



Desenvolvimento Regional em Debate
ISSN: 2237-9029
valdir@unc.br
Universidade do Contestado
Brasil

Canais de comercialização em sistemas orgânicos de produção familiares na região da serra gaúcha

Jandrey, Willian Fontanive; Schultz, Glauco; Souza, Marcelino de

Canais de comercialização em sistemas orgânicos de produção familiares na região da serra gaúcha

Desenvolvimento Regional em Debate, vol. 8, núm. 1, 2018

Universidade do Contestado, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570863988003>

DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v8i1.1717>

Canais de comercialização em sistemas orgânicos de produção familiares na região da serra gaúcha

Marketing channels in organic family production systems in the region of serra gaúcha

Willian Fontanive Jandrey willian.jandrey@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Brasil

Glauco Schultz glauco.schultz@ufrgs.br

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil

Marcelino de Souza marcelino.souza@uol.com.br

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil

Desenvolvimento Regional em Debate,
vol. 8, núm. 1, 2018

Universidade do Contestado, Brasil

Recepção: 23 Fevereiro 2018
Aprovação: 26 Março 2018

DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v8i1.1717>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570863988003>

Resumo: Este artigo teve como objetivo identificar os canais de comercialização e relacioná-los com os processos de diversificação ou especialização dos sistemas de produção familiares orgânicos da região da Serra Gaúcha. Através da constituição de uma amostra intencional não probabilística foram entrevistados 49 produtores pertencentes a associações e cooperativas. As relações dos agricultores estabelecidas com os mercados por meio das tipificações demonstraram maior diversificação para unidades de produção vinculadas a relações de comercialização com as feiras. A particularidade foi verificada nas relações de comercialização com os supermercados e com as feiras ao demonstrar que em situações em que a feira participa mais na porcentagem total de produtos comercializados, os produtores acessam mais canais de comercialização secundários. A relação de comercialização com os supermercados é confrontada com a necessidade de abastecimento de poucos produtos e por período contínuo, apresentando características para especialização.

Palavras-chave: Agricultura familiar, Agricultura orgânica, Canais de comercialização, Diversificação produtiva.

Abstract: This article aimed to identify the commercialization channels and to relate them to the processes of diversification or specialization of the organic family production systems of the Serra Gaúcha region. Through the constitution of an intentional non-probabilistic sample, 49 producers from associations and cooperatives were interviewed. The relationships of established farmers with the markets through typologies have demonstrated greater diversification for production units linked to trade relations with the fairs. The particularity was verified in the relations of commercialization with the supermarkets and the fairs to demonstrate that in situations in which the fair participates more in the total percentage of products commercialized, the producers access more secondary commercialization channels. The marketing relationship with supermarkets is confronted with the need to supply a few products and for a continuous period, presenting characteristics for specialization.

Keywords: Family farm, Organic agriculture, Marketing channels, Productive diversification.

1 INTRODUÇÃO

As tendências que reforçam as crescentes pressões sobre o aumento de escala na agricultura compreendem também sistemas orgânicos que

embora sejam muito marcados por uma filosofia de diversificação, necessitam se adequar as exigências impostas pelo mercado para garantir participação nos circuitos de comercialização.

Na década de 1980, o direcionamento da produção na agricultura familiar vinculava-se a capacidade de acompanhar as exigências da agroindústria, o que começou a se modificar a partir de 1990, quando houve um direcionamento para a agricultura familiar desenvolver estratégias alternativas de acesso aos mercados, como tentativas de lutar contra as ameaças de exclusão e para gerar valor agregado, de forma a encontrar alternativas além das inserções nos circuitos principais de distribuição. Para o futuro, o setor encaminha-se também para a necessidade de desenvolver iniciativas autônomas de agroindustrialização e de inserção mercantil (WILKINSON, 2008).

A consolidação da agricultura industrializada corresponde ao crescimento que se verifica no setor do varejo, de forma que a relação com a indústria influencia uma rápida organização e fortalecimento de grandes estruturas varejistas, compostas por redes de supermercados e hipermercados (IPARDES, 2007). A globalização interfere nos mercados através do estabelecimento de novos patamares mínimos para o mercado de *commodities* e pela geração de padrões que dificultam o estabelecimento de mercados com foco na diferenciação (WILKINSON, 2008).

O bom desempenho da cadeia depende principalmente da capacidade de oferecer resposta às demandas dos clientes, da qualidade de produtos e serviços, da velocidade, qualidade e tempo hábil da inovação dos produtos, e por fim, da efetividade dos custos e serviços de produção e entrega (RODRIGUES; SANTIN, 2004).

O quadro de tendências de concentração e consolidação continua a partir do momento em que “novos patamares de qualidade tornam-se pré-requisitos de participação nos mercados agroalimentares” (WILKINSON, 2008, p. 151). Existe distinção na exigência de diferentes mercados, com destaque de rigidez para produtos direcionados a exportação. As normas internacionais para a agricultura orgânica são feitas basicamente a partir de realidades europeias, muitas vezes considerando cenários que não são comuns em todo o mundo (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

A participação de grandes comerciantes no mercado de orgânicos aponta para uma demanda potencial crescente que exige resposta de produção em escala e eficiente logística. O crescimento da produção dos orgânicos impulsionado pelo crescimento do mercado fez com que a atividade saísse de um nicho artesanal e quase ideológico e entrasse no mercado de produtos alimentícios, dominado por grandes redes (VILELA; RESENDE; MEDEIROS, 2006). A participação de grandes comerciantes também leva a busca de grandes fornecedores. Neste processo, a proximidade geográfica de redes de mercado em economias locais é perdida com a transição de um movimento social orgânico para uma indústria orgânica (LUND; ANDERSEN; JENSEN, 2013).

Acessar canais de comercialização por meio de organizações com maior volume pode ser a principal estratégia para a agricultura familiar. Segundo

Bonilha (1997, p. 48) “[...] o desempenho dos pequenos estabelecimentos é influenciado pela estrutura de mercado, a qual pode ser alterada através da intervenção organizada dos produtores”. “A cooperativa tem uma dinâmica que a distingue da agroindústria privada na medida em que está enraizada nos recursos de uma região específica e a “sua razão de ser” é a valorização da produção de seus membros” (WILKINSON, 2008, p. 39).

De acordo com Caumo e Staduto (2014) a agricultura orgânica pode representar um meio ideal ao desenvolvimento de uma agricultura ambientalmente sustentável, pela pequena escala com que trabalha e pela fundamentação na produção familiar, via características de diversificação e de integração de atividades animais e vegetais. O movimento da agricultura ecológica ganha força porque promove alternativas aos padrões dominantes, buscando soluções compatíveis com práticas tradicionais da agricultura familiar, aliadas a valores fundamentais para a sociedade (WILKINSON, 2008).

Em avaliação de mercado Blanc e Kledal (2012) avaliaram três sistemas alimentares diferentes, compostos pela exportação, comercialização no mercado interno e um sistema de alimentação alternativa entrelaçada com o movimento agroecológico brasileiro. Os autores destacam o crescimento significativo do mercado interno brasileiro via supermercados, que é sustentado por empresas intermediárias e grandes cooperativas de agricultores. A escala exigida pelos supermercados é um fator decisivo na definição dos fornecedores.

Os sistemas alimentares impulsionados pela expansão das redes de supermercados são caracterizados por fortes relações assimétricas de poder em detrimento dos pequenos produtores, que quando orientados para o mercado comercial sentem falta de apoio (BLANC; KLEDAL, 2012). Exceto pelo uso de insumos sintéticos, as condições de produção de muitos produtos orgânicos agora espelham os de suas contrapartes convencionais, que muitas vezes se originam nas fazendas industriais de grande escala e são vendidos nas prateleiras dos supermercados (JOHNSTON; BIRO; MACKENDRICK, 2009). Alguns dos principais desafios, que se relacionam às práticas sustentáveis, estão relacionados com questões como concorrência de preços e capacidade de resposta (ZAILANI et al., 2012).

As pequenas associações possuem limitantes no acesso a mercados exigentes quando não mantêm produções constantes ao longo do ano. Segundo Blanc e Kledal (2012) pequenas associações somente podem tornar-se fornecedores de supermercados e pontos de venda se possuem capacidade de oferecer quantidade e qualidade exigidas. Para Wilkinson (2008) o quadro do fornecimento de alimentos engloba rígidos critérios de qualidade, além de necessidade de participação em registros de fornecedores, onde pequenos produtores praticamente são obrigados a trabalhar em associações para viabilizar investimentos necessários.

A agricultura orgânica coloca-se no contexto de desenvolvimento rural como uma alternativa para a diversificação e até mesmo como uma estratégia para os produtores familiares (CAUMO; STADUTO, 2014). A diversificação de culturas é um fator que possibilita a obtenção de

aumento da renda para o produtor que dispõe de uma propriedade pequena e conta com pouco capital (POPPENBORG; KOELLNER, 2013). A diversificação de atividades na produção de hortaliças “envolve um processo de comercialização extremamente dinâmico, podendo ser comprometido se uma produção diversificada não for bem administrada e não estiver voltada para as características do mercado trabalhado” (ASSIS; ROMEIRO, 2007, p. 871). Assim, compreende-se que a diversificação é importante para o produtor, porém o mesmo deve se basear no mercado para escolher espécies que possuem boa aceitação pelos consumidores.

Os produtos orgânicos possuem atualmente sua atratividade relacionada às preocupações relacionadas às condições produtivas e a sua rentabilidade. Alencar et al. (2013) destacam que a rentabilidade superior dos cultivos orgânicos em relação aos convencionais é atribuída aos baixos custos de produção e aos preços estáveis e em patamares elevados (ALENCAR et al., 2013). Da mesma forma que esse fator auxilia a expandir o número de interessados nesse sistema produtivo também pode trazer consequências a suas premissas. A sobrevalorização dos produtos orgânicos em detrimento da importância de como o mesmo é produzido pode gerar reducionismo na visão do necessário equilíbrio do agroecossistema (ASSIS; ROMEIRO 2007).

É importante observar uma relação entre valor adicional recebido pelo produto orgânico e a quantidade a ser comercializada. Vilckas e Nantes (2007) enfatizam que mesmo que produtos com maior valor agregado possuam maior margem de comercialização, sua rentabilidade pode ser prejudicada pelo menor giro, visto que tais produtos são destinados a um mercado mais restrito, formado por consumidores que selecionam produtos diferenciados.

A pressão do mercado pode favorecer a escala quando os consumidores direcionam a demanda sobre determinados produtos. No caso do grande varejo, Wilkinson (2008) destaca que são adotadas inovações logísticas que tendem a reduzir o número de fornecedores, privilegiando os que possuem maiores operações. Assis e Romeiro (2007) comentam que essa pressão favorece o estabelecimento de sistemas de monoculturas que podem desconsiderar os princípios agroecológicos. Mesmo assim, a maioria dos pequenos e médios produtores permanece aplicando as práticas de manejo baseadas na autossuficiência da propriedade, existindo somente uma minoria de produtores, em especial com áreas grandes e capital financeiro disponível, que seguem o modelo de substituição de insumos (ALTIERI; NICHOLLS, 2003).

Segundo Altieri e Nicholls (2003), estrutural e funcionalmente falando, a agricultura orgânica em larga escala não muda abruptamente em relação à convencional. Analisando a concessão de créditos em estabelecimentos de vários tamanhos, Bonilha (1997) destaca que em condições de semelhança na eficiência, os subsídios tendem a beneficiar os maiores, induzindo a concentração de capital.

Na produção de hortaliças onde a dinâmica da produção é intensa, “[...] o pequeno agricultor, em razão da menor extensão das terras, tem possibilidade de dominar o processo produtivo e controlar as

variáveis ambientais” (VILELA; RESENDE; MEDEIROS, 2006, p. 6). As dificuldades encontradas em pequenas propriedades estão relacionadas com a superação da restrição de escala (CAUMO; STADUTO, 2014). A restrição pode estar relacionada a diferentes fatores, como área, mão de obra, entre outros.

Os diversos mercados alternativos da agricultura familiar começam a se constituir de uma espécie de convecção de qualidade em forma de um padrão orgânico (WILKINSON, 2008). A comercialização de alimentos orgânicos apresenta-se num processo de desenvolvimento no qual a cada dia surgem novos consumidores interessados. Para sua efetiva estabilização são necessários esforços conjuntos de todos os atores da cadeia. A análise do varejo de alimentos em vários ambientes e estruturas de mercado auxiliam no desenvolvimento de estratégias empresariais e políticas públicas (OLIVEIRA; LIMA-FILHO; WATANABE, 2013). Na agricultura familiar, faz-se necessária a existência de esforços que estimulem inovações técnicas de produção e de gestão (BUAINAIN; BATALHA, 2007). Somente uma influência positiva das instituições públicas pode consolidar e expandir essa cadeia produtiva.

Um dos fatores que se tornou decisivo na consolidação da agricultura moderna está relacionado às economias de escala, constatação que pode ser comparada a crescente concentração de terras e índices de crescimento no número de animais nas propriedades com contratos de integração. Com as atenções voltadas para a agricultura orgânica, será necessário que produtores promovam atendimento dos padrões estipulados para manter competitividade no mercado e mantenham as premissas da forma de produção visando à busca de um planeta sustentável. A única garantia da valorização da produção familiar nos sistemas de produção orgânicos é a demonstração da importância do setor frente à produção destes alimentos.

Com base no que foi apresentado anteriormente, o objetivo deste artigo foi identificar os canais de comercialização utilizados pelos produtores familiares com sistemas de produção orgânicos da Serra Gaúcha e relacioná-los aos processos de diversificação ou especialização.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A amostra da pesquisa foi do tipo intencional e não probabilística e composta por fornecedores de hortaliças orgânicas da região produtora da Serra Gaúcha, vinculados à comercialização em grandes redes de supermercados de Porto Alegre – RS e à Feira dos Agricultores Ecologistas (FAE), localizada na Rua José Bonifácio, Bairro Bom Fim, Porto Alegre. Os supermercados pesquisados abrangeram 6 redes dominantes em Porto Alegre, sendo que nos casos das redes Asun, Gecepel, Rissul e Carrefour estas não apresentaram setores específicos de produtos orgânicos, enquanto que as redes Zaffari e Walmart apresentaram setores específicos, possibilitando a identificação dos fornecedores.

Nos supermercados foram encontrados cinco principais fornecedores de hortaliças e na FAE, foram encontrados 8 grupos formados em

associações, além de produtores individuais. Pela relação entre número de fornecedores e tempo disponível para o estudo, foi necessário diminuir a amostra e para tanto se delimitou a região produtora da Serra Gaúcha como região de estudo. A escolha desta região se justifica pelo histórico na produção orgânica, e pelo número de associações e cooperativas de fornecedores presentes nesta região.

Assim, foram delimitadas na comercialização em supermercados a Cooperativa de Produtores Ecologistas de Garibaldi (COOPEG) e a filial da Cooperativa Regional de Produtores Ecologistas do Litoral Norte do RS e Sul de SC (ECONATIVA), e na comercialização na Feira de Agricultura Ecológica (FAE) a Cooperativa Aecia de Produtores Ecologistas Ltda. (COOPAECIA), a Associação de Produtores Ecológicos da Linha Pereira de Lima (APEMA), a Associação dos Produtores Ecologistas de Santo Antônio Abade (APESAA) e a Associação dos Produtores Ecologistas da Capela Santa Catarina (APESC).

A amostra intencional abrangeu os agricultores ativos na produção e comercialização de hortaliças orgânicas das cooperativas e associações citadas acima, totalizando 49 agricultores. Estes agricultores são moradores de sete municípios da região da Serra Gaúcha, conforme as informações contidas na Tabela 1.

MUNICÍPIOS	NÚMERO DE PRODUTORES	ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS
Antônio Prado	13	COOPAECIA e ECONATIVA
Barão	2	COOPEG
Carlos Barbosa	7	COOPEG
Flores da Cunha	1	ECONATIVA
Garibaldi	2	COOPEG
Ipê	22	APEMA, APESAA, APESC, COOPAECIA e ECONATIVA
Nova Roma do Sul	2	ECONATIVA
TOTAL	49	7

Tabela 1

Apresentação da população de estudo por meio do número de produtores e associações presentes nos municípios.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A localização geográfica dos municípios de abrangência da pesquisa pode ser observada na Figura 1.

A forma de levantamento das informações compreendeu a aplicação de roteiros de entrevistas e de questionários aos agricultores, o que possibilitou dois momentos de interação com o público alvo. O primeiro momento compreendeu a realização das entrevistas, efetivadas com um representante da cooperativa ou associação com adequado conhecimento da organização e que possuía algum cargo na diretoria efetiva ou tivesse exercido tal cargo no passado. No segundo momento procedeu-se a aplicação do questionário aos produtores atualmente ativos na comercialização via cooperativa ou associação. Os produtores aceitaram a participação na pesquisa, estando de acordo com o termo de consentimento e concordando em responder o questionário. A pesquisa de campo foi executada do dia 18 agosto ao dia 2 outubro de 2014, sendo realizada através de aplicação das entrevistas e dos questionários

pelo próprio pesquisador, nas sedes das associações/cooperativas e nas propriedades rurais dos entrevistados.

Com os dados dos questionários foi realizada a caracterização das famílias dos agricultores orgânicos, bem como, conhecidas as motivações para atuar na agricultura orgânica e participação em diferentes canais de comercialização, sendo todos apresentados por meio de gráficos e distribuição de frequências. Posteriormente, com base nos dados, foram delimitadas três tipificações com base na identificação dos canais de comercialização acessados pelos produtores, e avaliadas diferenças nos sistemas produtivos vinculados a estas tipificações. A forma de apresentação dos resultados também foi por meio de gráficos e com base na distribuição de frequências.

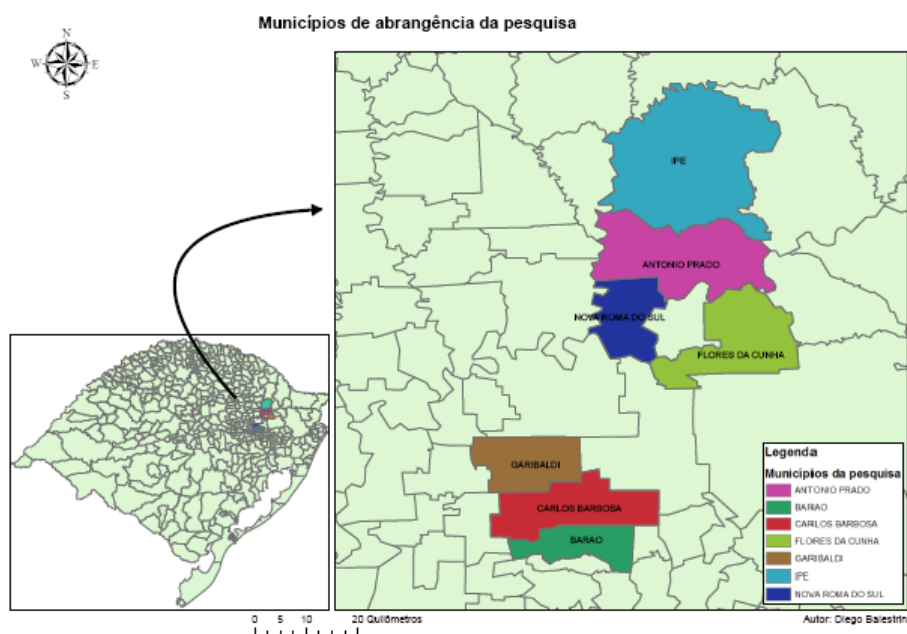


Figura 1

– Localização geográfica dos municípios de abrangência da pesquisa

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

As análises realizadas na pesquisa foram compostas pela estatística descritiva e inferencial, abordando as informações levantadas e inferindo aspectos das características da população. As informações obtidas foram tabuladas com o auxílio dos programas SSPS e Microsoft Excel.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção serão apresentadas as tipificações delimitadas a partir do estudo, de modo a compreender as particularidades incluídas nos sistemas produtivos orgânicos quando estes se vinculam a diferentes canais de comercialização. A tipificação busca compreender as principais vias de comercialização de produtos orgânicos e se estas formas de comercialização exerceriam algum tipo de influência nos sistemas produtivos, em termos de provocar mudanças em escala e/ou diversificação produtiva. As subdivisões a seguir contemplarão

as características vinculadas a tipificações das unidades de produção delimitadas neste artigo.

3.1 REPRESENTATIVIDADE DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

A representatividade dos canais de comercialização compreende um fator essencial que pode influenciar de alguma maneira no direcionamento da produção. A escolha dos cultivos deve corresponder às necessidades e anseios dos consumidores, que por sua vez, promovem o fluxo de informação de o que e quanto produzir por meio de algum canal de comercialização, no qual pode ter contato direto com o produtor ou somente vê-lo como parte integrante em um elo na cadeia produtiva.

Segundo Terrazzan e Valarini (2009) existem diversas formas de vendas utilizadas atualmente, e entre elas as principais são as feiras orgânicas, entregas de cestas a domicílio, lojas especializadas e supermercados. Os autores citam os supermercados como os principais pontos de venda e as feiras como o ambiente que melhor propicia aos produtores o recebimento de preços justos por sua produção. Alguns dos aspectos que mais contribuíram para o aumento de feiras foram frustrações entre associações e supermercados e acréscimo no número de locais para feiras, e de espaço para feirantes, aliados a uma maior divulgação dos produtos orgânicos na mídia (IPARDES, 2007).

Evidenciou-se através dos dados coletados que as unidades de produção orgânicas presentes nesta pesquisa encontram-se participando de cinco canais de comercialização, sendo eles, supermercados, feiras, mercados institucionais, lojas especializadas e comercialização feita na propriedade rural. Embora existam essas diversas possibilidades, os canais de comercialização principais que absorvem a maioria dos produtos das unidades de produção são as feiras e os supermercados. A importância da comercialização em feiras e supermercados ocorre pelo histórico e pelo grande número de consumidores que procuram por estes canais.

O acesso aos canais de comercialização se dá via associação de produtores, cooperativa ou via comercialização direta. “A forma de comercialização mais adequada para cada tipo de produtor pode variar em função da organização do sistema de produção e da disponibilidade de trabalho e infraestrutura” (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013, p. 11).

A participação dos produtores nos canais de comercialização pode ser visualizada na Figura 2. Os 49 produtores vinculados ao estudo puderam ser divididos de acordo com 3 tipificações, sendo: (A) 11 produtores que possuem relações de comercialização com os supermercados (RCS); (B) 10 produtores que possuem relações de comercialização com as feiras ecológicas (RCF); e (C) 28 produtores que possuem relações de comercialização com os supermercados e com as feiras ecológicas (RCSF).

A partir da divisão também é possível observar que dos 11 produtores tipificados em RCS, 7 (63%) possuem somente esse canal de comercialização, 4 (36%) também acessam mercados institucionais e 1

(9%) também comercializa em lojas especializadas. Dos 10 produtores tipificados como RCF, 7 (70%) possuem somente este canal, 3 (30%) também comercializam em lojas especializadas, 2 (20%) também acessam mercados institucionais e 1 (10%) vende também produtos na propriedade rural. É relevante destacar que dentre estas duas tipificações no mínimo 70% dos produtos estão vinculados ao canal de comercialização principal.

A tipificação RCSF apresenta números mais distintos. Na RCSF, dos 28 produtores existentes, 15 (54%) acessam somente supermercados e feiras, 11 (39%) também acessam mercados institucionais, 6 (21%) também comercializam em lojas especializadas e 1 (4%) também vende na propriedade rural. Na análise da RCSF, nota-se que a participação de outros canais de comercialização é mais destacada nos casos de agricultores que possuem maior vinculação a feiras, o que pode estar atrelado à relação da feira estimular a entrada da comercialização também em outros canais, que se tornam uma segunda opção para os agricultores. Isso também remete a possibilidade que produtores que possuem maiores participações no canal de comercialização supermercados, não necessitem diversificar em canais de comercialização.

Os mercados institucionais são importantes para comercializar excedentes ou cultivos programados para determinadas épocas, como por exemplo, os produtos destinados para alimentação escolar. A alimentação escolar está sendo a principal forma de compras governamentais, se consolidando como mais uma estratégia de comercialização para o setor (SCHULTZ, 2006). Estes canais podem ser acessados unitariamente ou por um grande número de produtores caso estes tenham alguma organização conjunta a exemplo de uma cooperativa. Do total de produtores, 17, ou 35% acessam esta forma de comercialização.

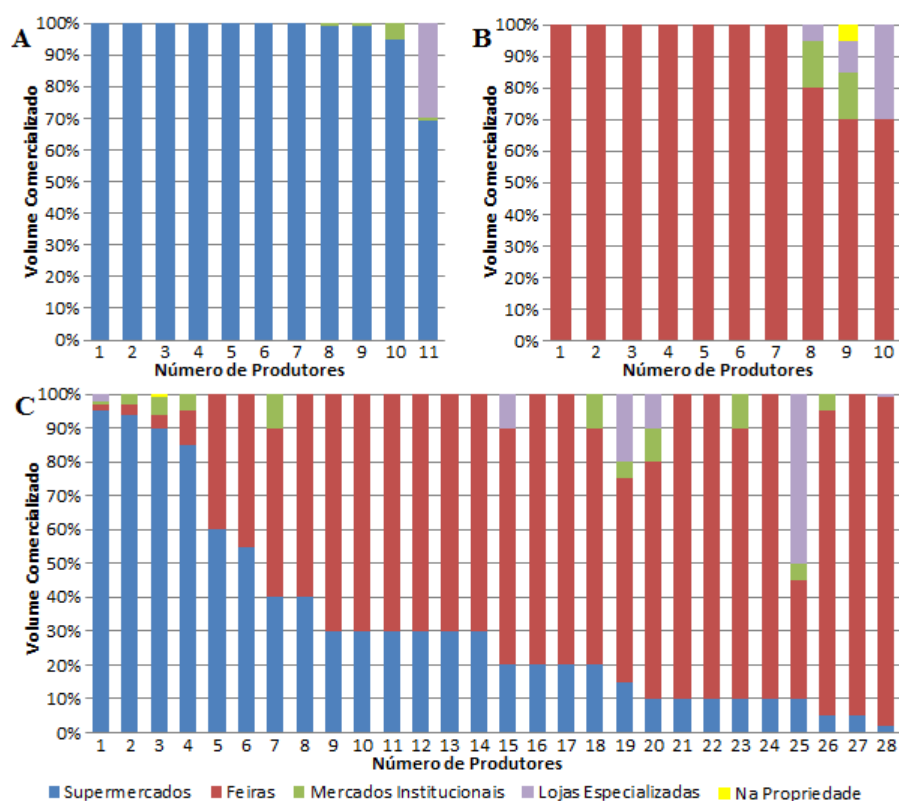


Figura 2

– Tipificação das unidades de produção de acordo com o volume comercializado nos canais de comercialização A Relações de comercialização com os supermercados RCS B Relações de comercialização com as feiras ecológicas RCF C Relações de comercialização com os supermercados e com as feiras ecológicas RCSF

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Já a comercialização em lojas especializadas normalmente tem uma relação com um menor número de unidades de produção que abastecem encomendas específicas, mas em quantidades menores. As lojas especializadas estão localizadas em pontos estratégicos, destinando-se principalmente a consumidores que possuem um maior poder aquisitivo (BUAINAIN; BATALHA, 2007). Esta característica de uma loja estar vinculada a um pequeno número de propriedades pode fazer com que a relação entre o produtor e o varejista seja mais próxima e esse canal de comercialização se torne mais importante para a produção. Do total de produtores pesquisados, 10 deles ou aproximadamente 20%, acessam esta via de comercialização.

A venda na propriedade rural configura uma forma mais limitada de escoamento de produtos, pois necessita certo número de compradores interessados em buscar o produto. Segundo Schultz (2006) essa forma de venda direta é mais promissora quando relacionada ao agroturismo, de forma que proporciona uma valorização adicional da atividade e possibilita a comercialização sem que o produtor precise se deslocar da propriedade rural. Um fator que comprova essa dificuldade neste acesso é a participação somente de dois produtores nesta forma de comercialização, o que corresponde a apenas a 4%.

3.2 DIVERSIFICAÇÃO DE CULTIVOS E PRINCIPAIS LINHAS DE EXPLORAÇÃO

A diversificação foi a base da produção de subsistência e participava do mercado a partir da comercialização dos excedentes. Porém, a partir da entrada dos agricultores em sistemas agroindustriais, a busca da máxima eficiência produtiva estava bastante condicionada à produção sob a forma de monoculturas, sendo que o fornecimento de insumos necessários ao desenvolvimento das atividades estava condicionado ao interesse econômico, predominantemente de origem urbana e industrial. Ao contrário, a diversificação de atividades é uma das características que acompanhou o desenvolvimento dos sistemas de produção orgânicos.

A participação em canais de comercialização pode interferir nos sistemas produtivos definindo culturas que apresentam maior interesse ao consumidor, de forma que poderia ocorrer modificações no número de cultivos na unidade de produção. A representação do número de espécies de cultivos e de variedades de produtos para cada tipificação é apresentada na Figura 3.

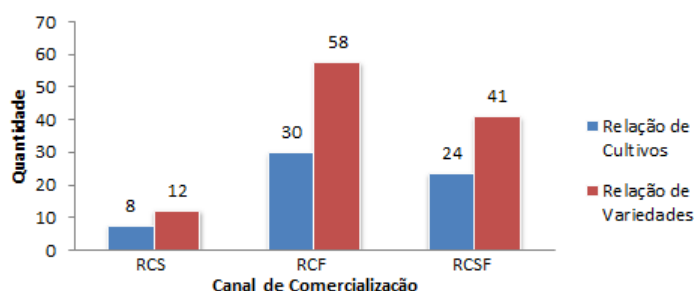


Figura 3

– Média do número de espécies de cultivos e de variedades de produtos agrícolas de acordo com a tipificação das unidades de produção

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

É possível observar uma forte distinção entre a média de espécies cultivadas por unidade de produção, bem como no número de variedades de produtos comercializados. Em termos de espécies de cultivos a tipificação do RCS apresenta somente 8 espécies de cultivos, enquanto a RCSF apresenta a média de 24 e a RCF se destaca com 30 espécies. Na análise da relação de variedades de produtos, têm-se a mesma tendência, porém com uma distinção ainda maior, onde a tipificação RCS possui média de 12 variedades, RCSF apresentava 41 e RCF revelou um total de 58 variedades.

Assim, destaca-se que os sistemas produtivos vinculados a RCS confirmam a tendência à especialização pela diminuição no número de cultivos. Os produtores vinculados ao canal de comercialização supermercados visam um mercado mais competitivo, que exige certa especialização para o atendimento constante no abastecimento de determinados produtos (ASSIS; ROMEIRO, 2007). Segundo Kearney (2010), os supermercados são atualmente os principais atores na economia agroalimentar da América Latina.

Ao mesmo tempo em que RCS são apontados pelo menor número de cultivos, a RCF se destaca pela ampla gama de cultivos e de variedades, que mantém a essência da interação entre o maior número de culturas possível. As feiras sempre foram canais de comercialização marcados pela grande diversidade de produtos, possibilitando aos consumidores uma possibilidade mais adequada de escolha de acordo com os seus propósitos.

A produção orgânica parte da concepção de que o equilíbrio ecológico necessita da interação entre espécies diferentes, fator favorecido pela diversificação. Em todo mundo atualmente a busca de sistemas agrícolas sustentáveis e diversificados de baixa utilização de insumos e que utilizam eficientemente a energia, é motivo de preocupação, que engloba desde segmentos de pesquisadores, agricultores, políticos, entre outros (LOPES; LOPES, 2011). “O equilíbrio biológico das propriedades, bem como o equilíbrio ambiental e o equilíbrio econômico de grandes regiões, não podem ser mantidos com as monoculturas” (KHATOUNIAN, 2001, p. 40).

A tipificação RCSF apresentou-se em um estágio intermediário tanto na média de espécies de cultivos bem como em relação à variedade de produtos oferecidos aos consumidores, demonstrando a existência de produtores com tendências distintas. A variação da diversificação nas unidades de produção pesquisadas pode ser visualizada na Figura 4.

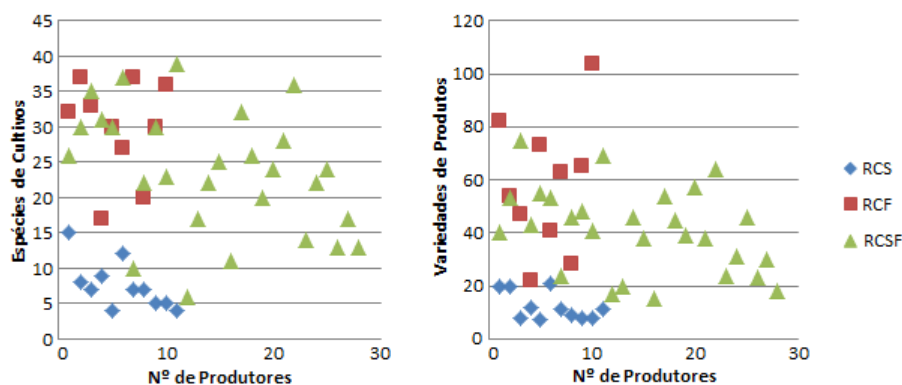


Figura 4

– Variação na diversificação quanto a espécies de cultivos e variedade de produtos nas unidades de produção de acordo com a tipificação

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A amostra de variação deixa clara uma proximidade nas RCS, onde a amplitude dos cultivos abrange de 4 até 15 espécies de cultivos, e a das variedades de produtos é de 7 até 21. Já, a amplitude presente nas RCF varia de 17 até 37 para espécies de cultivos e de 22 até 104 para variedade de produtos. A variação presente na tipificação RCSF é superior para cultivos, apresentando desde 6 até 39 espécies, e inferior a RCF para variedades, abrangendo de 15 até 75 produtos diferentes. Os valores com maior amplitude correspondem a uma diferenciação que não interfere no canal de comercialização, destacando maior autonomia do produtor.

A diversificação também pode ser explicada pela participação do produtor em diferentes linhas de exploração (Figura 5). As linhas de exploração apresentadas nesta pesquisa foram delimitadas a partir da

união de grupos de espécies (grãos, hortaliças herbáceas, hortaliças tuberosas, hortaliças frutos, frutas e sementes), união de produtos processados (agroindústria) e pelos produtos de origem animal, ou seja, produtos com características semelhantes.

A participação da tipificação RCF nas diferentes linhas de exploração demonstra que a produção dos três grupos de hortaliças (herbáceas, tuberosas e frutos) está presente em 100% das unidades de produção, ou seja, todas produzem os três tipos de hortaliças, o que corrobora com a necessidade de diversidade de produtos para atender os consumidores. Logo, a produção de grãos e de frutas e sementes também está presente em 90% dos casos, enquanto somente a agroindústria e a produção de origem animal não possuem tanta relevância para os produtores da RCF, ocorrendo em aproximadamente 20% e 40% das propriedades rurais, respectivamente.

Na RCSF, o comportamento da presença das linhas de exploração nas unidades de produção é semelhante à da RCF para hortaliças herbáceas, tuberosas e frutos, porém com uma participação menor, representando, 89%, 93% e 96%, respectivamente. Para frutas e sementes a produção corresponde a 93% dos casos e para as demais linhas apresenta-se menos participativa, com 46% para grãos, 43% para agroindústria e 25% para produtos de origem animal. A participação da agroindústria pode ser considerada alta comparando RCF e RCS, o que demonstra uma maior possibilidade de agregação de valor aos produtos no meio rural.

A tipificação RCS por sua vez, apresentou comportamento mais diferenciado em comparação a RCF e RCSF. A maior participação das linhas de exploração nas unidades de produção corresponde a hortaliças herbáceas com 73%, seguida de 64% de hortaliças frutos, 45% de hortaliças tuberosas, 36% de frutas e sementes e de produtos de origem animal, e por fim 18% de produção de grãos e de produtos da agroindústria.

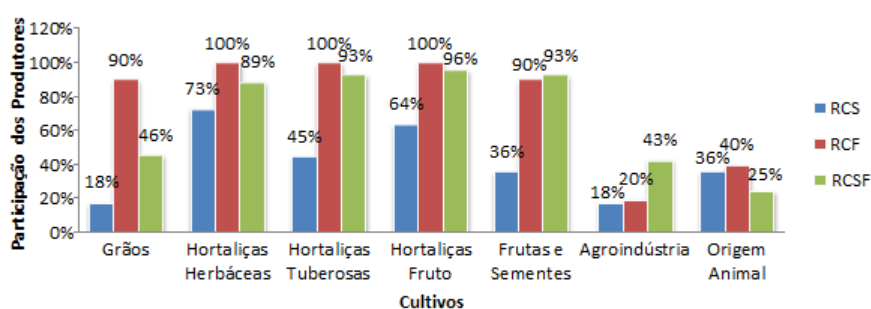


Figura 5

– Representação das diferentes linhas de exploração existentes nas unidades de produção

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Essa escolha dos produtores no número de linhas de exploração está relacionada à diversificação que também foi mais representativa nas tipificações de RCF e RCSF em comparação com a RCS. Segundo Darolt, Lamine e Brandenburg (2013) as unidades de produção que estão ligadas à comercialização em cadeias curtas são mais diversificadas, e trabalham

com uma ampla gama de produto, o que torna o planejamento produtivo mais complexo.

Mesmo com a existência de muitas linhas de exploração, é necessária a definição de prioridades na escolha dos sistemas produtivos. De acordo com a percepção do produtor foram elencadas as principais linhas de exploração em cada unidade de produção, sendo estas, apresentadas em níveis de importância para o produtor como 1ª, 2ª e 3ª (Figura 6).

Na tipificação RCS, 55% dos produtores elencaram a produção de hortaliças herbáceas em primeiro lugar no nível de importância. Ainda apareceram elencadas em primeiro nível de importância a produção de hortaliças tuberosas com 18%, frutas e sementes também com 18% e a produção de grãos com 9%. Em segundo e terceiro lugar no nível de importância foi destacada a produção de hortaliças frutos.

Na tipificação RCF em primeiro nível de importância emerge a produção de grãos com 40%, hortaliças herbáceas com 30%, produtos de origem animal com 20% e a agroindústria com 10%. Em segundo nível de importância destacam-se as hortaliças tuberosas com 70%, e em terceiro nível, as hortaliças frutos com 50%.

A tipificação RCSF surge com mais igualdade entre as diferentes linhas de exploração, com primeiro nível de importância abrangendo 32% de hortaliças herbáceas, 21% de frutas e sementes, 18% de hortaliças tuberosas e de hortaliças frutos, e 11% de produtos da agroindústria. Em segundo nível de importância surgem como principais linhas as hortaliças tuberosas com 36%, e em 3º lugar aparecem como principais as hortaliças tuberosas e hortaliças frutos com 29%.

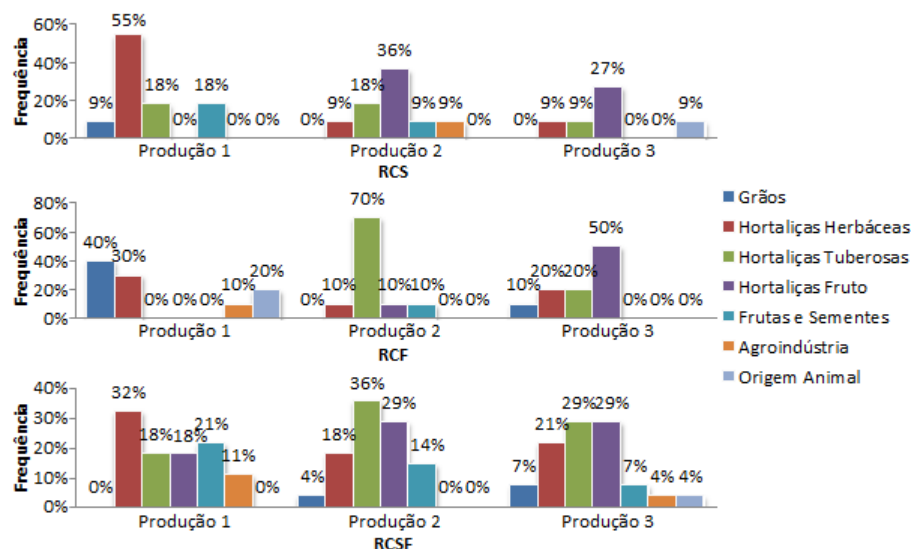


Figura 6

– Classificação da importância das linhas de exploração para os produtores rurais entrevistados de acordo com sua percepção

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Ao mesmo tempo em que linhas de exploração são elencadas como principais em nível de importância, estas também utilizam espaços,

podendo-se elencar quais linhas utilizam as maiores frações de área nas unidades de produção (Figura 7).

A tipificação RCS apresenta como maiores utilizadoras de áreas, as linhas de exploração de hortaliças herbáceas em 64% dos casos, frutas e sementes em 27%, e grãos em 9% dos casos. Em segundo lugar destacam-se hortaliças frutos em 45% e hortaliças tuberosas em 36% dos casos, e em terceiro lugar há uma maior distribuição na importância das linhas de exploração, porém com pequeno destaque de 18% para hortaliças frutos.

A tipificação RCF apresenta como maior utilizadora de área, a produção de grãos em 60% dos casos, seguida pelas criações que geram produtos de origem animal em 30% dos casos e as hortaliças herbáceas em 10% dos casos. Em segundo lugar tem-se uma distribuição equilibrada, mas com leve destaque de 30% para hortaliças tuberosas e em terceiro lugar na utilização de áreas destacam-se hortaliças tuberosas com 50%.

A tipificação RCSF apresenta todas as explorações com áreas principais em pelo menos uma propriedade rural, sendo frutas e sementes com 32%, hortaliças herbáceas com 29%, hortaliças tuberosas com 18%, produtos de origem animal com 11%, e as outras explorações representadas por 4%. Em segundo lugar destacam-se as hortaliças frutos com 43% e em terceiro lugar o destaque é das hortaliças tuberosas com 36%.

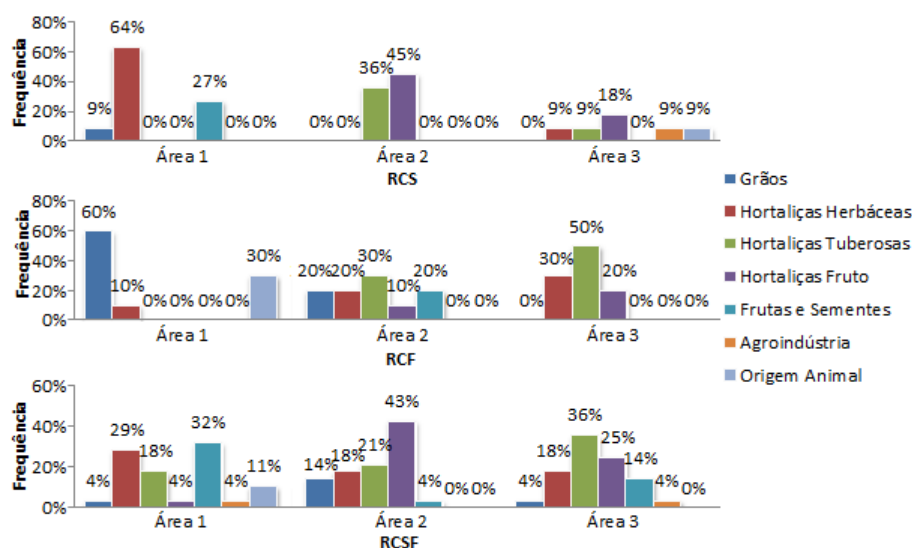


Figura 7

– Representação das linhas de exploração que ocupam as maiores frações de área nas unidades de produção pesquisadas

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Por fim, nas principais linhas de exploração analisou-se a lucratividade oriunda das atividades, delimitando-se quais as linhas de exploração que geram mais lucro ao produtor (Figura 8).

Na tipificação RCS, a linha de exploração mais lucrativa está associada em 45% dos casos à comercialização de hortaliças herbáceas, seguido por 27% de hortaliças frutos, 18% de frutas e sementes e 9% de hortaliças tuberosas. Em segundo e terceiro lugar há uma semelhança maior entre as linhas, porém com pequeno destaque para hortaliças tuberosas em segundo lugar e em terceiro lugar para hortaliças frutos.

Na tipificação RCF, a linha de exploração mais lucrativa foi composta por hortaliças herbáceas e tuberosas, ambas com 30% dos casos, que também citaram grãos, hortaliças frutos, agroindústria e produtos de origem animal com 10% cada. Em segundo e terceiro lugar na lucratividade os destaques foram para hortaliças tuberosas e frutas e sementes, respectivamente.

Na tipificação RCSF, novamente houve maior semelhança entre as linhas, tendo 32% para hortaliças frutos, 25% para frutas e sementes, 21% para hortaliças herbáceas, 14% para hortaliças tuberosas e 7% para agroindústria. Em segundo lugar o destaque foi das 3 divisões de hortaliças que apresentaram 25% cada e em terceiro lugar das hortaliças tuberosas que apresentaram 39%.

Abrangendo nível de importância para a propriedade, utilização da área e lucratividade proporcionada, as linhas de exploração mais destacadas foram às hortaliças em suas três divisões. Na tipificação RCS, os três aspectos tiveram as hortaliças folhosas como primeira opção e hortaliças frutos e tuberosas como produções secundárias. Já na tipificação RCF, esta apresentou resultados mais diferenciados, com importância e área com destaque para grãos em primeiro lugar, e lucratividade com destaque a hortaliças folhosas e tubérculos. As participações secundárias giraram em torno de hortaliças tubérculo e como terceira opção surgiram também hortaliças frutos, e frutas e sementes. Na tipificação RCSF, esta apresentou mais equilíbrio entre as diversas linhas de exploração e teve como foco as hortaliças folhosas para importância, frutas e sementes para área e hortaliças frutos como mais lucrativas, tendo como opções secundárias as três divisões das hortaliças.

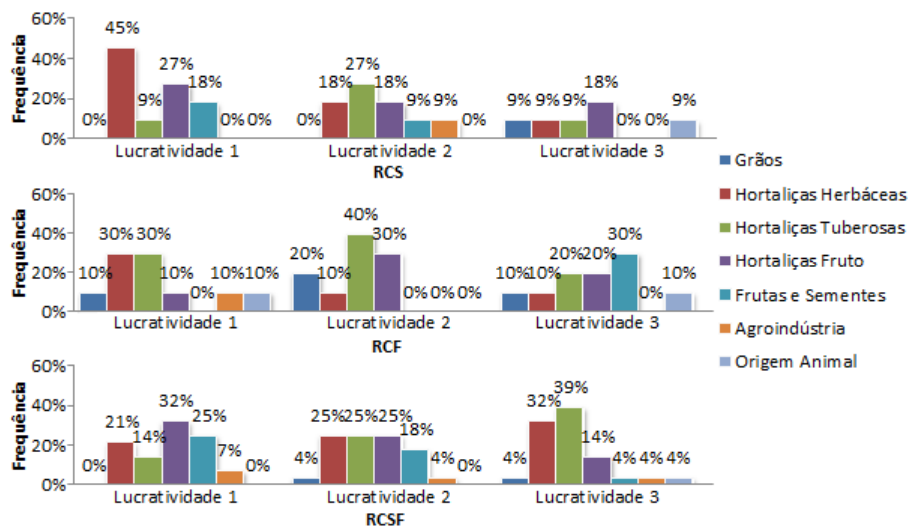


Figura 8

– Relação das linhas de exploração que possibilitam maior lucratividade aos produtores pesquisados

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa.

Os sistemas produtivos foram compostos por diferentes linhas de exploração, que demonstraram os produtores da tipificação RCF como mais atuantes em diversificar contemplando grupos de culturas, de forma que seus sistemas produtivos contemplaram cultivos de hortaliças

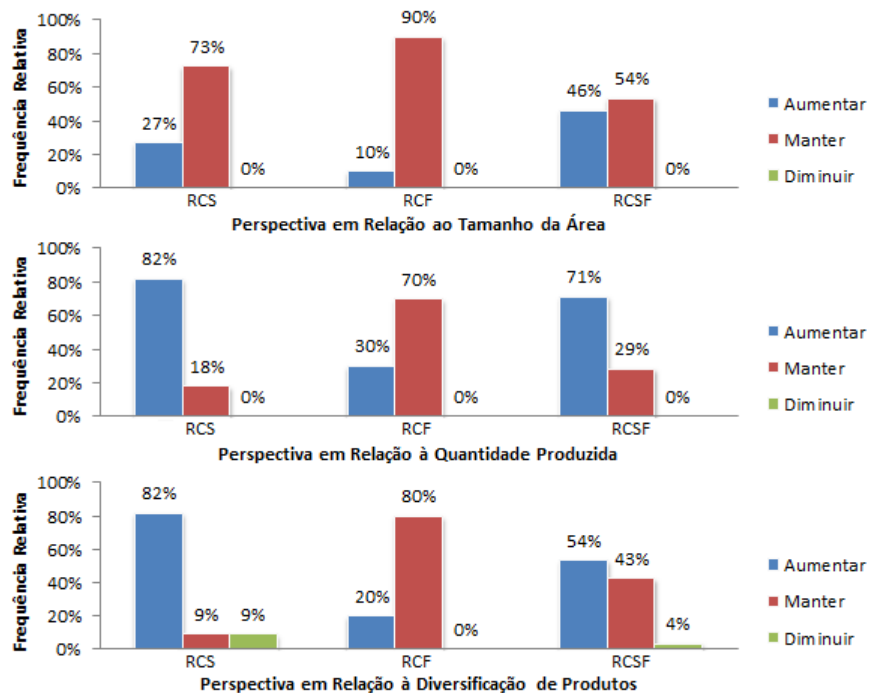
herbáceas, tuberosas e frutos, em todas as unidades de produção. A tipificação RCS teve índices mais baixos, demonstrando haver sistemas produtivos mais especializados, que cultivavam na maioria dos casos somente determinados grupos de culturas.

Na avaliação das principais linhas de exploração, a importância para a propriedade rural, a área utilizada e a lucratividade, contemplaram a média das prioridades para as tipificações. Na tipificação RCS, as hortaliças herbáceas foram elencadas mais importantes para os três pontos explorados. Para a tipificação RCF a importância para a propriedade e a utilização da área corresponderam ao cultivo de grãos, e a principal lucratividade esta relacionada as hortaliças herbáceas e tuberosas. Logo, para a tipificação RCSF, na importância foram elencadas hortaliças herbáceas, na utilização da área a fruticultura se tornou dominante e a linha de exploração mais lucrativa está relacionada as hortaliças frutos. A tipificação RCSF ficou destacada pela maior divisão de prioridades entre propriedades diferentes, sendo mais difícil definir um foco específico para este grupo de produtores.

Dividir e conhecer as linhas de exploração que ocupam mais área e trazem mais lucratividade ao produtor pode auxiliar nos sistemas de gestão, e promover decisões futuras perante aos sistemas produtivos. É necessário que a escolha das linhas de exploração além de atender o mercado consumidor, também se configurem como opções que promovam a melhoria da unidade de produção.

3.3 PERSPECTIVAS FUTURAS DO PRODUTOR FRENTE ÀS VARÍÁVEIS TAMANHO DE ÁREA, QUANTIDADE PRODUZIDA E DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS

Para o futuro, as pressões de economias de escala e/ou de escopo[1] podem ser ajustadas no planejamento das unidades produtivas que desejam aumentar seus cultivos, mantê-los, ou até diminuí-los, de acordo com a possibilidade e motivação do trabalho nesta atividade. As perspectivas futuras dos produtores são apresentadas na Figura 9.

**Figura 9**

– Perspectivas futuras do produtor frente a tamanho de área, quantidade produzida e diversificação de produtos

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa.

A prioridade dos produtores em relação ao tamanho da área é mantê-la, opinião expressa por 73% na tipificação RCS, 90% na tipificação RCF e 54% na tipificação RCSF. A escolha de aumento de área é mais presente na tipificação RCSF com 46%, seguido de 27% na RCS e 10% na RCF. Há assim, uma relação entre produtores com maior participação em diferentes canais de comercialização e interesse em aumento da área produtiva. Isso remete a visão dos produtores de uma potencial possibilidade de oferta de produtos por meio da estratégia de acessar diferentes mercados. É interessante avaliar que nenhum produtor relata perspectiva de diminuir a área de produção. Segundo Ormond et al. (2002) as áreas destinadas à produção orgânica de hortaliças já são relativamente pequenas se comparadas ao volume de produção obtidos.

A perspectiva futura dos produtores frente à quantidade produzida difere de acordo com a tipificação, onde os produtores relacionados à RCS apresentam 82% de perspectiva de aumentar a quantidade e 18% de intenção de mantê-la. Essa perspectiva de aumento também é percebida na tipificação RCSF, que apresenta 71% dos produtores com perspectiva de aumento e 29% de manter a quantidade, resultado inverso ao da tipificação RCF que em 70% dos casos relata perspectiva de manter a quantidade produzida e apenas 30% possui a perspectiva de aumento. A RCF revelou uma visão de manter a produção tendo-se duas possibilidades: por serem produtores que estão a tempo nesta comercialização, estes estão satisfeitos com a quantidade ou por não dispor de força de trabalho suficiente para aumentar escala. Em sequência, observa-se que os produtores da tipificação RCS estão a menos tempo na

produção de hortaliças orgânicas, o que pode influenciar o estímulo ao aumento de escala.

A perspectiva quanto à diversificação de produtos apresenta resultados semelhantes ao da quantidade, porém foi a única variável que apresentou perspectiva futura de diminuição de 9% para RCS e 4% para RCSF. Os casos de diminuição da diversificação decorrem de os produtores direcionarem a produção aos cultivos que proporcionem maior retorno financeiro, otimizando os fatores de produção para maior rentabilidade. Os produtores da RCS declararam em 82% dos casos a intenção de aumento e outros 9% de manter a diversificação, enquanto na tipificação RCSF, 54% dos produtores declararam a intenção de aumento e 43% de mantê-la e na tipificação RCF, 20% dos produtores declararam intenção de aumento e 80% de mantê-la.

Avaliando a autossuficiência das unidades de produção conclui-se que a tipificação RCS demonstrou-se mais dependente dos insumos adubo orgânico, sementes e mudas, estando na maioria dos casos comprando 100% destes insumos. Nas tipificações RCF e RCSF a existência de dependência de insumos se apresentou mais equilibrada entre produção e compra, porém estes produtores também apresentam dependência externa na compra. A prioridade de compra foi um fator que não diferiu pelas tipificações demonstrando que a maioria dos produtores efetua a compra de forma particular na maioria das vezes, não usufruindo de ganhos de escala pela compra.

Prospectando com base nas expectativas estas são de manutenção da área para a maioria dos produtores, independentemente de sua tipificação, aumento da quantidade produzida e a diversificação para tipificações RCSF e RCS e manutenção dos índices atuais nos casos dos produtores que foram tipificados na RCF. Os casos de aumento da produção em RCS e estabilização nos casos de produtores tipificados em RCF reforçam o fator de motivação observado na quantidade produzida, estando os produtores tipificados em RCS dispostos à expansão de sua produção e RCF satisfeitos com os resultados atuais.

4 CONCLUSÕES

As relações dos agricultores estabelecidas com os mercados por meio das tipificações demonstraram maior diversificação para unidades de produção vinculadas a relações de comercialização com as feiras (RCF). Uma particularidade importante no acesso aos canais de comercialização ocorreu pela tipificação das relações de comercialização com os supermercados e com as feiras (RCSF) ao demonstrar que em situações em que a feira participa mais na porcentagem total de produtos comercializados, os produtores acessam mais canais de comercialização secundários. A tipificação das relações de comercialização com os supermercados (RCS) é a que mais se aproxima do sistema industrial, pois é confrontada a necessidade de abastecimento de poucos produtos e por um período contínuo, demonstrando características essenciais para especialização.

As modificações produtivas demonstraram que aumentos na área, na quantidade produzida e na diversificação foram mais intensas para produtores das tipificações RCF e RCSF. Isso demonstra que até o momento, os produtores vinculados à comercialização em supermercados não foram confrontados com exigências de aumento da escala produtiva. Mesmo não existindo esta exigência, os produtores vinculados a supermercados visam aumentar quantidade produzida e também, a diversificação de produtos, enquanto que os produtores que comercializam em feiras relatam somente intenção de manter a produção da forma atual. Os produtores vinculados à comercialização em supermercados demonstram interesse em aumentar a diversificação a partir do momento em que escolhem esta opção como primeira estratégia possível para aumentar a renda, portanto, tornando-se está uma tendência para o momento que houver demanda dos supermercados.

Mesmo com a possibilidade de expandir a produção para atender a demanda do mercado, o cenário da agricultura familiar faz com que os produtores trabalhem adequando quantidade produzida e diversificação de cultivos de acordo a capacidade de produção da família. A mão-de-obra disponível tornam-se os fatores mais limitantes para a expansão dos cultivos e a área disponível é um fator intermediário que ainda possibilita expansão, mas com certo limite. Dessa forma, a expansão da produção necessitará da entrada de novos produtores no mercado, se a associação ou cooperativa necessitar aumentar sua produção, o que resultará em novas possibilidades aos agricultores da região.

Assim pode-se concluir que aspectos de diversificação ou de especialização buscam atender as estratégias do mercado. Produtores direcionam sua produção para atender as demandas dos consumidores ou as determinações de varejistas, estando as relações com o mercado influenciando quais serão os cultivos da unidade de produção e a capacidade produtiva sendo responsável pela tomada de decisão de quanto produzir.

A pesquisa teve a abrangência de uma região do estado do Rio Grande do Sul. O ideal seria uma amostra maior, porém o tempo disponível para a pesquisa e os recursos disponíveis não possibilitaram expandir a amostra. Outra limitação constatada é relacionada ao viés de análise qualitativo e ausência de técnicas adequadas no instrumento de pesquisa visando uma mensuração propriamente das respostas, o que pode gerar vieses nas respostas obtidas nas entrevistas.

Para trabalhos futuros, recomenda-se expandir aspectos de diversificação sobre unidades de produção orgânicas que trabalham com outras atividades agrícolas. Julgamos que seja também importante um mapeamento da localização e o acesso dos produtores a diferentes canais de comercialização, possibilitando compreender a lógica mais completa existente na organização dos sistemas produtivos orgânicos. O impacto das políticas públicas nos sistemas de produção orgânicos e familiares e suas relações com os mercados pode ser mais bem explorado nas diferentes realidades locais de produção e no auxílio aos eventuais novos produtores (ingressantes) acessarem os mercados de produtos orgânicos.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, G. V. de et al. Percepção ambiental e uso do solo por agricultores de sistemas orgânicos e convencionais na Chapada da Ibiapaba, Ceará. **RESR**, Piracicaba, v. 51, n. 2, p. 217-236, abr./jun. 2013.
- ALTIERI, M. A.; NICHOLLS, C. I. Agroecologia: resgatando a agricultura orgânica a partir de um modelo industrial de produção e distribuição. **Ciência e Ambiente**, v. 27, p. 141-152, jul./dez. 2003.
- ASSIS, R. L.; ROMEIRO, A. R. O processo de conversão de sistemas de produção de hortaliças convencionais para orgânicos. **RAP**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 5, p. 863-885, set./out. 2007.
- BLANC, J.; KLEDAL, P. R. The Brazilian organic food sector: Prospects and constraints of facilitating the inclusion of smallholders. **Journal of Rural Studies**, v. 28, n. 1, p. 142-154, jan. 2012.
- BONILHA, U. **Economias de escala na agricultura do Rio Grande do Sul**. 85 p. 1997. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Centro de Estudos e Pesquisas Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1997.
- BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. Brasília: IICA: MAPA/SPA, Série Agronegócios, 2007.
- CAUMO, A. J.; STADUTO, J. A. R. Produção orgânica: uma alternativa na agricultura familiar. **Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe)**, v. 12, n. 2, abr./jun. 2014.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 8-13, jun. 2013.
- IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social e Instituto Agrônomo do Paraná. **O mercado de orgânicos no Paraná: caracterização e tendências**. Curitiba: IPARDES, 2007.
- JOHNSTON, J.; BIRO, A.; MACKENDRICK, N. Lost in the Supermarket: The Corporate-Organic Foodscape and the Struggle for Food Democracy. **Antipode**, v. 41, n. 3, p. 509-532, jun. 2009.
- KEARNEY, J. Food consumption trends and drivers. **Philosophical Transactions of the Royal Society B-Biological Sciences**, v. 365, n. 1554, p. 2793-2807, sep. 2010.
- KHATOUNIAN, C. A. **A reconstrução ecológica da agricultura**. Botucatu: Agroecológica, 2001.
- LOPES, P. R.; LOPES, K. C. S. A. Sistemas de produção de base ecológica – a busca por um desenvolvimento rural sustentável. **REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 1, jul./dez. 2011.
- LUND, T. B.; ANDERSEN, L. M.; JENSEN, K. O. The Emergence of Diverse Organic Consumers: Does a Mature Market Undermine the Search for Alternative Products? **Sociologia Ruralis**, v. 53, n. 4, p. 454-478, oct. 2013.
- OLIVEIRA, L. D. S. de; LIMA-FILHO, D. de O.; WATANABE, E. A. de M. Nível de desenvolvimento e tecnologia de distribuição de alimentos em países selecionados. **Revista Economia e Sociologia Rural**. Piracicaba, v. 51, n. 1, p. 09-24, jan./mar. 2013.

- ORMOND, J. G. P. et al. Agricultura orgânica: quando o passado é futuro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, v. 15, p. 3-34, 2002.
- PAULILO, L. F.; AZEVEDO, P. F. Tópicos de economia aplicados ao sistema agroindustrial. In: BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1999. v. 2, p. 289-322.
- POPPENBORG, P.; KOELLNER, T. Do attitudes toward ecosystem services determine agricultural land use practices? An analysis of farmers' decision-making in a South Korean watershed. **Land Use Policy**, v. 31, p. 422-429, 2013.
- RODRIGUES, W. L. H. P.; SANTIN, N. J. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. **Integração**, a. 10, n. 37, p. 97-102, 2004.
- SCHULTZ, G. **Relações com o mercado e (re) construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. 2006. 280 p. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.
- TERRAZZAN, P.; VALARINI, P. J. Situação do Mercado de Produtos Orgânicos e as Formas de Comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 39, n. 11, p. 27-41, nov. 2009.
- VILELA, N. J.; RESENDE, F. V. de; MEDEIROS, M. A. de. **Evolução e cadeia produtiva da agricultura orgânica**. Brasília: Embrapa Hortaliças, dez. 2006.
- VILCKAS, M.; NANTES, J. F. D. Agregação de valor: uma alternativa para a expansão do mercado de alimento orgânicos. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 9, n. 1, p. 26-37, 2007.
- WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo a agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.
- ZAILANI, S. et al. Sustainable supply chain management (SSCM) in Malaysia: A survey. **International Journal of Production Economics**, v. 140, n. 1, p. 330-340, nov. 2012.

Notas

- [1] Paulilo e Azevedo (1999) destacam que o uso mais eficiente dos recursos pode ocorrer pelo aumento da produção de um produto, com economia de escala, ou pela diversificação da produção com economia de escopo.