

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL**  
**CAMPUS CERRO LARGO**  
**CURSO DE AGRONOMIA**

**EULALYA OLIVEIRA BARRILARI**

**QUIOSQUES MISSIONEIROS:**  
**INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA**

**CERRO LARGO**  
**2022**

**EULALYA OLIVEIRA BARRILARI**

**QUIOSQUES MISSIONEIROS:  
INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA**

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

Orientador: Prof. Dr. Evandro Pedro Schneider

Co-orientador: Jeferson Tonin

**CERRO LARGO**

**2022**

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

Barrilari, Eulalya Oliveira

Quiosques Missioneiros: Inclusão da digitalização e transição produtiva / Eulalya Oliveira Barrilari. -- 2022.

67 f.:il.

Orientador: Prof. Dr. Evandro Pedro Schneider

Co-orientador: Jeferson Tonin

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Bacharelado em Agronomia, Cerro Largo, RS, 2022.

1. Quiosques Missioneiros. 2. Digitalização. 3. Transição produtiva. 4. Agroecologia. 5. Agricultura familiar. I. Schneider, Evandro Pedro, orient. II. Tonin, Jeferson, co-orient. III. Universidade Federal da Fronteira Sul. IV. Título.

**EULALYA OLIVEIRA BARRILARI**

**QUIOSQUES MISSIONEIROS: INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO|E  
TRANSIÇÃO PRODUTIVA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Agronomia da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS).

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em 25/03/2022.

**BANCA EXAMINADORA**

Documento assinado digitalmente  
EVANDRO PEDRO SCHNEIDER  
Data: 11/04/2022 13:43:06-0300  
Verifique em <https://verificador.br.br>

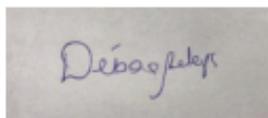
---

**Prof. Dr. Evandro Pedro Schneider**  
Orientador



---

**Jeferson Tonin**  
Co-orientador



---

**Prof. Dra. Débora Leitzke Betemps**  
Avaliadora

## RESUMO

O presente trabalho consiste em trazer a relevância pela qual a agricultura familiar tem para a alimentação da população, bem como suas dificuldades e também vantagens na comercialização de seus produtos. Com isso, foi buscado saber como foram criados e como funcionam os Quiosques Missioneiros, com seus produtos oriundos inteiramente da agricultura familiar e de produtores locais das Missões. O sistema agroalimentar mundial atualmente baseia-se na produção de monocultivos, sendo que são estes que abastecem as indústrias e o mercado de alimentos processados, a partir das cadeias longas de comercialização, com um sistema de produção que normalmente causa uma modificação/artificialização dos ecossistemas, trazendo impacto sobre os grupos de agricultores familiares que mantêm a tradição de policultivos com foco no autoconsumo e comercialização de excedente. A pandemia da Covid-19 causou diversos efeitos no sistema alimentar hegemônico, sendo uma alternativa para a mesma a construção de sistemas alimentares mais sustentáveis. Mas também trouxe uma busca pela construção de sistemas alimentares mais sustentáveis, bem como por alimentos mais saudáveis e naturais. A atual pesquisa teve como foco analisar a estratégia da criação dos Quiosques Missioneiros e suas funcionalidades, onde buscou identificar as potencialidades e os desafios da diversificação produtiva com busca por uma transição agroecológica voltada para os circuitos curtos de comercialização, juntamente com a inclusão da digitalização dos mercados alimentares. Atualmente as redes sociais têm grande importância para os quiosques, mas a transição produtiva não é de tanta relevância para os atores sociais estudados. A maior consequência gerada pela pandemia da Covid-19 foi a diminuição do público visitante e também consumidor dos Quiosques Missioneiros, e deve-se considerar a Inclusão da Digitalização e Transição Produtiva como uma estratégia para contornar essa consequência mesmo que em pequena escala. O possível desenvolvimento e geração de uma rede de ligação entre os Quiosques Missioneiros poderia gerar uma maior união entre os locais de comercialização direta e uma diversificação dos produtos comercializados. Ainda há muitos entraves que precisam ser superados para uma melhora e equilíbrio nessa categoria de comércio, principalmente em questão de administração dos pontos de venda, de uma assistência e incentivo público para a possibilidade de melhora disso. A criação dos Quiosques Missioneiros

melhorara e facilitara muito a comercialização dos produtos coloniais oriundos da agricultura familiar local, ajudando a valorizar essa categoria e foram também à criação de um ponto de comercialização de confiança para os produtores familiares, considerando que a venda direta de cadeia curta pode ser relacionada a uma venda certa dos produtos disponibilizados nos quiosques.

Palavras-chave: Agricultura familiar; Transição produtiva; Inclusão da digitalização; Agroecologia.

## ABSTRACT

The present work consists of bringing the relevance that family farming has for the population's food, as well as its difficulties and also advantages in the commercialization of its products. With this, it was sought to know how the Missionary Kiosks were created and how they work, with their products coming entirely from family farming and local producers in the Missions. The world agrifood system is currently based on the production of monocultures, and these are the ones that supply the industries and the market of processed foods, from the long chains of commercialization, with a production system that normally causes a modification/artificialization of ecosystems. , bringing an impact on the groups of family farmers who maintain the polyculture tradition focused on self-consumption and surplus commercialization. The Covid-19 pandemic caused several effects on the hegemonic food system, with the construction of more sustainable food systems being an alternative. But it also brought a quest to build more sustainable food systems, as well as healthier, more natural foods. The current research focused on analyzing the strategy for the creation of Missionary Kiosks and their functionalities, where it sought to identify the potential and challenges of productive diversification with the search for an agroecological transition focused on short commercialization circuits, together with the inclusion of digitalization of food markets. Currently, social networks are of great importance for kiosks, but the productive transition is not of much relevance to the social actors studied. The biggest consequence generated by the Covid-19 pandemic was the decrease in the visiting public and also consumer of Missionary Kiosks, and the Inclusion of Digitization and Productive Transition should be considered as a strategy to circumvent this consequence, even if on a small scale. The possible development and generation of a connection network between the Missionary Kiosks could generate a greater union between the places of direct commercialization and a diversification of the commercialized products. There are still many obstacles that need to be overcome for an improvement and balance in this category of commerce, mainly in terms of management of points of sale, assistance and public incentives for the possibility of improving this. The creation of Missionary Kiosks greatly improved and facilitated the commercialization of colonial products from local family farming, helping to enhance this category and also created a reliable commercialization point for family producers, considering that the direct

sale of the short chain can be related to a certain sale of the products available at the kiosks.

Keywords: Family farming; Productive transition; Inclusion of digitization; Agroecology.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Quiosques de Salvador das Missões (A); Guarani das Missões (B); Bossoroca (C) e o Museu das Missões com a Redução de São Miguel ao fundo (D). .....	19
Figura 2 – Mapa do Território Missões/RS .....	27
Figura 3 – Quiosque Missioneiro de Bossoroca .....	30
Figura 4 – Quiosque Missioneiro de Caibaté.....	31
Figura 5 – Quiosque Missioneiro de Cerro Largo .....	33
Figura 6 – Quiosque Missioneiro de Entre-Ijuís.....	34
Figura 7 – Quiosque Missioneiro de Guarani das Missões .....	36
Figura 8 – Quiosque Missioneiro Salvador das Missões .....	38
Figura 9 – Quiosque Missioneiro Santo Antônio das Missões.....	39
Figura 10 – Quiosque Missioneiro São Luiz Gonzaga .....	41
Figura 11 – Quiosque Missioneiro São Nicolau.....	42
Figura 12 – Quiosque Missioneiro São Paulo das Missões .....	44
Figura 13 – Quiosque Missioneiro Vitória das Missões.....	45
Figura 14 – Relação de funcionamento dos Quiosques Missioneiros .....	46
Figura 15 – Uso da Digitalização nos Quiosques Missioneiros .....	47
Figura 16 – Transição Produtiva nos Quiosques Missioneiros.....	49

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
GPS	Sistema de Posicionamento Global
PRONAF Familiar	Programa Nacional de Fortalecimento a Agricultura Familiar
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
REMAF	Rede Missioneira da Agricultura Familiar
COOPAGRIB	Cooperativa da Agricultura Familiar de Bossoroca
COOPACEL Agricultura Familiar de Cerro Largo	Cooperativa de Produção e Comercialização da Agricultura Familiar de Cerro Largo
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
AMAFEI Artesãos de Entre-Ijuís	Associação Missioneira de Agricultores Familiares e Artesãos de Entre-Ijuís
COOGUARANI Guarani das Missões	Cooperativa dos Agricultores Familiares e Artesãos de Guarani das Missões
COOPAX	Cooperativa dos Pequenos Agricultores de Porto Xavier
COOPAF	Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar
APAM	Associação de Produtores e Artesãos Missioneiros
COOPARTE	Cooperativa Agroindustrial de Artesãos
COOPERMISSIONEIRA	Cooperativa Missioneira de Agricultores e Artesãos
COOPERIPE São Paulo das Missões Ipê	Cooperativa da Agricultura e Agroindústria Familiar de São Paulo das Missões Ipê
ONU	Organização das Nações Unidas
FMI	Fundo Monetário Internacional
OCDE Econômico	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
APP	Aplicativo
SUSAF Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte	Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>13</b>
2.1	OBJETIVO GERAL.....	13
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
<b>3</b>	<b>REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>14</b>
3.1	CARACTERÍSTICAS DA AGRICULTURA FAMILIAR.....	14
3.2	QUIOSQUES MISSIONEIROS .....	18
3.3	INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA.....	19
3.4	REAÇÕES SOBRE A PANDEMIA DO COVID-19 .....	23
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>24</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>26</b>
5.1	OS QUIOSQUES MISSIONEIROS ATUALMENTE .....	28
5.2	INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA.....	46
5.3	CONSEQUÊNCIAS GERADAS PELA PANDEMIA DA COVID-19 .....	51
5.4	FALTA DE SUCESSÃO FAMILIAR E/OU CONTINUIDADE AS ATIVIDADES DE AGRICULTURA FAMILIAR .....	52
5.5	FALTA DE ASSISTÊNCIA, INCENTIVO PÚBLICO E VALORIZAÇÃO A AGRICULTURA FAMILIAR .....	52
<b>6.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>53</b>
<u>   </u>	<b>APÊNDICE A – Roteiro da entrevista.....</b>	<b>56</b>
<u>   </u>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>57</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo o Censo Agropecuário do IBGE (2017), a agricultura familiar representa 77% dos estabelecimentos agrícolas do país, porém, ocupando uma área menor, 80,89 milhões de hectares, o equivalente a 23% da área agrícola total. A região Sul conta com cerca de 20% do total de estabelecimentos rurais representados pela agricultura familiar, estando em 3º lugar no Brasil. Com isso, deve-se levar em conta a ampla importância desta categoria da agricultura brasileira, tanto em números, fazendo parte significativa da economia, quanto no quesito social.

Tendo em vista o grande aumento da monopolização atual da agricultura, e da importância da venda de grãos como trigo-soja no país, por exemplo, ser cada vez mais crescente, diminuiu-se o espaço para outras culturas de menor importância mercantil. E com isso os trabalhadores e dependentes da agricultura familiar necessitaram de iniciar uma busca por uma forma de conseguir um incremento em sua renda, bem como facilitar a venda de seus produtos, e inclusive para que fosse possível continuar se mantendo no meio rural.

Desta forma, agricultores familiares da Região das Missões, se juntaram para criar uma rede direta de venda de seus produtos, trazendo assim muitos benefícios para todos, e fazendo com que estes produtores passassem a estar mais inseridos também na venda e não mais apenas na etapa de produção de seus produtos, tendo assim também um maior contato com o consumidor.

Com essa necessidade de criação de uma nova forma de venda, considerada uma venda direta, ou seja, onde o produtor tem contato direto com o seu cliente, que é aquele que será o consumidor final do produto, surgiram os “Quiosques Missioneiros”, com a venda de produtos vindos somente da agricultura familiar, não apenas frutas e verduras que são os alimentos mais lembrados quando é falado desse tipo de produto, mas também produtos artesanais e coloniais, como subprodutos do leite (queijos, iogurtes, etc.), e subprodutos de outras culturas como da cana-de-açúcar (álcool, melado, bebidas), entre outros (SCHNEIDER; PRESTES, 2016).

O surgimento da pandemia da Covid-19 trouxe com ele reações sobre as vendas diretas, uma vez que neste meio tempo houve a necessidade de uma redução do contato pessoal em todo o mundo, fazendo com que fosse necessária a

busca por um novo formato de venda. Por outro lado, houve também um aumento na busca por uma agricultura sustentável, ou seja, alimentos mais saudáveis, o que consequentemente fez com que aumentasse também a procura pela agricultura local. Com o surgimento da pandemia, a preocupação com a origem e com a qualidade dos alimentos tornou-se uma máxima, o que influenciou os hábitos alimentares e também a valorização da produção local e a alimentação saudável.

A inclusão da digitalização no dia-a-dia esta cada vez mais presente, e traz consigo vantagens para quem faz o uso desse meio digital. A criação de plataformas de vendas ou utilização de redes sociais para a realização de vendas tem ajudado a facilitar o contato de produtor/vendedor com o consumidor. Portanto, podemos considerar o uso de ferramentas digitais um ato de grande valia para os Quiosques Missionários, fazendo com haja um favorecimento entre ambas as partes.

Existe ainda a busca por uma maior inclusão produtiva e mercantil dos agricultores familiares e da produção oriunda da agricultura familiar. Logo, as políticas públicas existentes podem trazer vantagens, bem como auxílio a esses produtores. Deste modo é visível a importância do apoio do sistema político e administrativo para que a inclusão produtiva tenha cada vez mais êxito, mas deve ser salientado que esses produtores devem usar das políticas criadas para que estas não sejam desperdiçadas, pois foram desenvolvidas justamente para melhorar e ajudar essa categoria.

E, tendo em vista os efeitos da pandemia da COVID-19 sobre os mercados e comercialização de alimentos, juntamente com a busca por uma agricultura mais sustentável trazendo à tona a transição produtiva, a inclusão da digitalização nesta área assume papel de uma ferramenta que pode ajudar na inserção das cadeias de comercialização da produção agrícola.

## **2 OBJETIVOS**

Os objetivos desta pesquisa foram organizados em geral e específicos.

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar e identificar se os novos mercados que estão surgindo no contexto da atual digitalização ampliam as formas pelas quais se dá a inclusão produtiva, e se

isso acaba resultando na diversificação e qualificação da produção local, bem como em uma maior transição produtiva.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar a presença e efeitos da digitalização, na comercialização, no gerenciamento de estoque e na gestão de cada um dos quiosques missioneiros.
- Identificar quais as tecnologias digitais são adotadas na comercialização e seus limites de uso.
- Verificar o potencial de inclusão das tecnologias digitais para os atores sociais estudados, como fornecedores e consumidores de alimentos saudáveis.
- Verificar em qual nível de transição produtiva se encontram os produtores locais incluídos nos quiosques missioneiros.
- Identificar o efeito do período de pandemia sobre a diversificação produtiva dos produtores associados.

## 3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 3.1 CARACTERÍSTICAS DA AGRICULTURA FAMILIAR

O termo agricultura familiar tem por conceito um grupo social onde a família além de proprietária do local, que é o meio de produção, também é quem se encarrega do trabalho produtivo nesse meio (WANDERLEY, 1999). É considerada como uma atividade agrícola realizada por pequenos produtores, onde a renda gerada é a renda principal do grupo familiar. Não é um termo considerado novo, porém tem grande utilização atual e têm sido muito incluído nos meios acadêmicos, políticas de governo e nos movimentos sociais, fazendo com que se adquiram novos significados sobre esse conceito (ALTAFIN, 2007).

Apesar de essa atividade ter sido diminuída com o passar dos anos, ela segue tendo ampla importância ao Brasil, e é uma atividade que deve ser respeitada não apenas pela produção de alimentos, mas por outros fatores como a distribuição de renda para os agricultores envolvidos nessa produção, bem como a geração de empregos e a sua agregação de valor nos produtos produzidos (BAMBERG, 2017).

A condição atual da agricultura familiar no Brasil resulta de todo um desenvolvimento de fatos históricos, que teve início na colonização, e teve influência de acontecimentos políticos, econômicos e sociais da época até a atualidade (SILVA; JESUS, 2007).

Um grande marco da história da agricultura é a conhecida “Revolução verde”, que foi onde o Brasil iniciou o processo de modernização da sua agricultura, ou seja, passou a incorporar novos meios tecnológicos em sua produção, como a utilização de sementes melhoradas, o uso de adubos, fertilizantes e defensivos agrícolas ou agrotóxicos e a utilização de novos maquinários para diferentes etapas da produção. (GROSSI; SILVA, 2002).

Segundo Grossi e Silva (2002) as bases para a “Revolução Verde” iniciaram na década de 50, ano em que passaram a se instalar no Brasil novas indústrias, que eram produtoras de insumos para a agricultura (adubos químicos, máquinas, agrotóxicos), e o Governo passou a montar inúmeros instrumentos para incentivar o uso dessas tecnologias. E então na década de 60 iniciou-se, de fato, a “Revolução verde”. E a partir disso iniciou também o êxodo rural, pois muitas tarefas na lavoura passaram a ser mecanizadas, fazendo com que diminuiu-se a necessidade de trabalhadores, o que acarretou em uma alta no desemprego, fazendo com que as pessoas não tivessem outra opção a não ser largar o campo e ir para a cidade.

Nas décadas consecutivas o progresso tecnológico continuou aumentando, e a modernização brasileira seguiu seu curso, integrando tecnologias cada vez mais sofisticadas, como a inseminação artificial, a manipulação de embriões, máquinas equipadas com GPS e monitoradas via satélite, produtos transgênicos etc., essas novidades tecnológicas de produção foram sendo inseridas e se tornando peças cada vez mais frequentes da nossa agricultura. (GROSSI; SILVA, 2002)

Segundo Silva e Jesus (2007), “[...] parece ser possível afirmar que a agricultura familiar no Brasil surge como uma forma de produção alternativa à monocultura e ao latifúndio do período colonial [...]”, pois mesmo com a modernização tendo aumentado tanto, os pequenos produtores conseguiram se adaptar e achar seu local no meio de tudo isso, tendo grande importância no processo de desenvolvimento rural do país.

Perante todas as transformações ocorridas durante a história da agricultura, o pequeno produtor passou a ter novas necessidades em relação a sua produção, segundo Dalcin, Oliveira e Troain (2010) “[...] a agricultura modificou-se e o produtor

rural passou a necessitar de conhecimento e agilidade na busca de competitividade e, até mesmo, de sobrevivência neste novo cenário de complexidade.". O produtor de pequena escala precisou então buscar novas técnicas de gestão, bem como modernização para sua produção, não apenas pela competitividade no mercado, mas também para facilitar seus esforços.

A partir disso se iniciou um processo de reforço para as agroindústrias rurais, mesmo estas tendo surgido décadas antes foi a partir dos anos 90 que as políticas públicas passaram a apoiar estes estabelecimentos. De acordo com a EMATER/RS (2012):

I - agroindústria familiar é o empreendimento de propriedade ou posse de agricultor(es) familiar(es) sob gestão individual ou coletiva, localizado em área rural ou urbana, com a finalidade de beneficiar e/ou transformar matérias-primas provenientes de explorações agrícolas, pecuárias, pesqueiras, aquícolas, extrativistas e florestais, abrangendo desde os processos simples até os mais complexos, como operações físicas, químicas e/ou biológicas.

As agroindústrias familiares devem ser relacionadas com o progresso da agricultura familiar, visto que contribuem na renda familiar, bem como na diminuição da vulnerabilidade socioeconômica dos agricultores, ajudam na economia local e na valorização e preservação dos hábitos culturais, lembrando que estimulam a proximidade social entre produtor-consumidor, aumentam a criação de empregos no campo, e também trazem redução do êxodo rural (WESZ JUNIOR; TRENTIN; FILIPPI, 2009).

Em 1995 foi criado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), passando a marcar o reconhecimento do Estado brasileiro à agricultura familiar (GRISA; WESZ JUNIOR; BUCHWEITZ, 2014). De acordo com Grisa, Wesz Junior e Buchweitz (2014), o programa é uma política pública que vincula diversas ferramentas, como o crédito rural, o financiamento de infraestruturas e serviços básicos municipais (Pronaf Infraestrutura), e a capacitação e profissionalização dos agricultores familiares e demais atores relacionados com a categoria. Durante mais de 20 (vinte) anos de existência do programa muitas mudanças ocorreram, atualmente o programa conta com 8 (oito) subprogramas do Pronaf, trazendo melhorias e ajustes, sempre em busca de oferecer mais benefícios e auxílios aos usuários do programa.

A inclusão produtiva tem tido destaque na agenda de política pública nacional, na última década, pode-se perceber a atenção que o Estado está tendo ao formular políticas públicas e promover ações que alterem as condições e capacidades de reprodução social das famílias de agricultores familiares, por meio de adequadas políticas voltadas à inclusão produtiva (SOUZA *et al.*, 2017).

Segundo Souza, Jesus e Beraldo (2020), as dificuldades que mais envolvem a inclusão produtiva de agricultores familiares estão relacionadas à questão da dificuldade de acesso ao serviço de extensão rural, falta de inspeção sanitária, baixa participação em políticas públicas de comercialização e dificuldade de organização social e produtiva.

Atualmente, podemos ressaltar que as políticas públicas, como o PRONAF, incentivam cada vez mais os pequenos agricultores a investir e também acreditar no potencial de suas propriedades, e com isso, tendem a permanecer no campo e assim, conseqüentemente, gerar uma reprodução social e econômica através da agricultura familiar (SAVOLDI; CUNHA, 2010). Posto isso, percebe-se a grande importância do apoio e também dos projetos criados pelas entidades políticas e administrativas para os produtores locais, fazendo assim com que a inclusão produtiva tenha mais êxito a cada dia.

A agricultura familiar é uma categoria rural muito conhecida pela sua pluriatividade, que segundo Schneider (2003), seria “[...] se dedicar ao exercício de um conjunto variado de atividades econômicas e produtivas [...]”.

Carneiro (2013, p. 80) afirma:

Em suma, é importante considerar a pluriatividade como uma condição para manter a população no campo e também para viabilizar as pequenas unidades produtivas que não conseguem, por motivos vários, responder integralmente às demandas do mercado, sustentando-se exclusivamente na atividade agrícola.

Desta forma, tendo em vista a ampla importância econômica e social da agricultura familiar para o Brasil, apoiar esta categoria é uma responsabilidade no âmbito tanto do desenvolvimento rural quanto do desenvolvimento local, no qual os aspectos econômicos, sociais, ecológicos e culturais devam ser igualmente levados em conta quando forem buscadas soluções não excludentes desses trabalhadores (CARNEIRO, 2013). A partir da pesquisa realizada, foi possível trazer resultados e análises então os doze quiosques missioneiros.

### 3.2 QUIOSQUES MISSIONEIROS

Segundo Schneider e Prestes (2016), com o avanço do binômio trigo-soja e da especialização da produção leiteira e suinícola integrada na região das Missões, muitas unidades de produção familiares não conseguiram acompanhar os novos incrementos de tecnologia, e com isso passaram por um processo de descapitalização. E então as famílias que não deixaram o meio rural tiveram que passar a procurar alternativas para que conseguissem manter a sua renda familiar e em alguns momentos conseguir também incrementá-la e, além disso, igualmente para conseguir manter a reprodução social.

A inclusão dos agricultores familiares no mercado de produtos alimentares ainda é um desafio, atualmente em todo o mundo são criadas políticas públicas e iniciativas para auxiliar os agricultores nesse processo de inserção. O Brasil também tem algumas estratégias, e em nossa região se destacam as feiras livres como métodos locais (SCHNEIDER; PRESTES, 2016).

Os Quiosques Missioneiros foram gerados a partir da necessidade de construção de um novo mercado para a comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar. Com o objetivo de atendimento a um público consumidor externo aos municípios, pessoas que transitavam pelas rodovias das missões, por exemplo, com esse comércio passariam a ter um acesso facilitado ao ponto de venda dos produtos coloniais, contribuindo no aumento da renda dos produtores familiares e artesãos missioneiros, e também ajudando a evitar a concorrência com os supermercados e comércios locais (SCHNEIDER; PRESTES, 2016).

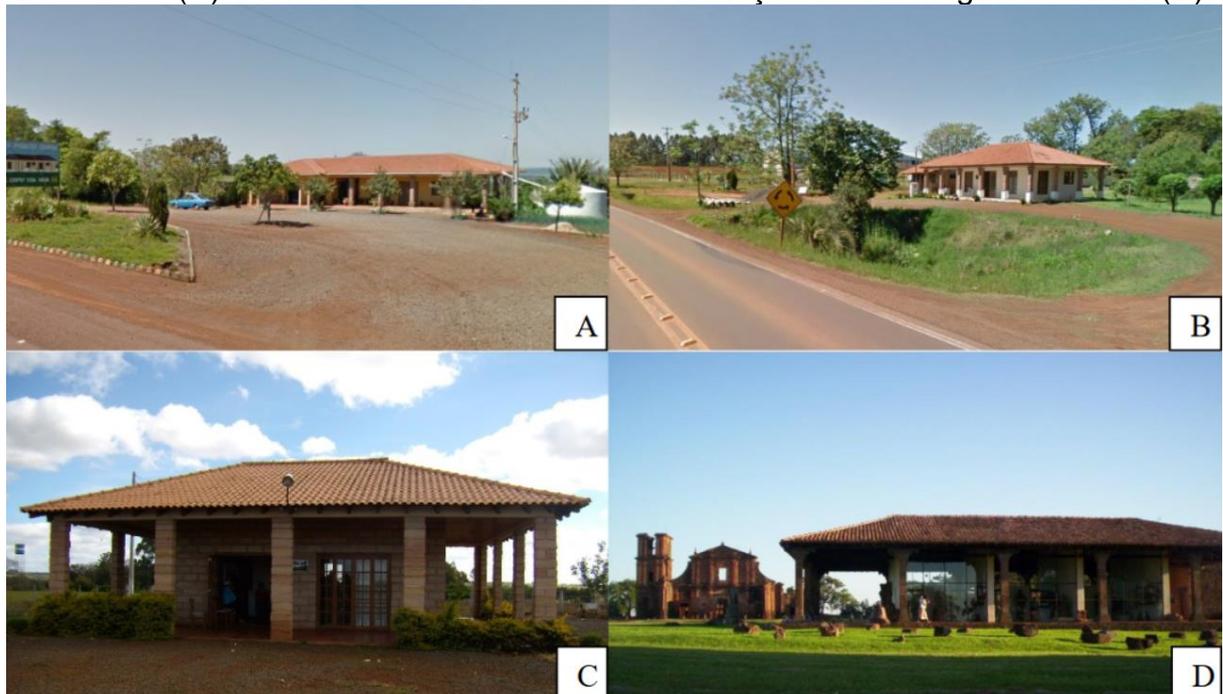
Em 2003 e 2004 foi aprovado o projeto para a criação de 11 (onze) Quiosques Missioneiros, sendo eles nos seguintes municípios: Salvador das Missões, Santo Antônio das Missões, São Paulo das Missões, Vitória das Missões, Bossoroca, Caibaté, Entre-Ijuís, Guarani das Missões, Porto Xavier, São Nicolau e São Luiz Gonzaga. E assim que as construções dos quiosques foram sendo concluídas, foi criado um sistema municipal de seleção com as cooperativas e associações dos agricultores e artesãos para que os mesmos legalmente pudessem ocupar as estruturas.

E foram feitos entre as cooperativas e associações acordos coletivos, para salientar que o comércio nos quiosques seria exclusivo de produtos artesanais e

coloniais da agricultura familiar, sendo proibida a comercialização de produtos industrializados de qualquer categoria (SCHNEIDER; PRESTES, 2016). Ainda segundo Schneider e Prestes (2016), em relação aos produtos coloniais presentes nos quiosques, pode-se dizer que há uma grande diversidade cultural da agricultura familiar da região, trazendo consigo também tradições e costumes ancestrais.

A utilização do modelo arquitetônico dos Quiosques, que foram construídos através da identidade do Território Missioneiro seguindo as características das Reduções Jesuíticas dos Sete Povos das Missões, foi usada como uma estratégia para impulsionar o turismo rural, criando uma ligação entre a agricultura familiar com o já existente turismo histórico-cultural da Rota Missões proveniente das Reduções Jesuíticas (Figura 1).

Figura 1 – Quiosques de Salvador das Missões (A); Guarani das Missões (B); Bossoroca (C) e o Museu das Missões com a Redução de São Miguel ao fundo (D).



Fonte: Acervo pessoal Schneider (2020).

### 3.3 INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA

Atualmente estamos vivendo numa era que pode ser considerada digital, pois a tecnologia esta cada vez mais presente em nosso dia-a-dia. Tanto nas mídias sociais, quanto em áreas profissionais, mercantis, etc., facilitando uma aproximação social entre todas as áreas. Segundo Cabral Filho e Cabral, (2010), “A noção de

inclusão digital compreende a expansão de infraestrutura e equipamentos, para o incremento de indicadores sociais em educação, emprego, dentre outras áreas.”.

A inclusão digital pode ser considerada uma vantagem em basicamente todas as áreas, na agricultura, por exemplo, o avanço tecnológico trouxe a agricultura de precisão, com muitas novidades não somente em maquinários, mas também em coleta de dados e geração de estratégias de gestão para as propriedades, trazendo aumento de produtividade e melhora nas áreas cultivadas. Segundo Buainain, Cavalcante e Consoline (2021):

A aplicação das tecnologias digitais no âmbito da agricultura tem potencial para de fato revolucionar a dinâmica do setor. As diferentes aplicações para o campo permitem desde o acompanhamento das condições climáticas, do crescimento da plantação, do desempenho das máquinas agrícolas até o acompanhamento detalhado da saúde dos animais e a rastreabilidade dos produtos. Essas aplicações têm potencial para trazer importantes ganhos, em termos de volume, qualidade e eficiência da produção, aumentando a competitividade dos produtos agropecuários brasileiros no cenário internacional.

Ainda segundo os autores, alguns julgam que a revolução digital abre novas oportunidades para os pequenos e médios produtores, isto porque ela contribui para a melhora de algumas das desvantagens de escala, tem potencial para reduzir custos de transação, para conectá-los a mercados que são atualmente considerados inalcançáveis, e assim por diante.

Esta ocorrendo uma esperança difundida de que a coleta de dados agrícolas pode trazer sustentabilidade para práticas de produção de alimentos, principalmente quando esses dados são agregados em grandes conjuntos de dados. Os defensores da agricultura de precisão acreditam que esta abordagem irá ajudar os agricultores a tratar o impacto ambiental da agricultura e enfrentar os desafios ambientais, como por exemplo, a mudança global climática (BRONSON, 2020).

Dentro da inclusão da digitalização estão inseridos: a utilização de celulares, através do acesso da internet e utilização para comunicação, estando voltados normalmente para a comunicação familiar, com a comunidade e/ou assuntos gerais, incluindo informações relacionadas à agricultura e a produção; o uso de computadores e da internet, que juntamente com o uso do celular é o meio mais utilizado pelos produtores para acessar o mundo aberto pelas TICs (tecnologia de informação e comunicação) e para a revolução digital; e a gestão do negócio que pode ser considerada como uma ferramenta mais informal, pois é normalmente

baseada na experiência e conhecimento dos produtores, que são adquiridos pela vivência e transferidos entre as gerações pela prática coletiva, pelo trabalho conjunto e pelas tradições. (BUAINAIN; CAVALCANTE; CONSOLINE, 2021).

Segundo Bronson (2020), a promessa das novas tecnologias para a agricultura são alimentos produzidos em menos espaço físico de terra, com menos insumos e uma melhora ambiental nas áreas trabalhadas. E segundo declarações de especialistas no assunto, uma "revolução" digital na produção de alimentos poderá levar a uma sustentabilidade ambiental e econômica.

Em uma pesquisa realizada por Bronson (2020), abordando a questão sobre o que é realmente sustentável, ou seja, o que permanece intacto sob as atuais mudanças agrícolas lideradas pela inovação digital, os resultados sugeriram que a maioria das inovações digitais aplicadas a produção de alimentos são atualmente projetadas e governadas de forma a estimular o desenvolvimento da alimentação hegemônica, bem como suas características e relações.

Sendo assim, atualmente podemos perceber que mesmo que o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) mostre que os avanços tecnológicos estão mais presentes em maiores propriedades, com maior mão de obra e renda disponível, é nas pequenas propriedades que o uso dessas inovações traz como resultado uma melhora na sustentabilidade.

As plataformas digitais são sistemas virtuais que as empresas aderem ou desenvolvem como um modelo de negócio, baseados em tecnologia, podem ser aplicativos, páginas, ferramentas, etc., isto para estabelecer e auxiliar uma integração entre os consumidores e produtores, conectando seus interesses, e também para facilitar operações financeiras ou organizacionais, essas plataformas disponibilizam de funções específicas de acordo com a área de atuação, como por exemplo, plataformas de venda (BUAINAIN; CAVALCANTE; CONSOLINE, 2021). Para a agricultura existem alguns aplicativos e plataformas digitais disponíveis, tanto com finalidades mais particulares, como com objetivos mais gerais, áreas de logística, áreas de venda, áreas de divulgação, entre outros.

De acordo com Buainain, Cavalcante e Consoline (2020), existem pelo menos cinco eixos principais do uso das plataformas e tecnologias digitais na agricultura:

Dentre as plataformas e aplicativos desenvolvidos para o setor agrícola, muitos são gratuitos e outros exigem a efetivação de pagamentos para garantir o acesso às funcionalidades. É possível apontar pelo menos cinco eixos principais de uso dessas tecnologias na agricultura: (i) gestão e

planejamento; (ii) irrigação; (iii) controles e processos biológicos; (iv) acesso a informações e (v) comercialização (marketplace).

As plataformas digitais trazem a facilidade e a vantagem de que podem ser usadas pelos produtores para a busca de assistência técnica, para buscar informações sobre as condições climáticas e riscos de pragas, também para a aquisição de insumos, podem ser aplicadas nas áreas de contabilidade, de custos, de marketing, de acesso a informações e possibilidades de integração, ou para uma melhora na organização e gestão do produtor, entre outras opções.

A transição produtiva necessita da formação de nichos de inovação e espaços para que se possa promover essa inclusão dos agricultores familiares. E a mesma tem relação ao aumento da qualidade ambiental de sistemas produtivos ao decorrer do tempo, ela deve ser utilizada como um referencial para influenciar o setor agropecuário e florestal em direção à sustentabilidade (MATTOS *et al.*, 2013).

A partir de estudos realizados por Schneider (2020) e Feiten (2022), é possível salientar que a pandemia da COVID-19 esta alterando as rotas de transição para um sistema alimentar sustentável, impactando algumas, e também levando ao surgimento de outras. Logo, é necessário compreender a maneira pela qual atuam os agricultores familiares e pequenos produtores frente às alterações geradas na transição produtiva.

A busca por alimentos mais saudáveis, orgânicos, livres de agrotóxicos, assim como por uma alimentação sustentável, buscando não apenas saúde nutricional, mas também saúde ecológica, ou seja, uma produção de alimentos que não prejudique o meio-ambiente tem aumentado à procura dos produtores locais, que muitas vezes são conhecidos na região por essas características em sua produção. Fazendo com que seja cada vez mais perceptível a necessidade de auxílio do governo, sendo com criação de políticas públicas ou apenas apoio aos produtores, para a transição produtiva dos agricultores familiares.

O conceito de transição agroecológica ou transição produtiva é central na agroecologia. Segundo Caporal e Costabeber (2004),

“É entendida como um processo gradual e multilinear de mudança, que ocorre através do tempo, nas formas de manejo dos agroecossistemas, que, na agricultura, tem como meta a passagem de um modelo agroquímico de produção a estilos de agriculturas que incorporem princípios e tecnologias de base ecológica. [...] a transição agroecológica implica não somente na busca de uma maior racionalização econômico-produtiva, com base nas especificidades biofísicas de cada agroecossistema, mas também

numa mudança nas atitudes e valores dos atores sociais em relação ao manejo e conservação dos recursos naturais [...].”

Em 2015, Gliessman passou a criar uma espécie de estrutura para que fosse possível classificar os “níveis” de mudanças no sistema alimentar, ou seja, classificar o qual o grau de transição produtiva atual nos locais a serem estudados. E assim, Gliessman dividiu a estrutura em 5 níveis: Nível 1: Aumentar a eficiência das práticas industriais e convencionais, a fim de reduzir o uso e consumo de insumos caros, escassos ou prejudiciais ao meio ambiente; Nível 2: Substituir práticas alternativas por insumos e práticas industriais/convencionais; Nível 3: Redesenhar o agroecossistema para que funcione com base em um novo conjunto de processos ecológicos; Nível 4: Restabelecer uma conexão mais direta entre aqueles que cultivam nossos alimentos e aqueles que os consomem; Nível 5: Construir um novo sistema alimentar global, baseado na equidade, participação, democracia e justiça, que não é apenas sustentável, mas ajuda a restaurar e proteger os sistemas de suporte à vida na Terra, dos quais todos dependemos.

Portanto, unindo a inclusão da digitalização com a inclusão produtiva temos uma articulação onde uma pode beneficiar a outra, juntamente com a aproximação social que a atual era digital traz, tem-se uma gama de vantagens entre produtor-consumidor que antes era mais complexa. Sendo assim, essa união é de grande valia para os agricultores familiares, bem como para a manutenção da existência da rede Quiosques Missionários, os quais estão sendo estudados.

### 3.4 REAÇÕES SOBRE A PANDEMIA DO COVID-19

A pandemia da COVID-19 trouxe reações para a comercialização de alimentos em todo o mundo, mas pode-se dizer que os produtores familiares foram mais afetados pela necessidade de contato pessoal para suas vendas. A pandemia alterou as rotas de transição para sistemas alimentares sustentáveis e também na organização comercial dos mesmos. Mas a crise gerada pela pandemia também foi capaz de levar ao surgimento de novas rotas de transição, trazendo assim a possibilidade de novas práticas, instituições e artefatos.

Levando em conta às recomendações de distanciamento social, e a intensificação das práticas de higienização como orientações das agências de saúde e do poder público com a intenção de minimizar a proliferação do vírus, fez com que

o sistema agroalimentar precisa se reinventar e desenvolver alternativas viáveis para manter-se em meio à crise. Então, os agricultores familiares e seus empreendimentos coletivos passaram a se tornar os principais protagonistas a manter o adequado abastecimento alimentar junto à população (SOUZA; JESUS; BERALDO, 2021). Principalmente, com o aumento das buscas por alimentos mais saudáveis e pelos quais os consumidores possam saber a origem, fazendo com que os comércios locais de produtos advindos da agricultura familiar passassem a ser ainda mais buscados.

Com o fechamento de feiras e vendas diretas, para diminuir o contato pessoal e evitar o aumento da transmissão do vírus, ou até mesmo a diminuição do público a frequentar os locais de venda, a internet passou a ser um dos principais canais de compras e vendas juntamente com a utilização do formato de venda delivery, e essas ferramentas tem sido aliadas dos agricultores locais, pois com o uso do meio digital estes tendem a manter a comercialização de sua produção agrícola (SOUZA; JESUS; BERALDO, 2021).

#### **4 METODOLOGIA**

Neste capítulo serão apresentados os aspectos metodológicos e procedimentos técnicos utilizados para a realização do projeto de pesquisa, juntamente com a caracterização da pesquisa, como se realizará a coleta e a análise geral dos dados e resultados obtidos.

O presente trabalho é uma pesquisa exploratória descritiva e qualitativa, com o objetivo de compreender os atuais desafios e reações impostos pela pandemia da COVID-19 aos Quiosques Missioneiros, bem como em que nível de inclusão da digitalização e transição produtiva os mesmos se encontram atualmente, e no que estas acarretam, trazendo seus benefícios, desvantagens.

A escolha do método qualitativo foi feita com o objetivo de descrever a relação entre os objetivos e os resultados, que não podem ser interpretados somente através de números, por isso se nomeou a escolha da pesquisa descritiva, esta permite identificar as motivações que levaram os sujeitos sociais ao exercício das práticas escolhidas, sendo assim, sua fundamentação e elementos sustentam a produção de um discurso que seja capaz de apresentar o posicionamento de todo o segmento social. Essas técnicas foram utilizadas para coleta de dados, onde

através da observação dos fenômenos e uma entrevista com a população alvo do projeto de pesquisa com um questionário com perguntas abertas, ou semiestruturadas, foi identificada a percepção sobre a inclusão da digitalização e os aspectos relativos à transição produtiva dos alimentos (Praça 2015 *apud* FERNANDES, 2009; Zeist 2016 *apud* BAUER; GASKELL, 2002).

O presente trabalho analisou onze quiosques de comercialização, com o objetivo de verificar semelhanças no curso de adoção de ferramentas digitais. Tem-se por interesse definir e apresentar os aspectos encontrados a partir de um cenário onde o objetivo central é compreender a maneira pela qual operam os atores sociais frente à pandemia gerada pela COVID-19, e também identificar os efeitos dessas reações nos sistemas alimentares territoriais, mais especificamente nas rotas de transição agroecológica.

Segundo MORGAN (1980):

“Esse tipo de pesquisa tem a pretensão de compreender a realidade vivida por indivíduos que transcendem o entendimento do quiosque puramente como um espaço de comercialização de seus produtos, mas também um local em que há trocas de experiências e conhecimentos, dando significado para as inter-relações estabelecidas com outros segmentos da sociedade [...]”

Diante disto foi realizada uma pesquisa qualitativa feita a partir de um questionário semiestruturado aos participantes da pesquisa, para melhor compreender sobre os temas abordados. Sendo este questionário, direcionado aos responsáveis pelos produtos comercializados nos doze quiosques missioneiros, produtos estes provenientes dos agricultores familiares locais que constituem a produção dos quiosques missioneiros.

Sendo assim, durante os meses de janeiro e fevereiro de 2022 foram aplicados os questionários de forma presencial aos responsáveis pelos quiosques no momento da visita. O questionário contém cinquenta (50) questões, que estão disponíveis no Apêndice A. Cada uma das entrevistas realizadas demorou em torno de trinta minutos e foram gravadas. Os questionários buscavam trazer informações relevantes para atingir os objetivos do presente trabalho, sendo elas sobre a inclusão da digitalização e transição produtiva e os efeitos gerados pela pandemia da Covid-19 nos quiosques missioneiros. Após a etapa de aplicação, todas as gravações foram transcritas para que assim pudessem ser analisadas para a obtenção dos resultados e discussões da pesquisa.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo foi desenvolvido para apresentar os resultados obtidos por meio da entrevista realizada nos Quiosques Missioneiros. Logo, o subcapítulo 5.1 dará ênfase aos rumos tomados pelos Quiosques Missioneiros no decorrer dos anos após sua criação, relatando como cada um se encontra atualmente, e assim, os subcapítulos consecutivos buscarão trazer respostas sobre os temas estudados no presente trabalho, sendo estes a Inclusão da digitalização e a Transição produtiva, relatando a existência ou não de uma transição para a sustentabilidade nos Quiosques Missioneiros, e uma busca por mercados alimentares digitais para acessar ou construir um sistema alimentar territorial, e também as consequências causadas pelo surgimento da pandemia da Covid-19 em relação às vendas diretas nos quiosques estudados.

E por fim, os últimos subcapítulos trarão discussões sobre as vertentes encontradas no estado atual de cada Quiosque Missioneiro, onde se pretende identificar as potencialidades e os desafios vivenciados por cada um dos locais visitados, bem como tentar descrever as causas dos mesmos.

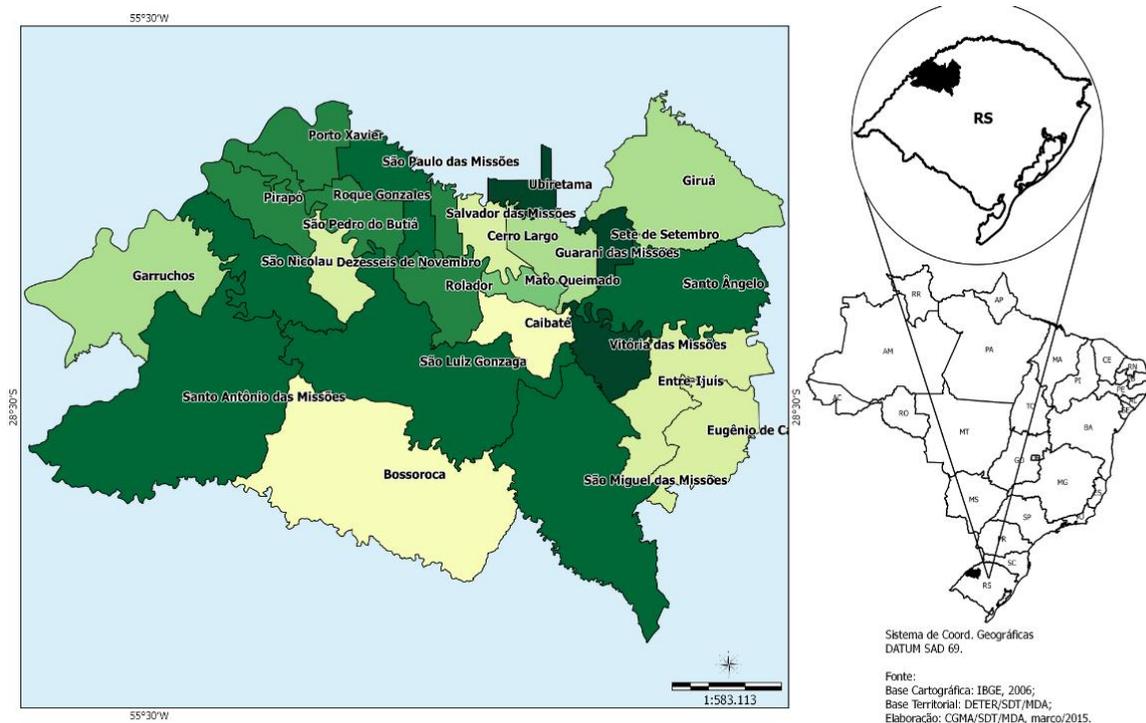
Entre 1999 e 2002 iniciou-se o processo de idealização da Rede de Cooperativas, Associações e Agroindústrias do Território Missões – Rede Missioneira da Agricultura Familiar – REMAF, que deu início com a construção de algumas políticas públicas afirmativas para agricultura familiar (BOTELHO *et al*, 2017). Ainda segundo Botelho *et al* (2017), a REMAF dispunha inicialmente de 11 pontos diretos de comercialização da agricultura familiar, incluindo feiras de produtores e serviço de café colonial missioneiro, com uma rede composta por aproximadamente 10 cooperativas e com cerca de 1000 associados, o que pode demonstrar o potencial dessa rede em termos de alcance regional junto a atores da agricultura familiar da Região das Missões.

Em 2003 foi formulado um conjunto de estratégias para que fosse possível impulsionar o desenvolvimento territorial da região missioneira, principalmente em questão de comercialização dos produtos advindos dos agricultores locais. Dentre o plano estratégico criado estava à construção dos quiosques para a comercialização dos produtos coloniais da agricultura familiar e do artesanato da região, estes que

seriam posicionados à margem das rodovias estaduais e federais, com o objetivo de melhorar a renda dos pequenos produtores rurais e artesãos, alcançar o público viajante e não competir com o mercado tradicional dos municípios.

Em questão da caracterização territorial, segundo o Ministério de Desenvolvimento Territorial (2015), a região das Missões é situada no noroeste do Rio Grande do Sul, na fronteira com a Argentina, e tem como limite o Rio Uruguai, ocupa uma área de 12.855,53km<sup>2</sup>, ou seja, 4,6% da área total do Estado. O Território Missões é composto por 25 municípios: Bossoroca, Caibaté, Cerro Largo, Dezesseis de Novembro, Entre-Ijuís, Eugênio de Castro, Garruchos, Giruá, Guarani das Missões, Mato Queimado, Pirapó, Porto Xavier, Rolador, Roque Gonzales, Salvador das Missões, Santo Ângelo, Santo Antônio das Missões, São Luiz Gonzaga, São Miguel das Missões, São Nicolau, São Paulo das Missões, São Pedro do Butiá, Sete de Setembro, Ubiretama e Vitória das Missões (Figura 02).

Figura 2 – Mapa do Território Missões/RS



Fonte: Caderno Territorial – Ministério do Desenvolvimento Agrário (2015).

## 5.1 OS QUIOSQUES MISSIONEIROS ATUALMENTE

Dos 25 municípios da região territorial Missões, 12 tiveram seus projetos aprovados para a construção dos quiosques, sendo eles: Bossoroca, Caibaté, Cerro Largo, Entre-Ijuís, Guarani das Missões, Salvador das Missões, São Luiz Gonzaga, Santo Antônio das Missões, São Nicolau, São Paulo das Missões, Porto Xavier e Vitória das Missões.

E o questionário de pesquisa foi elaborado para ser aplicado nos doze Quiosques Missioneiros, porém, apenas foi possível que os questionários fossem aplicados em dez das doze cidades, pois o quiosque de dois municípios, sendo estes, São Nicolau e Porto Xavier estão atualmente fechados.

Município de **BOSSOROCA** – desde sua criação, o quiosque faz parte da organização da agricultura familiar COOPAGRIB - Cooperativa da Agricultura Familiar de Bossoroca. O quiosque fica localizado um pouco mais distante do município em relação à distância dos outros quiosques, fica a aproximadamente 20 km da sede de Bossoroca. E atualmente conta com 40 sócios, que comercializam seus produtos no local, sendo que estes não tem nenhum contrato com o local, apenas precisam ser sócios da cooperativa para comercializar seus produtos no quiosque.

Segundo a entrevistada, os produtores levam até o local todos os produtos que tem disponível para o comercio e lá ela escolhe o que acha necessário para a venda local, sendo assim não existem nichos para cada produtor. Os produtos mais procurados pelos consumidores são o queijo, salame e a galinha colonial. O foco de comercialização do local segue sendo a venda de produtos oriundos da agricultura familiar. Em questão de estruturas de armazenagem, o quiosque conta com as estruturas básicas necessárias, como geladeiras, freezers e expositores, fazendo a separação mais comum encontrada, por categorias de tipo de alimentos, separando vegetais e frutas de carne e leite, por exemplo.

Em questão de qualidade, os produtos já vêm selecionados das propriedades rurais para o quiosque, sendo que a entrega dos mesmos no quiosque é feita pelos próprios produtores, já vindo também com seus preços definidos e então a

cooperativa coloca uma porcentagem de 12% em cima do preço determinado pelo produtor. As quantidades necessárias são ditadas pela responsável do local na hora da entrega dos produtos.

Atualmente os únicos produtos do local que possuem rótulo são as bolachas advindas da agroindústria que é localizada juntamente ao quiosque, sendo que estas também fazem parte do PNAE, sendo as únicas autorizadas a isso. Os demais produtos possuem apenas etiquetas com sua validade. Em questão de rastreabilidade, segundo a responsável pelo quiosque, eles sabem dizer de quem é cada produto comercializado no local, caso necessário.

O quiosque disponibiliza de alimentos industrializados para venda, como ervas, água, refrigerantes, etc. O único tipo de alimento com certificação comercializado no local é pertencente ao Selo Sabor Gaúcho, que são os panificados. Em questão da agroecologia, a entrevistada disse que não sabe comentar sobre o assunto e responder as questões feitas. Atualmente a única atividade digital no quiosque é a divulgação, as demais tarefas são todas feitas manualmente e a entrevistada diz que prefere dessa forma, pois já está acostumada e acha que é mais fácil. Apesar de fazer vendas via whatsapp, o quiosque não realiza entregas.

Sobre a pandemia da Covid-19, a entrevistada relatou que no início da mesma o local teve um grande aumento nas vendas, segundo ela provavelmente pelo aumento da procura por alimentos oriundos dos produtores locais. E disse também que apesar de já utilizarem ferramentas digitais antes do início da pandemia, o uso aumentou após isso.

Ao falar sobre assistência técnica, auxílios, etc. a entrevistada alegou que tanto o quiosque quanto os produtores locais recebem assistência técnica advinda da Emater, principalmente em questões de gerenciamento, alvarás, etc., e o quiosque ainda recebe auxílio por meio do município, sendo que este além de ceder o prédio, ainda dá o auxílio financeiro por meio da conta de luz. Segundo a responsável pelo local o maior problema enfrentado atualmente é a falta de placas informativas na rodovia e cidade falando sobre a existência e localização do quiosque, e também uma fachada mais informativa e chamativa (Figura 3).

Figura 3 – Quiosque Missioneiro de Bossoroca



Fonte: acervo facebook Quiosque Bossoroca.

Município de **CAIBATÉ** – desde sua criação o quiosque não fez parte de nenhuma organização de agricultura familiar, e atualmente o local não funciona como uma casa de produtos coloniais, apesar de ainda ser denominado desta forma. O atual foco de comercialização do local é como restaurante e lancheria. O responsável alega não ser autorizado a comercializar nenhum produto de origem local ou colonial, apenas produtos advindos de grandes indústrias, sendo este o maior problema enfrentado no local pela grande procura de produtos coloniais pelos consumidores, já que o nome do quiosque segue sendo relacionado a uma casa de venda de produtos coloniais, isto pelo fato de o município não dar a autorização para que o nome seja trocado.

Segundo o entrevistado, o maior problema enfrentado no local é a falta de assistência por meio do município, que ao invés de dar auxílio ao quiosque, proíbe a venda de produtos locais. Sendo assim o local dispõe de produtos industrializados, como salgadinhos, bolachas, refrigerantes, etc. E também realiza a venda de lanches e almoços. Pois segundo o responsável pelo local, sem essa renda teria que entregar o quiosque novamente ao município (Figura 4).

Figura 4 – Quiosque Missioneiro de Caibaté



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Município de **CERRO LARGO** – o quiosque faz parte desde sua criação da organização da agricultura familiar COOPACEL - Cooperativa de Produção e Comercialização da Agricultura Familiar de Cerro Largo, localiza-se próximo ao pórtico de entrada do município, na BR 392. Conta com aproximadamente 70 sócios, sendo que destes aproximadamente 20 comercializam seus produtos no Quiosque Missioneiro. Não existe um contrato com os produtores ativos, eles apenas precisam ser sócios da cooperativa para comercializar seus produtos no quiosque.

Na visita ao local percebeu-se uma variedade bastante grande de produtos advindos da agricultura familiar, como panificados, laticínios, embutidos, frutas, legumes, geleias, conservas, etc. Onde os produtos mais procurados pelos consumidores são o charque, o salame e os derivados da cana-de-açúcar. Os produtores não tem um nicho específico de venda, eles podem levar toda a diversidade de produtos que tiverem disponíveis e o responsável pelo local opta pelo que acha necessário. E o foco de comercialização do quiosque ainda segue sendo o de produtos coloniais.

Praticamente todos os produtos do local tem rótulo de informações em suas embalagens, e os produtos que não tem rótulo próprio ganham um rótulo da cooperativa com as informações necessárias sobre o produto. Em questão de

armazenamento os produtos são separados por categorias de tipos de alimentos, como vegetais em um local, produtos de origem animal em outro, panificados em outro, etc. O quiosque atualmente não realiza entrega de produtos, apenas vendas presenciais.

Quem define as condições de entrega dos produtos são os próprios produtores, que já levam seus produtos selecionados para o quiosque, bem como seus preços. Já a quantidade é definida pelo responsável, que sabe a quantidade necessária para que não falte e também não sobre produtos.

A cooperativa ligada ao quiosque também possui uma relação importante no fornecimento de insumos para a merenda escolar no município de Cerro Largo, fazendo parte do PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e do PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), porém o quiosque não está relacionado a esses programas.

O quiosque utiliza como meio de divulgação dos seus produtos a internet, e a divulgação de rua. Sendo que utiliza a rede social facebook como uma forma de comercio de seus produtos, onde o interessado pode olhar fotos, ver preços e reservar produtos. O controle financeiro e de estoque é feito manualmente, o responsável alega já estar acostumado, mas acredita que uma forma mais digital iria facilitar o processo. Os únicos produtos certificados do quiosque são com o Selo Sabor Gaúcho.

Segundo o responsável pelo quiosque, atualmente o maior problema enfrentado no local é sobre a questão de produção, pois não estão surgindo novos fornecedores, e os fornecedores antigos estão parando cada vez mais de produzir (Figura 5).

Figura 5 – Quiosque Missioneiro de Cerro Largo



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Município de **ENTRE-IJUÍ** – quando criado o Quiosque Missioneiro fazia parte da organização da agricultura familiar AMAFEI - Associação Missioneira de Agricultores Familiares e Artesãos de Entre-Ijuís, o que atualmente não ocorre mais. O quiosque ainda está em funcionamento, continua localizado próximo ao trevo de acesso do município, na BR-285, mas agora tem como foco a comercialização de alimentação de restaurante e lancheria, como almoços, jantas e lanches.

Ainda é um local muito conhecido como uma casa de produtos coloniais graças a sua fachada, por isso os atuais responsáveis optaram por manter a venda de alguns produtos da agricultura familiar, aqueles produtos dos quais ainda é possível encontrar fornecedores. Segundo o responsável, atualmente ainda existem mais ou menos 10 produtores locais que levam seus produtos para a venda direta no local, onde eles não têm um nicho específico de produtos, eles levam todos os que têm disponíveis e o responsável opta pela quantidade e produtos que acha necessário para a venda. Sendo os produtos atualmente mais comercializados as chimias e doces, a banha, e o melado.

O responsável pelo local disse utilizar as redes sociais para divulgar tanto as refeições preparadas e comercializadas no local, quanto os produtos coloniais disponíveis para a venda, mas não realiza entregas, apenas vendas presenciais. Já

em questão de um aumento dos produtos agroecológicos, o entrevistado não soube dizer muito, pois está a pouco tempo no ponto de venda.

Em questão dos efeitos gerados pela pandemia da Covid-19, o entrevistado alegou não poder responder, pois o mesmo assumiu o quiosque apenas a dois meses. E segundo ele, o maior problema enfrentando atualmente no local é a falta de auxílio e/ou assistência técnica, pelo fato do quiosque ter sido assumido a pouco tempo, o antigo responsável não deixou nenhuma instrução a eles, e então os responsáveis ainda não tem a noção necessária de administração do Quiosque Missioneiro (Figura 6).

Figura 6 – Quiosque Missioneiro de Entre-Ijuís



Fonte: acervo facebook Quiosque Entre-Ijuís.

Município de **GUARANI DAS MISSÕES** – participante da organização da agricultura familiar COOGUARANI – Cooperativa dos Agricultores Familiares e Artesãos de Guarani das Missões desde o início da criação do quiosque. Conta com aproximadamente 40 sócios que comercializam seus produtos no local. Sendo que estes, apesar de não terem um contrato com o quiosque, só podem comercializar lá por serem sócios da cooperativa.

No quiosque são encontrados produtos coloniais de todas as categorias, como bebidas alcoólicas tradicionais alemãs, chimias e doces, galinhas, banha, ovos, panificados, etc., sendo que o foco de comercialização do quiosque ainda é apenas o comércio de produtos coloniais advindos da agricultura familiar local. E

dentre os produtos comercializados no local os mais vendidos são o salame, galinha, pato, mandioca e os panificados. Sendo que cada produtor tem um nicho específico de venda, onde ele comercializa apenas uma categoria de produtos, como por exemplo, apenas verduras, ou apenas galinhas e ovos, etc. Todos os produtos vendidos no quiosque têm rótulo próprio ou um rótulo do quiosque. Os produtores/sócios que comercializam seus produtos no quiosque também participam do PAA e do PNAE, porém o quiosque não tem envolvimento com os programas.

Em relação à qualidade dos produtos, os próprios produtores já levam seus produtos selecionados para o quiosque, bem como seus preços definidos e assim a cooperativa coloca 15% em cima desse preço para a venda. Em questão de quantidade, também é o produtor quem define, segundo a entrevistada os produtores levam a quantidade de produtos de acordo com a sua produção, pois todos os produtos deixados no ponto de venda são comercializados, é uma venda certa.

Atualmente são comercializados produtos com o certificado da Agricultura Familiar e também do Selo Sabor Gaúcho. E em questão a produção de alimentos mais agroecológicos a responsável pelo local disse não saber responder as questões.

Segundo a entrevistada, sobre o gerenciamento do quiosque, em questão de estoque, são anotados todos os produtos que entram e também os descartes e devoluções. Já sobre o financeiro, este é feito por meio de um programa, onde a partir tudo que foi vendido é já gerada a porcentagem de vendas, valor que o produtor tem a receber e também valor que o quiosque receberá de cada venda. Em questão de divulgação o quiosque utiliza muito as redes sociais, e apesar de não realizarem entregas fazem vendas via whatsapp.

Sobre as assistências recebidas pelo local, a entrevistada alegou que tanto o quiosque quanto os produtores recebem assistência técnica por meio da Emater, que dá dicas sobre a produção e também sobre a comercialização dos produtos. Já o município, segue dando um grande apoio ao local. E sobre os efeitos gerados pela pandemia da Covid-19, a responsável alegou que no início as vendas aumentaram, mas depois houve uma grande queda na quantidade de vendas do local, sendo que agora esta voltando a estabilizar. E apesar de já utilizarem as ferramentas digitais antes da pandemia, após o início desta foi que o uso aumentou.

A responsável pelo quiosque diz que atualmente não vê ou acredita que o ponto de comercialização esteja enfrentando algum problema (Figura 7).

Figura 7 – Quiosque Missioneiro de Guarani das Missões



Fonte: acervo facebook Quiosque Guarani.

Município de **PORTO XAVIER** – ao ser criado, o quiosque fazia parte da organização da agricultura familiar COOPAX - Cooperativa dos Pequenos Agricultores de Porto Xavier. Mas há alguns anos a cooperativa foi dissociada do prédio Quiosque Missioneiro e o mesmo permaneceu fechado. Em Janeiro de 2022 foi assinado um novo contrato de licitação para o uso do Quiosque Missioneiro para o comércio de produtos coloniais e nos próximos meses, após reforma, o ponto de venda direta deve reabrir.

Município de **SALVADOR DAS MISSÕES** – o quiosque faz parte da organização familiar COOPAF Vida Nova – Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar Vida Nova. Conta com aproximadamente 90 sócios (agricultores familiares), sendo que destes mais ou menos 40 comercializam seus produtos ativamente no quiosque. Não existe um contrato com os produtores, mas é necessário que sejam sócios da cooperativa para poderem comercializar seus produtos no local. Apenas são admitidos produtores não sócios caso algum produto dos sócios esteja em falta. Em questão da diversidade de produtos de cada produtor, não existem nichos específicos, todos os produtores podem levar os produtos que tiverem disponíveis e assim o responsável pelo quiosque fica com o que achar necessário no momento da entrega.

A oferta de produtos no local é bastante diversificada, conta com produtos como panificados, bebidas alcoólicas, mel, chimias e doces, etc. E os produtos mais vendidos no local são os panificados, melado e o charque. Segundo o entrevistado, se a quantidade de produtos pela qual o consumidor tiver interesse for grande eles realizam entrega, se for uma quantidade pequena é apenas venda presencial. Praticamente todos os produtos do local tem rotulagem própria. O quiosque participa por meio da cooperativa tanto do PAA quanto do PNAE.

Os produtores já levam seus produtos selecionados para o quiosque, onde o responsável define a quantidade que esta precisando no momento. Os preços são todos definidos pela cooperativa, sendo que deles 80% é para o produtor e 20% para a cooperativa. No local estão disponíveis alimentos com certificação Selo Sabor Gaúcho, Agricultura Familiar e também Selo SUSAF. E em questão de alimentos agroecológicos, o entrevistado alegou acreditar que a produção deste tipo de alimento esta aumentando cada vez mais, isto porque a procura por certificação pelos produtores também tem aumentado.

O ponto de venda direta dispõe de um sistema de gerenciamento que realiza todo o controle financeiro do quiosque, e também gera um código e etiqueta com informações sobre os produtos, como preço, validade e também o produtor, o que facilita na hora de saber de quem é cada produto comercializado e também agiliza o trabalho do responsável pelo quiosque. Utilizam o facebook e o whatsapp como ferramenta de divulgação dos produtos disponíveis no quiosque e realizam vendas via whatsapp.

Sobre a assistência recebida no ponto de venda, o entrevistado disse que a Emater dá auxílio técnico tanto no quiosque quanto nas propriedades rurais, e que o município dá um grande apoio ao local. Em relação aos efeitos gerados pela pandemia da Covid-19, no local as vendas diminuíram muito, apenas agora estão voltando a estabilizar. E segundo o responsável pelo quiosque, o maior problema enfrentado atualmente no local é a falta de uma diversidade e quantidade maior de produtos coloniais disponibilizados no local para comercialização, pois há uma grande busca (Figura 8).

Figura 8 – Quiosque Missioneiro Salvador das Missões



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Município de **SANTO ANTONIO DAS MISSÕES** – desde sua criação o quiosque faz parte da organização da agricultura familiar APAM – Associação de Produtores e Artesãos Missioneiros. Conta com atualmente 62 famílias associadas e aproximadamente 28 produtores ativos no quiosque. Não existe um contrato do quiosque com os produtores, porém apenas sócios da associação podem comercializar seus produtos no local. Os produtores não tem um nicho específico de alimentos, todos podem comercializar no local o que tiverem disponível na hora da entrega dos produtos.

Apesar de trazer no nome o artesanato, o quiosque é muito conhecido pela venda de seus panificados, mas além destes tem uma diversidade de produtos de coloniais disponíveis para a venda no local. Os produtos mais vendidos durante o ano são o queijo, salame, leite e a galinha.

O produtor já leva seus produtos selecionados para o quiosque e também com seus preços definidos, e então a associação coloca 12% a mais para a venda. Sobre as quantidades, na hora da entrega a responsável pelo local define o necessário para que não falte e também não sobre durante a semana.

Em questão de gerenciamento do local, tudo é realizado por meio manual, contendo principalmente um caderno de entrada e saída de sócios, pois segundo a entrevistada existem uma rede entre os produtores onde um adquire o produto do outro. O único tipo de alimento com certificação disponível no local é do Selo Sabor

Gaúcho, e em questão da agroecologia na produção de alimentos a entrevista acredita que esta aumentando, isto pelo aumento da procura de produtos cada vez mais orgânicos. O quiosque utiliza como meio de divulgação o rádio e também o whatsapp, e realiza vendas por meio das redes sociais, fazendo a comunicação por meio digital e realizando entregas dos produtos.

Sobre a assistência recebida pelo quiosque a entrevistada disse que a Emater tem grande valia, tanto para o ponto de comercialização quanto para as propriedades rurais, ajudando muito com informações, dicas e auxílios para a concessão de alvarás e certificações. Já o município da assistência na estrutura do local e também auxílio financeiro por meio das contas de água e luz.

Segundo a responsável pelo local, o problema enfrentado na administração do quiosque é a falta de organização do produtor, de se programar para produzir o ano todo para que nunca faltem produtos, tendo em vista a grande demanda dos mesmos (Figura 9).

Figura 9 – Quiosque Missioneiro Santo Antônio das Missões



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Município de **SÃO LUIZ GONZAGA** – faz parte da organização da agricultura familiar COOPARTE - Cooperativa Agroindustrial de Artesãos. Hoje conta com 120 famílias associadas, onde praticamente todas elas têm envolvimento na geração de alimentos coloniais. Existe contrato apenas da cooperativa com os agricultores, e não sócios não podem comercializar seus produtos no local. Cada produtor tem seu

nicho específico de comercialização, este que é definido por escalas feitas na cooperativa.

Segundo a responsável pelo local a maioria dos sócios vive da agricultura familiar, porém poucos comercializando seus produtos no quiosque da cooperativa, mas grande parte da renda é advinda da produção de alimentos para o governo estadual e municipal por meio do PAA e PNAE, que atualmente é o foco principal do local. Os preços dos produtos são definidos por meio de chamada pública, onde 70% fica para os produtores e os 30% restantes para a cooperativa.

Segundo a entrevistada em um futuro próximo o quiosque deixará de ser um ponto de comércio direto e passará a ser um centro de distribuição dos alimentos da cooperativa para os programas de apoio do governo. Os produtos mais vendidos atualmente, apesar de pouco, no local são as verduras/produtos hortifrúti e os panificados (bolo, bolachas, pão...) pelo qual o local ainda é muito conhecido, porém existe uma grande busca por alimentos de origem animal, como ovos carne e frango, alimentos estes que o local não tem autorização e nem fornecimento para que sejam comercializados.

Em questão de gerenciamento o controle financeiro e de estoque é realizado de forma manual e então é passado para o computador como forma de arquivo. As redes sociais (facebook, whatsapp, instagram) são muito utilizadas tanto como ferramenta de divulgação, quanto de vendas dos produtos do local.

Atualmente são disponibilizados na cooperativa alimentos com certificação de Selo Orgânico, Selo da Agricultura Familiar e Selo Sabor Gaúcho. Segundo a entrevistada atualmente a quantidade de agricultores que disponibilizam de alimentos certificados não aumenta pela falta de interesse público no município, ela alega que a Emater dá auxílio em relação a isto, mas que não é o suficiente para estimular os agricultores a buscar a certificação.

Sobre o aumento da produção de alimentos agroecológicos, a entrevistada diz que há um grande interesse por meio dos agricultores, mas que com a falta de assistência pública em relação a isto a maioria acaba por desistir. Ainda em relação a assistência, apesar da Emater ter grande participação nas atividades da cooperativa, a entrevistada diz que a falta de assistência e auxílio do município acaba por dificultar um maior crescimento da cooperativa, e que foi justamente por esse motivo que o quiosque não se desenvolveu.

Os efeitos gerados pela pandemia da Covid-19 trouxeram grandes prejuízos para a cooperativa, pois como o principal meio de renda do local é por meio do PAA e do PNAE, as demandas diminuíram, fazendo com que as vendas praticamente parassem. Atualmente as vendas estão voltando a estabilizar com a volta das atividades locais.

Segundo a responsável do local o maior problema enfrentado atualmente é a falta de incentivo público no comércio do produto colonial e a falta da valorização a agricultura familiar. Sendo que está deixou claro que o local atualmente não funciona mais como um Quiosque Missioneiro e sim como um ponto de venda da cooperativa, e por pouco tempo (Figura 10).

Figura 10 – Quiosque Missioneiro São Luiz Gonzaga



Fonte: acervo facebook COOPARTE.

Município de **SÃO NICOLAU** – quando criado, o quiosque participava da organização da agricultura familiar COOPERMISIONEIRA - Cooperativa Missioneira de Agricultores e Artesãos. Atualmente a cooperativa não funciona mais no Quiosque Missioneiro, mas apenas em feiras da prefeitura que ocorrem em certos dias da semana na praça do município, comercializando produtos hortifrúti advindos da agricultura familiar local. Atualmente o prédio que foi um Quiosque Missioneiro é ocupado pela Inspeção de Defesa Agropecuária de São Nicolau (Figura 11).

Figura 11 – Quiosque Missioneiro São Nicolau



Fonte: google fotos (2021).

Município de **SÃO PAULO DAS MISSÕES** – desde sua criação, o quiosque faz parte da organização da agricultura familiar COOPERIPÊ - Cooperativa da Agricultura e Agroindústria Familiar de São Paulo das Missões. Que conta com aproximadamente 33 produtores familiares no local. Os produtores não possuem contrato com o quiosque, mas para comercializar seus produtos precisam ser associados da cooperativa. Produtos de não sócios apenas são buscados caso algum produto esteja em falta. Cada produtor pode comercializar o que tiver de disponível em sua propriedade, não tendo assim nenhum nicho específico.

Os produtos mais vendidos no quiosque durante o ano são o melado, frango e o salame, sendo que o local é muito conhecido e procurado pela venda do melado. É disponibilizada também a venda de produtos industrializados no quiosque, como produtos que são muito procurados pelos moradores dos arredores do local e também pessoas que passam pela rodovia (sal, açúcar, arroz, etc.), além de água, refrigerantes e salgadinhos.

Apenas os produtos oriundos de agroindústrias são rotulados, os outros produtos da agricultura familiar não têm rótulos, mas segundo a responsável pelo local isso não afeta na comercialização dos produtos, uma vez que a procura por produtos coloniais no quiosque ainda esta muito ligada a produtos não rotulados.

Os produtores levam até o quiosque a quantidade de produtos solicitada pela responsável, produtos já selecionados e com os preços definidos, e então a cooperativa coloca 22,3% a mais no valor. A entrevistada relatou que o quiosque e a cooperativa estão tentando realizar a compra de um automóvel para facilitar a busca e entrega de produtos. A cooperativa é participante do PAA e do PNAE, e assim

após ser demanda a quantidade de alimentos necessários a cooperativa passa o pedido para o quiosque, onde a responsável pelo local separa as quantidades necessárias e aguarda que a busquem.

Não há no quiosque atualmente nenhum produto com certificação, e sobre alimentos agroecológicos a entrevistada não soube responder as questões. Em questão de gerenciamento do local o controle financeiro é feito por meio do computador e também com a ajuda de um contador contratado pela cooperativa. As redes sociais são muito utilizadas tanto como ferramenta de divulgação, quanto como um meio de venda dos produtos do local. O quiosque realiza a entrega de produtos caso o consumidor precisar, o que ajuda na comercialização por meio do whatsapp.

Sobre a pandemia da Covid-19, no início a procura pelo quiosque aumentou muito, a entrevistada acredita que isso ocorreu devido ao aumento da demanda de alimentação da população e também a uma maior procura por alimentos locais. E logo após, as vendas passaram a diminuir, sendo que apenas atualmente estão reestabilizando.

Em relação à assistência recebida no local, a entrevistada diz que a Emater dá assistência técnica aos produtores ativos, mas o quiosque não recebe praticamente auxílio nenhum, tanto em questão da Emater quanto dos órgãos municipais. A responsável pelo quiosque alega que o maior problema enfrentado atualmente no local é a busca por melhorias na estrutura, como uma melhoria na fachada e entrada, ajuda na criação de um jardim e também a tentativa de conseguir adquirir placas solares para a diminuição nos gastos de energia, mas, além disso, diz que o quiosque funciona perfeitamente e tem uma boa procura para comercialização dos produtos coloniais locais (Figura 12).

Figura 12 – Quiosque Missioneiro São Paulo das Missões



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Município de **VITÓRIA DAS MISSÕES** – quando criado, o quiosque participava de uma associação de produtores locais de Vitória das Missões, mas essa associação foi dissolvida e atualmente o local não conta com nenhum produtor familiar local, apenas o responsável pelo quiosque, que comercializa seus próprios produtos coloniais. O responsável relatou que há cinco anos está no local e comercializa apenas os produtos advindos de sua propriedade rural própria, sendo estes: torresmo, banha e salame. Além destes produtos coloniais, no local são comercializados também água mineral, refrigerante e cerveja, sendo que é destes produtos que vem a maior parte da renda do responsável pelo quiosque (Figura 13).

Figura 13 – Quiosque Missioneiro Vitória das Missões



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Em resumo, dos doze Quiosques Missioneiros criados entre 2003 e 2004, seis estão em funcionamento conforme o objetivo inicial, três são utilizados como restaurante/lancheria, dois estão fechados e por fim um dos quiosques não aceita ser configurado como um Quiosque Missioneiro, mas apenas como uma cooperativa (Figura 14).

Figura 14 – Funcionamento dos Quiosques Missioneiros

COOPERATIVA/ASSOCIAÇÃO	LOCALIZAÇÃO	FUNCIONAMENTO/FOCO	Nº de PRODUTORES
COOPAGRIB Cooperativa da Agricultura Familiar de Bossoroca	Bossoroca	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	40
-	Caibaté	Restaurante e Lancheria.	0
COOPACEL Cooperativa de Produção e Comercialização da Agricultura Familiar de Cerro Largo	Cerro Largo	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	20
-	Entre-Ijuís	Restaurante e Lancheria; Venda direta de produtos coloniais.	10
COOGUARANI Cooperativa dos Agricultores Familiares e Artesãos de Guarani das Missões	Guarani das Missões	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	40
-	Porto Xavier	Não funcionando.	-
COOPAF Vida Nova Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar Vida Nova	Salvador da Missões	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	90
APAM Associação de Produtores e Artesãos Missioneiros	Santo Antônio das Missões	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	28
COOPARTE Cooperativa Agroindustrial de Artesãos	São Luiz Gonzaga	Principalmente PAA e PNAE; Venda direta de produtos coloniais.	120
-	São Nicolau	Não funcionando.	-
COOPERIPÊ Cooperativa da Agricultura e Agroindústria Familiar de São Paulo das Missões	São Paulo das Missões	Venda direta de produtos coloniais; PAA e PNAE.	33
-	Vitória das Missões	Bar e Lancheria; Venda direta de poucos produtos coloniais.	1

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Mas ainda há quiosques que mesmo com as dificuldades existentes e preocupações futuras, continuam realizando o comércio dos produtos coloniais oriundos da agricultura familiar e não pretendem parar suas atividades. O apoio e auxílio das cooperativas ou associações ligadas aos quiosques se mostrou essencial para a sobrevivência dos mesmos, tendo em vista que não há mais uma assistência do governo ou órgão público na maioria dos quiosques.

## 5.2 INCLUSÃO DA DIGITALIZAÇÃO E TRANSIÇÃO PRODUTIVA

Segundo Niederle, Schneider e Cassol (2021), nos últimos anos as conversas em relação às vantagens pelas quais a digitalização tem trazido em relação ao desenvolvimento sustentável estão sendo introduzidas cada vez mais nas pautas das principais organizações multilaterais. “Organizações ou agrupamentos multilaterais aconselham os governos sobre as políticas que devem usar para combater a desigualdade, incluem a ONU, o FMI, a OCDE, o Banco Mundial, etc.” (DEVELOPMENT FINANCE INTERNATIONAL).

Ainda segundo Niederle, Schneider e Cassol (2021),

“A digitalização é uma realidade incontornável, e tem trazido inúmeras oportunidades, mas ainda existe um enorme “hiato digital” que faz com que a maior parte da população mundial não colha os benefícios dessas tecnologias. Em outras palavras, a questão não é mais se e quando as tecnologias digitais serão incorporadas em diferentes setores de atividade, mas sobre como fazê-lo de tal modo que a desigualdade no acesso às mesmas não implique em aumento da exclusão social [...]”.

Após uma análise das entrevistas realizadas nos Quiosques Missioneiros, pode-se perceber que desde a criação dos quiosques até atualmente foram poucas as mudanças que ocorreram tanto em questão da Inclusão da Digitalização quanto da questão da Transição Produtiva.

A Inclusão da Digitalização dentre os Quiosques Missioneiros que seguem em atuação (tanto como venda direta, quanto como restaurante) é utilizada por todos, por meio das redes sociais (Facebook, Whatsapp, Instagram) para divulgação dos produtos coloniais e/ou para a venda de seus produtos (Figura 15).

Figura 15 – Uso da Digitalização nos Quiosques Missioneiros

LOCAL	DIGITALIZAÇÃO	
	como Divulgação	como Forma de Venda
Bossoroca	POUCO	SIM
Caibaté	SIM	NÃO
Cerro Largo	SIM	NÃO
Entre-Ijuís	SIM	NÃO
Guarani das Missões	SIM	SIM
Porto Xavier	-	-
Salvador da Missões	SIM	SIM
Santo Antônio das Missões	SIM	SIM
São Luiz Gonzaga	SIM	SIM
São Nicolau	-	-
São Paulo das Missões	SIM	SIM
Vitória das Missões	SIM	NÃO

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Além de que todos responsáveis pelos quiosques afirmam que o uso de redes sociais ajuda além da divulgação, na comercialização dos produtos disponíveis no local. Com essa ferramenta digital se torna possível que os interessados pelos produtos, normalmente prováveis consumidores, possam ver fotos dos produtos à

disposição para a venda, saber os preços e assim já escolher e deixar reservado os produtos de sua preferência, bem como a quantidade necessária. Essa estratégia, já muito utilizada, trouxe um bom aumento nas vendas e também nos clientes dos Quiosques Missioneiros, pois aumentou a visibilidade e descoberta dos locais, bem como da gama de produtos que estão disponíveis em cada um dos quiosques.

Existe também uma relação entre o aumento do uso de ferramentas digitais e a pandemia da Covid-19, onde o uso destas foi empregado como uma solução para manter as vendas ativas nas cadeias curtas de comercialização nos momentos de pico da pandemia, sendo que a inclusão da digitalização foi um recurso para que os quiosques, mesmo que fechados para o público, pudessem continuar comercializando os seus produtos. Sendo que muitos dos responsáveis dos quiosques, mesmo os que já faziam o uso das ferramentas digitais para o comércio dos produtos coloniais, alegaram que após o início da pandemia passaram a utilizar em maior quantidade esse instrumento.

Quando se trata da criação de um app (aplicativo) para auxiliar na comercialização dos produtos disponíveis nos quiosques, destaca-se que os responsáveis pelos locais dizem não acreditar que traria muitas vantagens, pois o uso das redes sociais já tem esse papel e é de mais fácil acesso e também uso.

Segundo os responsáveis pelos quiosques, quando estes foram idealizados todos já disponibilizariam de um sistema para gerenciamento financeiro, porém apenas dois dos quiosques relataram ainda contar com este sistema atualmente, e estes alegam também que isso traz um bom suporte em questão de facilidade para a administração dos produtos comercializados no quiosque. Em todos os quiosques que ainda seguem em funcionamento o gerenciamento de estoque é feito de modo manual e praticamente todos os responsáveis pelos locais acreditam que um meio digital de realizar esse processo facilitaria, tanto em questão de agilidade quanto de quantidade de serviço.

Já em relação à Transição Produtiva, foram poucos dos responsáveis dos dez quiosques em funcionamento que souberam informar sobre o tema em questão (Figura 16).

Figura 16 – Transição Produtiva nos Quiosques Missioneiros

LOCAL	TRANSIÇÃO PRODUTIVA		
	Não Sabe	Acha que aumentou	Acha que segue o mesmo
Bossoroca	X		
Caibaté	X		
Cerro Largo		X	
Entre-Ijuís	X		
Guarani das Missões		X	
Porto Xavier	-	-	-
Salvador da Missões		X	
Santo Antônio das Missões		X	
São Luiz Gonzaga			X
São Nicolau	-	-	-
São Paulo das Missões	X		
Vitória das Missões	X		

Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Segundo Gazzola e Aquino (2021), muitos dos atores sociais que compõem o sistema alimentar e dos agricultores familiares que administram as experiências em relação à qualificação alimentar fazem críticas a atual agricultura modernizada e ao sistema alimentar industrial, que realiza a distribuição dos alimentos via cadeias longas, com a produção e comercialização de alimentos com excesso de produtos químicos, agrotóxicos, ultra processados e que possuem altos custos socioeconômicos e ambientais pela sua forma de distribuição.

Sendo assim, uma alternativa dada por este grupo seria a produção de alimentos mais naturais, frescos e sem agrotóxicos, inserindo também a rastreabilidade, selos e certificações, com os quais os consumidores dos alimentos poderiam saber a origem dos produtos na cadeia produtiva e também checar os processos de produção e manejos adotados.

Quando falado em certificação de alimentos muitos dos responsáveis pelos quiosques afirmaram sobre a falta de uma assistência técnica e/ou um auxílio público nesta questão, mencionaram a atual dificuldade da obtenção de certificados orgânicos, por exemplo, mas disseram que os agricultores estão trazendo produtos cada vez mais “naturais”, tendo em vista que a procura por esse “tipo” de alimento esta tendo um bom aumento. Mas lembraram de que também não há uma diferença

significativa na venda de produtos certificados ou não, os consumidores apenas procuram por alimentos o mais “colonial possível”.

Segundo a responsável do quiosque do município de Santo Antônio das Missões após o início da pandemia do Covid-19 o público consumidor passou a aumentar no quiosque, pois cresceu a procura por alimentos advindos da agricultura local, ou seja, alimentos pelos quais os consumidores sabem exatamente de onde vem, sendo assim, os agricultores buscam o auxílio e assistência técnica da Emater/Ascar para fazer com que seus produtos sejam cada vez mais naturais, agroecológicos, orgânicos, frescos, coloniais, sem que sua produção seja prejudicada, tanto em questão de aumento de gastos quanto de diminuição de quantidades.

Já em questão da rastreabilidade dos alimentos comercializados, que segundo Antunes, Ortiz e Vaz (2021), “rastreabilidade é uma ferramenta que possibilita o acompanhamento de toda a cadeia produtiva, [...] permitindo saber todas as informações do início do processo até a mesa do consumidor”. Foi identificado que os produtos não atendem as normas da rastreabilidade, porém todos os entrevistados alegaram saber informar para os consumidores as informações de onde os produtos escolhidos são oriundos, caso necessário, mesmo dos produtos que não possuem rotulagem específica.

Para que seja possível realizar um processo de transição para uma produção agroecológica devem ser analisados muitos aspectos da produção e manejos utilizados. E segundo Pacheco *et al. apud* Gliessman (2021, p. 300):

É necessário considerar os seguintes níveis: 1. Incrementar a eficiência das práticas convencionais para reduzir o consumo e uso de insumos caros, escassos e ambientalmente nocivos; 2. Substituir práticas e insumos convencionais por práticas alternativas, onde a estrutura do agroecossistema não se altera significativamente; 3. Redesenhar o agroecossistema de maneira que o mesmo funcione sobre as bases de um novo conjunto de processos ecológicos. Neste sentido, a transição agroecológica é um processo de longo prazo, de duração incerta, e que varia de um lugar para outro, a depender de cada especificidade edafoclimática e situacional do agroecossistema.

Sendo assim, não foi possível identificar em quais níveis de transição produtiva os quiosques se encontram pelo fato de os responsáveis não obterem as informações necessárias para que fosse possível gerar uma resposta em relação a esse assunto.

### 5.3 CONSEQUÊNCIAS GERADAS PELA PANDEMIA DA COVID-19

De acordo com Aquino e Gazolla (2021), “segundo a FAO (2020), com a pandemia surgiram restrições e atrasos no transporte de mercadorias, bloqueios de estradas, fechamento de mercados e feiras, entre outros entravés, que afetaram, especialmente, os Agricultores Familiares (AFs)”.

De forma geral, ou seja, em praticamente todos os questionários aplicados houve respostas de que a pandemia da Covid-19 foi muito prejudicial para o comércio dos Quiosques Missioneiros, seja pela questão da redução de movimento causada graças à diminuição de viajantes nas rotas em que os quiosques estão localizados, pela diminuição do público consumidor fixo, que em grande parte parou de sair de casa para fazer suas compras por medo da contaminação do vírus, ou pela paralisação das demandas alimentares de compras públicas PAA e PNAE.

Alguns dos quiosques chegaram a ter que fechar suas portas durante algumas semanas para obedecer aos decretos de seus respectivos municípios, o que trouxe grandes prejuízos tanto para o quiosque quanto para seus produtores ativos que não tinham para quem comercializar seus produtos. Lembrando ainda que o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar) parou de mandar demanda de alimentos para o quiosque/cooperativa/produtores, já que as escolas fecharam por um grande tempo durante a pandemia graças a paralisação das aulas, que apenas a poucos meses estão retornando. Mesmo durante este período não foi adotada a comercialização via sistema digital ou o uso do método de venda via delivery.

Apenas três dos doze quiosques estudados, relataram ter um aumento de público no início da pandemia da Covid-19, e acreditam que a maior causa disso seja o fato de a população aumentar a quantidade de alimentos consumidos durante a quarentena, mas por outro lado também graças ao aumento da procura por alimentos de produção local durante esse período, isto devido aos casos da doença que eventualmente surgiam nos supermercados e nas distribuidoras de alimentos dos supermercados, como na categoria de hortifrúti.

Assim, pode-se identificar que mesmo no período de descontinuidade da venda direta os Quiosques Missioneiros não optaram pelo uso de aplicativos ou

venda via tele entrega, para superar o período em que não era possível a venda física/presencial.

#### 5.4 VERTENTES ENCONTRADAS: FALTA DE SUCESSÃO FAMILIAR E/OU CONTINUIDADE AS ATIVIDADES DE AGRICULTURA FAMILIAR E FALTA DE ASSISTÊNCIA, INCENTIVO PÚBLICO E VALORIZAÇÃO A AGRICULTURA FAMILIAR

Na primeira vertente encontrada no estudo dos resultados dos questionários aplicados foi à falta de sucessão familiar ou a inserção de novos produtores familiares locais. O que está sendo uma preocupação para a maioria dos responsáveis pelos Quiosques Missioneiros.

Diante das respostas obtidas por meio dos questionários percebe-se que grande parte dos atuais produtores familiares locais tem uma produção já com uma menor quantidade de jovens e afirma não ter alguém para assumir a mesma dando seguimento a produção familiar depois que estes resolverem se aposentar ou não conseguirem mais suprir a necessidade dos produtos. Existe uma atual falta de jovens na produção dos alimentos coloniais locais, indicando assim que provavelmente não haverá uma sucessão familiar em relação a grande parte dos produtores familiares ainda existentes.

Isso passou a ser uma preocupação, não só para esses produtores familiares, mas também para quem comercializa seus produtos, pois é provável que logo não exista mais quem dê continuidade as essas atividades. O que demonstra a necessidade de fortalecimento da agricultura familiar, pois se deve lembrar que esta categoria da agricultura contribui fortemente com economia local, agregando valor aos produtos para comercializá-los.

No questionário foi abordado aos gestores dos quiosques sobre os incentivos do Poder Público Municipal e Estadual desde seu surgimento até o momento, e pode-se perceber que não há muitos incentivos de ambos atualmente, porém o que foi possível observar é que existe uma grande dimensão em questão de assistência por parte da Emater/Ascar-RS.

Cinco dos doze responsáveis pelos quiosques entrevistados mostraram indignação com a falta de assistência, principalmente técnica e de suporte, do âmbito do Poder do Município ou do Estado aos Quiosques Missioneiros. O que se

pode perceber é que dos quiosques ainda existentes, cinco recebem auxílio (seja ele financeiro, técnico ou de suporte) do município e nenhum recebe assistência ou suporte do Estado.

Cinco dos doze Quiosques Missioneiros passa pela questão da falta de melhorias em estruturas do ponto de comercialização, principalmente quando se trata da falta de placas de indicação da existência do quiosque, ou de uma fachada mais chamativa e visível ao público que percorre as rotas e rodovias pelas quais estão localizados os Quiosques Missioneiros.

Oito dos doze quiosques relatam ter assistência técnica da Emater/Ascar-RS, se não o quiosque, os produtores ou sócios ativos. A Instituição é uma grande representante do serviço de extensão rural do Estado e é muito atuante nas políticas públicas do Governo do Estado. Sendo que auxilia os quiosques e cooperativas a conseguir alvarás, selos, entre outras atividades em que é necessitada a ajuda. Mas, a partir das respostas obtidas pelos entrevistados foi possível concluir, que apenas a assistência da Emater não supre a necessidade atual dos locais de venda direta.

Em questão da Rede Missioneira da Agricultura Familiar – REMAF, a maioria dos responsáveis dos quiosques acredita que a rede não existe mais, pois não recebe auxílios e muitas vezes até notícias sobre a mesma, apenas dois dos responsáveis se referiram a rede como ainda existente, mas também não souberam dizer muito sobre ela. E nas buscas realizadas não foram encontradas respostas sobre a se a rede ainda é existente ou foi extinta.

Outro tópico importante a ser comentado é a falta de valorização a agricultura familiar local, muitos dos quiosques trouxeram o descontentamento com o fato de os órgãos do Município e do Estado não valorizarem a agricultura familiar local, não buscarem trazer auxílios, demandas públicas, políticas públicas, etc. que deem uma maior assistência a essa categoria, que apesar de não ser muito lembrada pelos mesmos, tem uma grande importância territorial, econômica, ecológica e também social.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nesta pesquisa foi analisado o estado atual dos doze Quiosques Missioneiros, buscando identificar qual a situação em que se encontra a inclusão da digitalização e transição produtiva nestes locais de cadeia curta de comercialização,

bem como quais foram às consequências geradas pela pandemia da Covid-19 a esses pontos de comércio.

E a partir das entrevistas realizadas aos responsáveis por cada um dos quiosques em funcionamento, foi possível verificar aspectos importantes relacionados aos temas em questão para a realização do estudo. Foi possível perceber que 50% dos Quiosques Missioneiros perderam parte ou todo o objetivo idealizado na criação dos pontos de comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar local, e os outros 50% seguem em 100% de sua atividade de comercialização dos produtos coloniais da agricultura familiar local obtendo efetividade, na maioria das situações, e isso é possível graças à força e auxílio das cooperativas/associações ligadas ao Quiosque Missioneiro.

Em questão da Inclusão da Digitalização e Transição Produtiva nos Quiosques Missioneiros foi possível verificar que no que diz respeito à Inclusão da Digitalização, a utilização das redes sociais, sendo elas facebook, whatsapp e instagram, têm grande importância tanto na divulgação quanto na comercialização dos produtos dos quiosques e são a ferramenta com maior importância em questão digital para os pontos de comércio, trazendo vantagens para os quiosques principalmente em relação ao aumento do público alvo e maior facilidade de compra dos produtos.

Em relação à Transição Produtiva foi possível observar que, mesmo que a demanda de produtos considerados mais naturais tenha aumentado com o passar dos anos, os atores sociais estudados não consideram o assunto de grande relevância, pelo menos não o suficiente para mudar a situação atual de quantidade de venda e/ou procura dos produtos comercializados no local, e seria necessário um maior auxílio de órgãos públicos para a ampliação desta categoria de produtos coloniais.

Pode-se perceber que apesar de passados quase dez anos após a criação dos Quiosques Missioneiros ainda há muitos entraves que precisam ser superados para uma melhora e equilíbrio nessa categoria de comércio, principalmente em questão de administração dos pontos de venda e de uma assistência para a possibilidade de melhora disso, e também em um maior incentivo público tanto a esses pontos de comércio, quanto aos produtores da categoria de produtos coloniais.

É de grande valor destacar que os Quiosques Missioneiros melhoraram e facilitaram muito a comercialização dos produtos coloniais oriundos da agricultura familiar local, ajudando a valorizar essa categoria e foram também à criação de um ponto de comercialização de confiança para os produtores familiares, considerando que a venda direta de cadeia curta pode ser relacionada a uma venda certa dos produtos disponibilizados nos quiosques.

Diante de todos os aspectos analisados na pesquisa, é de suma importância destacar a relevância do estudo desenvolvido, tendo em vista que o mesmo trouxe uma maior percepção sobre os Quiosques Missioneiros e as mudanças ocorridas desde sua criação, bem como sobre a visão dos responsáveis dos locais, e também permitindo que fosse possível adquirir um maior conhecimento sobre o assunto, podendo assim ser possível que ocorra um novo estudo futuramente abrangendo uma maior área de conhecimento sobre os Quiosques Missioneiros.



## REFERÊNCIAS

- ALTAFIN, Iara. Reflexões sobre o conceito de agricultura familiar. *In: 3º MÓDULO DO CURSO REGIONAL DE FORMAÇÃO POLÍTICO-SINDICAL DA REGIÃO NORDESTE/2007*, 2007, Teresina. **Anais** [...]. Disponível em: <http://enfoc.org.br/system/arquivos/documentos/70/f1282reflexoes-sobre-o-conceito-de-agricultura-familiar---iara-altafin---2007.pdf>. Acesso em 06 jul. 2021.
- ALVES, Eliseu. A agricultura familiar. EMBRAPA. **Revista de Política Agrícola**. Ano VI, n 3, 1997. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/80658/1/A-Agricultura-familiar.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- AMARANTE, E. A. L. Agricultura familiar e a sustentabilidade: novos arranjos e processos. **Braz. J. of Develop.**, n. 7, v. 4, Curitiba, Edição Especial, p. 4419-4432, 2018. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/626>. Acesso em: 26 jul. 2021.
- ANDRIOLI, A. I. **Transnacionais e transgênicos**: o monopólio de sementes e insumos. Disponível em: <https://www.andrioli.com.br/index.php/artigos/70-transnacionais-e-transgenicos-o-monopolio-de-sementes-e-insumos>. Acesso em: 28 jul. 2021.
- ANTUNES, D.; ORTIZ, M.; VAZ, M.; Gestão de dados no processo de rastreabilidade inerente à cadeia produtiva da agricultura familiar. **Revista de Engenharia e Tecnologia**. v. 13, n. 2, jun. 2021. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/ret/article/view/18233/209209214413>>. Acesso em: 16 mar. 2022.
- BAMBERG, Joice. **As agroindústrias familiares como um fator de fortalecimento dos agricultores no campo em Cerro Largo/RS**. 2017. TCC (Bacharel em Administração) – Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS, Cerro Largo, 2017. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/1744/1/BAMBERG.pdf>. Acesso em 06 jul. 2021.
- BITTENCOURT, Daniela. **Agricultura familiar, desafios e oportunidades rumo à inovação**. EMBRAPA. [Brasília], 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31505030/artigo---agricultura-familiar-desafios-e-oportunidades-rumo-a-inovacao>. Acesso em: 06 jul. 2021.
- BOTELHO, L. *et al.* **Formação de redes de cooperativas da agricultura familiar no âmbito da economia solidária nos municípios missioneiros do estado do Rio grande do sul e seus impactos para o desenvolvimento**. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/download/16319/4174>>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- BRONSON, Kelly. A digital “revolution” in agriculture? **Handbook of Sustainable and Regenerative Food Systems** (1st ed.), p. 336-349, 2020.
- BUAINAIN, A. M.; CAVALCANTE, P.; CONSOLINE, L. **Estado atual da agricultura digital no Brasil: Inclusão dos agricultores familiares e pequenos produtores rurais**. Documentos de Projetos (LC/TS.2021/61), Santiago, Comissão Econômica

para a América Latina e o Caribe (CEPAL), 2021. Disponível em:  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46958>. Acesso em: 25 jul. 2021.

CABRAL, A.; CABRAL, E. D. T. **Inclusão digital para a inclusão social: perspectivas e paradoxos**. Disponível em:  
<https://www.seer.ufrgs.br/debates/article/view/12520>. Acesso em: 28 jul. 2021.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios**. Disponível em:  
<https://www.fca.unesp.br/Home/Extensao/GrupoTimbo/Agroecologia-Conceitoseprincípios.pdf>. Acesso em: 29 set. 2021.

CARNEIRO, M. J. **Política pública e agricultura familiar: uma leitura do Pronaf**. Estudos Sociedade e Agricultura, n. 1, v. 5, p. 70-82, 1997. Disponível em:  
<https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/106>. Acesso em: 20 jul. 2021.

CONVÊNIO INCRA/FAO. **Análise diagnóstico de sistemas agrários**. Disponível em:  
<https://docplayer.com.br/15822979-Convenio-incra-fao-analise-diagnostico-de-sistemas-agrarios-guia-metodologico.html>. Acesso em: 29 jul. 2021.

DALCIN, D.; OLIVEIRA, S. B.; TROIAN, A. **Gestão rural e a tomada de decisão: estudo de caso no setor olerícola**. In: 48º CONGRESSO SOBER, 2010, Campo Grande - MS. Disponível em:  
<https://docplayer.com.br/12322352-Gestao-rural-e-a-tomada-de-decisao-estudo-de-caso-no-setor-olericola.html>. Acesso em: 29 jul. 2021.

DFI – Development Finance International. **Organizações multilaterais**. Disponível em:  
<https://www.development-finance.org/pt/topicos/desigualdade-e-pobreza/organizacoes-multilaterais>. Acesso em: 15 mar. 2022.

DOS ANJOS, Sacco *et al.* **Análise do índice de nível de vida na agricultura familiar em quatro regiões da geografia gaúcha**. In: II SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 2006, Santa Cruz do Sul. Disponível em:  
<http://www.unisc.br/site/sidr/2004/planejamento/08.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2021.

DUARTE, L. C. *et al.* **Mercados para a agricultura familiar**. Braz. J. of Develop., n. 7, v. 6, Curitiba, 2020. Disponível em:  
<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/12830/10779>. Acesso em: 25 jul. 2021.

EMATER/RS. **Agroindústria familiar**. Disponível em:  
<http://www.emater.tche.br/site/area-tecnica/agregacao-de-valor/agroindustria-familiar.php#.YQQEW45KhPY>. Acesso em: 29 jul. 2021.

EMBRAPA. **Agricultura familiar no brasil**. [Brasília], 2014. Disponível em:  
<https://www.embrapa.br/aiaf-14-agricultura-familiar-no-brasil>. Acesso em: 06 jul. 2021.

EMBRAPA. **VISÃO 2030: O Futuro da Agricultura Brasileira**. [Brasília], 2018. Disponível em:  
<https://www.embrapa.br/documents/10180/9543845/Vis%C3%A3o+2030+-+o+futuro+da+agricultura+brasileira/2a9a0f27-0ead-991a-8cbf-af8e89d62829?version=1.1>. Acesso em: 29 mar. 2022.

FEITEN, Patricia. **Orgânicos em expansão**. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/especial/org%C3%A2nicos-em-expans%C3%A3o-1.794872>>. Acesso em: 29 mar. 2022.

FERNANDES, L. A.; GOMES, J. M. M. **Relatórios de pesquisa nas Ciências Sociais**. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/ConTexto/article/view/11638/6840>. Acesso em: 09 ago. 2021.

FNDE – Ministério da Educação. **PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar**. Disponível em: <https://www.fnde.gov.br/programas/pnae>. Acesso em: 12 mar. 2022.

GAZOLLA, M; AQUINO, J. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, p. 427-460, jun. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-8>.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. Qual "fortalecimento" da agricultura familiar?: uma análise do Pronaf crédito de custeio e investimento no Rio Grande do Sul. **Revista Econ. Sociol. Rural.**, Piracicaba - SP, n. 1, v. 51, p. 045-068, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/cK8XnrbsJbP8JtXxNYdJWVC/?lang=pt>.

GLIESSMAN, Steve. Transformando sistemas alimentares com agroecologia. **Agroecologia e sistemas alimentares sustentáveis**, Londres, v. 40, p. 187-189, 2016.

GRISA, C.; WESZ JUNIOR, V. J.; BUCHWEITZ, V. D. Revisitando o Pronaf: velhos questionamentos, novas interpretações. **Revista Econ. Sociol. Rural.**, Piracicaba - SP, n. 2, v. 52, p. 323-346, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/FfGVnNCzjyTK6JgDCrqFfGg/?format=pdf&lang=pt>.

GROSSI, M. E. D.; SILVA, J. G. **Novo Rural - Uma abordagem ilustrada**. 1. ed. IAPAR. Londrina - PR, 2002. Disponível em: <http://www.asbraer.org.br/index.php/consulta/item/2214-novo-rural-vol-i-pdf>. Acesso em: 28 jul. 2021.

GUANZIROLI, Carlos *et al.* **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI**. 1. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=fzCJFVodiNOC&oi=fnd&pg=PA5&dq=agricultura+familiar&ots=bfdOUspbDM&sig=0Bn-Cuc8m8YUJG10c2Qp94Zz1x8#v=onepage&q=agricultura%20familiar&f=false>. Acesso em: 06 jul. 2021.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/2012-agencia-de-noticias/noticias/25786-em-11-anos-agricultura-familiar-perde-9-5-dos-estabelecimentos-e-2-2-milhoes-de-postos-de-trabalho.html>

MATTOS, L. M. *et al.* **Desafios do projeto transição produtiva e serviços ambientais na qualificação de políticas públicas voltadas ao setor rural**. EMBRAPA. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/977195/desafios-do-projeto-transicao-produtiva-e-servicos-ambientais->

[na-qualificacao-de-politicas-publicas-voltadas-ao-setor-rural](#). Acesso em: 29 jul. 2021.

NIEDERLE, P. A. **Afinal, que inclusão produtiva? A contribuição dos novos mercados alimentares**. In: DELGADO, G.; BERGAMASCO, S. M. (Orgs.). Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro. Brasília: NEAD, p. 166-194, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/186273>. Acesso em: 28 jul. 2021.

NIEDERLE, P. A.; JUNIOR, V. J. W. **A agroindústria familiar na região Missões: construção de autonomia e diversificação dos meios de vida**. Redes, v. 14, n. 3, p. 75-102, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5520/552056848004.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2021.

NIEDERLE, P. A.; JUNIOR, V. J. W. **As novas ordens alimentares**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/213226/001082553.pdf?sequence=1&Allowed=y>. Acesso em: 09 jul. 2021.

NIERDERLE, P.; SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. **Mercador alimentares digitais**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/232359/001134254.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 mar. 2022.

Pacheco, C. S. G. R. *et al.*, 2021. **Fundamentos teórico-conceituais da transição agroecológica a partir de uma revisão integrativa**. Disponível em: <https://downloads.editoracientifica.org/articles/210504670.pdf>

PEDROZO, M. T. M. **A agricultura familiar no Brasil**. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/158572/1/artigo32-1Pedrozo.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2021.

PICOLOTTO, E. L. Os atores da construção da categoria agricultura familiar no Brasil. **Revista Econ. Sociol. Rural**, Piracicaba - SP, Vol. 52, Supl. 1, p. S063-S084, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/TrnbnVLQJSdyX8Y7pkM475v/abstract/?lang=pt>.

PRAÇA, F. S. G. **Metodologia da pesquisa científica: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão**. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170627112856.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

PRESTES, K.; SCHNEIDER, E.P. **A dinâmica de organização e comercialização nos Quiosques Missioneiros**. Disponível em: <https://portaleventos.uffs.edu.br/index.php/SEPE-UFFS/article/view/4289/2892>. Acesso em: 05 jul. 2021.

SANTOS, Juliana. **Agregação de valor na agricultura familiar: o caso dos produtores de leite do município de Pimenta Bueno (RO)**. 2014. Artigo Científico (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Rondônia - UNIR, Cacoal, 2014. Disponível em: <https://www.ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/428/1/TCC%20Juliana%20versao%20pos%20banca%20revisada.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2021.

SAVOLDI, A.; CUNHA, L. A. **Uma abordagem sobre a agricultura familiar, Pronaf e a modernização da agricultura no sudoeste do Paraná na década de 1970.**

Revista Geografar, n.1, v.5, p.25-45, 2010. Disponível em:

<https://revistas.ufpr.br/geografar/article/view/17780/11607>.

SCHNEIDER, S. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira das Ciências Sociais**, n. 51, v. 18, 2003. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/rztr5GB6thSx7TVPkw4wf7z/?lang=pt>.

Schneider, Sergio *et al.* **Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação.** Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/ea/a/kQdC7V3Fxm8WXzvmY5rR3SP>>. Acesso em: 29 mar. 2022.

SDT/MDA – Secretaria de Desenvolvimento Territorial, 2011. **Apoio a projetos de infraestrutura e serviços dos territórios.** Disponível em:

[www.mda.gov.br/portal/sdt/institucional/proinf](http://www.mda.gov.br/portal/sdt/institucional/proinf). Acesso em: 12 mar. 2022.

SEDS – Secretaria Especial do Desenvolvimento Social. **Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).** Disponível em: <http://mds.gov.br/assuntos/seguranca-alimentar/programa-de-aquisicao-de-alimentos-paa>.

Acesso em: 12 mar. 2022.

SEPULCRI, O.; TRENTO, E. J. **O mercado e a comercialização de produtos agrícolas.** Disponível em:

[https://www.academia.edu/29200505/O\\_MERCADO\\_E\\_A\\_COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O\\_DE\\_PRODUTOS\\_AGR%C3%8DCOLAS#:~:text=O%20MERCADO%20E%20A%20COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O%20DE%20PRODUTOS%20AGR%C3%8DCOLAS%20O%20d%C3%ADlio%20Sepulcri,esse%20resultado%20monet%C3%A1rio%2C%20adquirirem%20os](https://www.academia.edu/29200505/O_MERCADO_E_A_COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O_DE_PRODUTOS_AGR%C3%8DCOLAS#:~:text=O%20MERCADO%20E%20A%20COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O%20DE%20PRODUTOS%20AGR%C3%8DCOLAS%20O%20d%C3%ADlio%20Sepulcri,esse%20resultado%20monet%C3%A1rio%2C%20adquirirem%20os). Acesso em: 12 jul. 2021.

SILVA, P.; JESUS, P. **Os desafios do novo rural e as perspectivas da agricultura familiar no Brasil.** Disponível em:

<http://connepi.ifal.edu.br/ocs/index.php/connepi/CONNEPI2010/paper/viewFile/1407/457#:~:text=Nesse%20contexto%2C%20parece%20ser%20poss%C3%ADvel,partir%20da%20d%C3%A9cada%20de%201950>. Acesso em: 29 jul. 2021.

SOUSA, D. N. *et al.* **Os desafios da inclusão produtiva: o caso do programa nacional de inovação e sustentabilidade na agricultura familiar no Tocantins.**

In: 55º CONGRESSO SOBER, Santa Maria - RS, 2017. Disponível em:

<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1077303/os-desafios-da-inclusao-produtiva-o-caso-do-programa-nacional-de-inovacao-e-sustentabilidade-na-agricultura-familiar-no-tocantins>.

SOUZA-ESQUERDO, V. F.; BERGAMASCO, S. M. P. P. Análise sobre o acesso aos programas de políticas públicas da agricultura familiar nos municípios do circuito das frutas (SP). **Revista Econ. Sociol. Rural.**, Piracicaba - SP, Vol. 52, Supl. 1, p. S205-S222, 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/resr/a/LGqMmYcqJLq85hx7vGWF33n/?lang=pt>.

SOUZA; D. N.; JESUS, M. E. R.; BERALDO, K. A. Impactos da pandemia da covid-19 e estratégias para a Inclusão produtiva de agricultores familiares no Tocantins: estudo de caso na COOPRATO. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas**

**Espaciais**, v. 10, 2021. Disponível em:

<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/223095/1/rmsde-2021.pdf>.

TORRES, M. EMBRAPA. **Transição agroecológica busca sustentabilidade dos sistemas de produção**. [Sete Lagoas - MG], 2013. Disponível em:

[https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/1491682/transicao-](https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/1491682/transicao-agroecologica-busca-sustentabilidade-dos-sistemas-de-producao)

[agroecologica-busca-sustentabilidade-dos-sistemas-de-producao](https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/1491682/transicao-agroecologica-busca-sustentabilidade-dos-sistemas-de-producao). Acesso em: 02 out. 2021.

WANDERLEY, M. de N. B. **Raízes históricas do campesinato brasileiro**. *In*:

TEDESCO, J. C. (Org.) Agricultura familiar realidades e perspectivas. Passo Fundo:

EDIUPF, 1999, p. 21-55. Disponível em: [https://www.unifal-](https://www.unifal-mg.edu.br/geres/files/Texto%205.pdf)

[mg.edu.br/geres/files/Texto%205.pdf](https://www.unifal-mg.edu.br/geres/files/Texto%205.pdf).

WAQUIL, P. D; MIELE, M; SCHULTZ, G. **Mercados e Comercialização de Produtos Agrícolas**. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/cursopqdr/downloadsSerie/derad016.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2021.

WESZ JUNIOR, V. J.; TRENTIN, I. C. L.; FILIPPI, E. E. Os reflexos das agroindústrias familiares para o desenvolvimento das áreas rurais no Sul do Brasil.

**Cuadernos de Desarrollo Rural**. Colômbia, v.6, n. 63, p. 59-85, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/117/11712705004.pdf>.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DA ENTREVISTA

### Identificação do Quiosque

Município do Quiosque: \_\_\_\_\_

Telefone:

Distância do quiosque a sede do município (em Km)?

Data da coleta:

### Questões Gerais

1. Qual é o número de agricultores locais, e de sócios que comercializam seus produtos no quiosque?
2. Cada produtor tem seu nicho ou pode comercializar livremente o que quiser?
3. Existe algum contrato com estes agricultores?
4. Somente sócios podem comercializar seus produtos no quiosque ou existe um valor diferenciado para não sócios, por exemplo?
5. Quais os produtos mais vendidos no quiosque ao longo do ano? Até 3 (três).
6. Qual o foco de comercialização do local, tipo de produtos comercializados.
7. O quiosque é mais procurado pela venda de algum produto específico?
8. Existe a grande procura de algum produto que vocês não comercializam?
9. Realizam entregas de produtos ou apenas vendas presenciais?
10. Qual a estrutura de armazenagem e conservação de produtos, que permita estender a vida útil dos produtos, é disponibilizada no quiosque?  
E por ex. separa vegetais e frutas de carne e leite.
11. Quem define as condições de entrega dos produtos vendidos (preço, prazo, qualidade, regularidade, quantidade)? O quiosque, a cooperativa ou o produtor?  
É realizada alguma conversa/reunião para essas definições? Por meio digital (whatsapp, fotos, etc) ou presencial?
12. Como são definidas as quantidades de alimentos comercializados no quiosque por cada produtor?
13. Como são definidos os preços e a qualidade dos alimentos comercializados no quiosque por cada produtor? Por ex.: um produtor vendendo batatas bonitas e grandes vende ao mesmo preço que um produtor com batatas não tão bonitas.
14. Como é definido/feito ou determinado o preço de venda neste canal de comercialização? Ex.: pesquisas, mercados, cooperativa, etc.

15. Como funciona a entrega e classificação dos produtos no quiosque? A cooperativa busca, os produtores entregam. Quem classifica os alimentos mais bonitos e de melhor qualidade para a venda?
16. Realiza algum tipo de controle financeiro do quiosque? Como? E controle de estoque?
17. Comercializam algum produto que possui algum tipo de certificação? ( ) Sim ( ) Não
- Ex.: ( ) Orgânico; ( ) Agricultura Familiar; ( ) Produtos não transgênicos; ( ) Selo Sabor Gaúcho; ( ) Outros: \_\_\_\_\_.
18. Os alimentos certificados, como orgânicos são vendidos/expostos separados dos alimentos sem certificação?
19. Sabe se nos últimos anos, a quantidade de produtos certificados aumentou ou diminuiu, ou se segue em mesma quantidade?
20. Existe algum órgão ou empresa que ajuda os agricultores quando eles têm interesse em iniciar uma transição orgânica ou agroecológica?
21. Algum produto possui marca ou rotulagem própria? Quais? Ex.: ovos, queijo, vinho, etc.
22. Em questão de rastreabilidade, os produtos expostos para a venda são separados por produtor, sendo possível saber de qual propriedade vem cada produto, ou produtos de mesmo grupo são misturados?
- Por ex. se alguém reclamar da qualidade de algum produto é possível saber de qual produtor ele veio?
23. Os produtos que possuem rastreabilidade E/OU rotulagem E/OU certificação, têm preços mais elevados ou uma venda mais fácil graças a essas características? Ou não nota esta diferença?
24. Os produtos que possuem rastreabilidade E/OU rotulagem E/OU certificação tem algum benefício ou vantagem? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual?
- ( ) Atesta a qualidade do produto; ( ) Aumenta a relação de confiança entre produtor e consumidor; ( ) Amplia as possibilidades de venda e possibilita acesso a novos canais de comercialização; ( ) Ajuda os clientes/consumidores a identificar/localizar os produtos; ( ) Outro \_\_\_\_\_ ; ( ) Não sabe/não opinou.
25. Relacionado a produtos industrializados, como carne leite ovos etc., como é realizada a inspeção destes produtos? Já tiveram problemas? Todos os agricultores são legalizados?

26. Sabe se produtores utilizam de alguma política pública em sua propriedade, como Pronafs ou custeios?

( ) Não utilizam políticas públicas; ( ) Pronaf Custeio; ( ) Pronaf Investimento - Mais Alimentos; ( ) Pronaf Agroindústria; ( ) Pronaf Agroecologia; ( ) Pronaf Jovem; ( ) Seguro Agrícola (Proagro, ou outro); ( ) Outra: \_\_\_\_\_.

27. Sabe se os produtores recebem alguma assistência técnica assistência técnica governamental, como ATER, EMATER, etc.?

28. Sabe se os produtores participam do PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) ou do PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar)? O quiosque e a cooperativa ligada ao quiosque auxiliam nesses programas, caso os produtores participem?

Em questões de compra, entrega, organização, planejamento de compras para produção, etc.

29. Se sim, sabe dizer como são realizadas as compras de produtos para produção dos alimentos, organização e entrega dos alimentos?

30. Em relação à agroecologia, sabe dizer se os agricultores estão aumentando a diversidade destes produtos nos últimos anos? Tanto para a comercialização no quiosque ou para consumo.

Por ex.: reduzir a quantidade de agrotóxicos, ou outros insumos; uso de insumos biológicos na produção; uso de sementes crioulas; produção de frutas nativas da região; agrofloresta na propriedade..., ou seguem em um padrão de produção normal.

31. Sabe como é a relação do mercado de venda dos agricultores?

Comercializam, apenas para o quiosque, com o quiosque e a prefeitura, com o quiosque e com venda direta, comercializam primeiro para o quiosque e o que sobra para os outros tipos de venda, comercializam primeiro para os outros tipos de venda e o que sobra para o quiosque.

32. Em relação a esses agricultores, quantos são os principais fornecedores de produtos (Nºs)? Ex.: uma família fornece pães duas vezes por semana...

Sabe em questão de vendas, quantas famílias em média vivem de fonte principal do quiosque.

33. Qual o motivo que acha que os agricultores preferem comercializar para o quiosque? Ex.: facilidade, preços melhores, etc.

34. Em questão de renda, qual a porcentagem que o agricultor recebe das vendas? Recebe quando entrega os produtos ou recebe a partir da venda dos mesmos? Existe devolução de produtos para troca?
35. Qual a relação de pagamento aos agricultores do quiosque em questão do pagamento do mercado.
36. Qual sua percepção sobre o preço de venda dos produtos no quiosque em relação aos produtos de mercados comerciais?
37. A partir da política pública de criação dos quiosques, elaborada pela Rede Missioneira da Agricultura Familiar – REMAF, atualmente, vocês ainda recebem algum auxílio técnico, financeiro, etc., que venha por meio do município, estado ou de parte federal?
38. Qual é a estratégia de divulgação do quiosque e dos produtos comercializados no mesmo?
39. Acredita que a criação dos quiosques ajudou a melhorar a comercialização dos produtos oriundos de produtores locais e agricultura familiar na região?
40. Utilizam de alguma rede social ou app para fazer a comercialização de produtos do quiosque? Ex. facebook, whatsapp, etc.
41. Como é realizada a comunicação entre o quiosque e os produtores? Como são organizadas e planejadas as quantidades, preços, pagamentos dos produtos? Ex. reuniões, assistência técnica contratada, meios digitais (celular, whatsapp, facebook...), existe uma pessoa que organiza isso, etc.
42. Como é a conexão e comunicação com os outros quiosques missioneiros?
43. Dentro do quiosque existe uma central de informações via cooperativa ou o quiosque é apenas um local de comercialização de produtos? Ex.: informações sobre insumos, preços, novidades, etc.
44. Nas atividades realizadas no quiosque, o que é digital? Ex.: contabilidade, planejamento de compra e venda, recursos financeiros, reuniões, assistência técnica, serviços públicos, etc.
45. Do que é feito manual atualmente, o que você gostaria que fosse feito de forma digital?
46. Considera que a pandemia do COVID-19 aumentou, diminuiu ou não mudou a quantidade de consumidores dos produtos do quiosque? E as vendas por meios digitais?

47. Atualmente, as vendas seguem aumentando, diminuíram ou estão estáveis em mesma quantidade?

48. Com o início da pandemia, em relação ao uso de ferramentas digitais para a comercialização:

- ( ) Já utilizavam antes do início da pandemia
- ( ) Passaram a utilizar depois do início da pandemia
- ( ) O uso aumentou com o início da pandemia
- ( ) Esta diminuindo com a melhora da pandemia

49. Quais os principais problemas enfrentados nas vendas do quiosque?

Ex.: entregas, certificação, armazenagem, classificação, inspeção, impostos, a distância percorrida entre o produtor e o quiosque, as condições de trafegabilidade das vias, os horários de entrega ou coleta dos produtos, o meio de transporte disponível para realizar as entregas/coletas, falta equipamentos para armazenar/ou refrigerar o produto (câmaras frias), mão de obra para trabalhar na logística e transporte.

50. Servem lanches, cafés, etc. no local?