundiaí-SP: Vitalfood, 2011, 38p. 2010.

MARSDEN, Terry; BANKS, Jo; BRISTOW, Gillian. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.

MATTE, A.; NESKE, M. Z.; BORBA, M. F. S.; WAQUIL, P. D. & SCHNEIDER, S. **A realocação e o mercado de cadeias curtas na pecuária familiar do território Alto Camaquã no sul do Rio Grande do Sul**. En: 7º Encontro de Economia Gaúcha. PUC, Porto Alegre, 2014.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. tradução de Cláudia F. Falluh Balduino20 Ferreira. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**.— São Paulo: Editora UNESP, 2010.

MOREIRA, Roberto José. Críticas ambientalistas à revolução verde. **Estudos sociedade e agricultura**, 2000.

OLIVEIRA, Jay; PREZOTTO, Leomar Luis; VOIGT, Leandro. Diagnóstico e potencial das agroindústrias familiares do estado do Rio Grande do Sul: relatório de estudo especial. **Florianópolis: Cooperativa dos Engenheiros Agrônomos de Santa Catarina**, 2002

PIERRI, MCQM; VALENTE, ALEF. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura. Anais. In: **53º Congresso de Economia e Sociologia Rural. Alagoas**. 2015

PRETTY, Jules N. et al. Custos agrícolas e milhas de alimentação: Uma avaliação do custo total da cesta básica semanal do Reino Unido. **Política alimentar**, v. 30, n. 1, pág. 1-19, 2005.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. **Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development**. **Environment and Planning A**, v. 35, n. 3, p. 393-411, 2003.

SCARABELOT, Maristela; SCHNEIDER, Sérgio. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local. **Revista Faz Ciência**, v. 14, n. 19, p. 101, 2012.

SCHNEIDER, Sérgio; FERRARI, Dilvan Luiz. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar—o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, 2015.

SCHULTZ, G. **As cadeias produtivas de alimentos orgânicos do município de Porto Alegre/RS frente à evolução das demandas do mercado: lógica de produção e/ou de**

**distribuição.** Dissertação (Mestrado em Agronegócios), Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

SILVA, E. B.; CARDOSO, F. T.; SOUZA, G. G. & ALMEIDA, A. Perfil sócio econômico de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.8 (1). 83-89, 2013.

TRICHES, Rozane Marcia; SCHNEIDER, Sergio. Alimentação escolar e agricultura familiar: reconectando o consumo à produção. **Saúde e Sociedade**, v. 19, p. 933-945, 2010.

VAN DER PLOEG, Jan Douwe. **Camponeses e Impérios Alimentares; lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização.** UFRGS Editora, 2008.

VEDANA, Viviane. **Fazer a feira e ser feirante; Horizontes Antropológicos** [online], 39 | 2013, posto online no dia 28 outubro 2013, consultado no dia 17 maio 2021. URL: <http://journals.openedition.org/horizontes/330>

YIN, R.K. **Case study research, design and methods (applied social research methods).** Thousand Oaks. California: Sage Publications. 2009.