

MECANISMOS DE DISTINÇÃO EM MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR: O CASO DOS AGRICULTORES DE FRUTAS E HORTALIÇAS

MECHANISMS OF DISTINCTION IN FAMILY AGRICULTURE MARKETS: THE CASE OF FRUIT AND VEGETABLE FARMERS

MECANISMOS DE DISTINCIÓN EN LOS MERCADOS DE AGRICULTURA FAMILIAR: EL CASO DE LOS AGRICULTORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS



Simone Bueno Camara¹
Janaína Balk Brandão²
Raquel Breitenbach³
Raviel Afonso Dickel⁴

Submissão: 14/08/2023 / Aceito: 30/10/2025

RESUMO

O presente artigo analisa os mecanismos de distinção comercial utilizados pelos agricultores de frutas e hortaliças nos diferentes mercados agroalimentares da região central do Rio Grande do Sul, averiguando se esta tendência está presente neste recorte geográfico. Para operacionalização da pesquisa, foram entrevistados 129 agricultores de frutas e hortaliças através de um instrumento de coleta de dados semiestruturado aplicado no ano de 2020. Os dados foram submetidos à análise estatístico-descritiva através dos softwares Microsoft Excel e do pacote estatístico Statistical Package for the Social Sciences. Os resultados obtidos apontam que 26,36% dos agricultores utilizam a rastreabilidade como mecanismo de distinção, 19,38% utilizam a rotulagem, 4,65% utilizam a certificação, 15,50% utilizam dois instrumentos simultaneamente e 39,54% não utilizam nenhum mecanismo. Baseado nisto, através da análise de correlação de “Pearson”, infere-se que a opção pela adoção de diferentes mecanismos de distinção se dá, principalmente, pelo aumento da participação em diferentes canais de comercialização, pontos de venda e acesso a políticas públicas. Conclui-se que a utilização de variados mecanismos de distinção não é característica exclusiva de produtores que acessam um ou outro mercado em específico, mas é reflexo da especialização da atividade produtiva e diversificação no acesso aos canais/mercados agroalimentares.

Palavras-chave: agricultura familiar; comercialização; mercados agroalimentares; inovações.

¹Doutora em Extensão Rural. Universidade Federal de Santa Maria-UFSM. E-mail: simonebuenocamara@gmail.com

²Doutora em Extensão Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: janainabalkbrandao@gmail.com

³Doutora em Extensão Rural. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. E-mail: raquel.breitenbach@sertao.ifrs.edu.br

⁴Mestre em Extensão Rural. Colégio Politécnico da UFSM. E-mail: raviel.dickel@ufsm.br



ABSTRACT

The present article analyzes the mechanisms of distinction of fruits and vegetables in different agri-food markets in the central region of Rio Grande do Sul, averiguando se esta tendência está presente neste recorte geográfico. For operationalization, 129 fruit and vegetable farmers were interviewed through a semi structured data collection instrument applied in 2020. The data were submitted to statistical-descriptive analysis using Microsoft Excel software and the Statistical Package for the Social Sciences statistical package. The results obtained indicate that 26.36% of farmers use traceability as a distinction mechanism, 19.38% use labeling, and only 4.65% use certification, and within this sample, 39.54% do not use any of these mechanisms mentioned. Another 15.50% use two instruments simultaneously. Based on this, through Pearson's correlation analysis it can be seen that the adoption of distinction mechanisms is mainly due to the increase in marketing channels, the number of points of sale, as well as the access to public policies. According to the results, it is concluded that the most varied mechanisms of distinction are not exclusive to one or another market, but by productive specialization and diversification of agrifood channels/markets.

Keywords: farmers; commercialization; agrifood markets; innovations.

RESUMEN

Este artículo analiza los mecanismos de distinción comercial utilizados por los productores hortofrutícolas en los diferentes mercados agroalimentarios de la región central de Rio Grande do Sul, averiguando se esta tendência está presente neste recorte geográfico. Para poner en práctica la investigación, se entrevistó a 129 productores de frutas y hortalizas a través de un instrumento de recolección de datos semiestructurado aplicado en 2020. Los datos fueron sometidos a análisis estadístico-descriptivo utilizando el software Microsoft Excel y el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences. Los resultados obtenidos indican que el 26,36% de los agricultores utiliza la trazabilidad como mecanismo de distinción, el 19,38% utiliza el etiquetado y solo el 4,65% utiliza la certificación, y dentro de esta muestra, el 39,54% no utiliza ninguno de estos mecanismos mencionados. Otro 15,50% utiliza dos instrumentos simultáneamente. En base a esto, a través del análisis de correlación de "Pearson", se infiere que la opción por la adopción de diferentes mecanismos de distinción se debe principalmente al aumento de la participación en diferentes canales de comercialización, puntos de venta y acceso a políticas públicas. Se concluye que el uso de los más variados mecanismos de distinción no es una característica exclusiva de los productores que acceden a uno u otro mercado únicamente, sino que es un reflejo de la especialización de la actividad productiva y la diversificación en el acceso a canales/mercados agroalimentarios.

Palabras chave: agricultura familiar; marketing; mercados agroalimentarios; innovaciones.

INTRODUÇÃO

O processo de globalização dos mercados agroalimentares, ocorrido a partir do início da década de 1990, oportunizou a criação de grandes cadeias agroalimentares exportadoras, as quais têm por característica principal, favorecer a compra e distribuição de alimentos entre diferentes regiões do globo terrestre (Garcia, 2003). Este fato, apesar de ter diversificado o acesso de alimentos



ao consumidor final, ampliou a distância entre os elos iniciais e finais das cadeias agroalimentares, através da inserção de novos atores no processo (Wilkinson, 2008; Ferrari, 2011).

Neste contexto, os alimentos que passaram chegar à mesa do consumidor, são de procedência e qualidade desconhecidas, certificados por instituições alheias aos agricultores e com artificialismos em sua produção (Wilkinson, 2008; Morangues; Morgan, 2015). Isto despertou, em determinados grupos populacionais e movimentos sociais, a busca pelo favorecimento das cadeias curtas de comercialização, em que os processos primam pelo desenvolvimento de relações de confiança e reciprocidade entre os atores (Renting; Marsden; Banks, 2003; Schneider, 2016).

Paralelamente, a crescente demanda por produtos alimentícios com características saudáveis, produzidos com baixo impacto ambiental, sem resíduos de contaminantes químicos e biológicos, fez com que os agricultores adotassem diversos mecanismos de distinção⁵ de seus produtos (Santos et al., 2017). O uso de mecanismos de distinção é recorrente em praticamente todos os tipos de mercados agroalimentares (Niederle; Silva, 2017).

Iniciativas de inovação, com o objetivo de distinção vem sendo adotadas pelos agricultores ao acessar diferentes mercados agroalimentares no mundo todo. Na Europa e no Brasil, as denominações de origem, certificações de produtos de origem orgânica e rastreabilidade de alimentos são características marcantes no acesso aos mercados por agricultores de hortifrutigranjeiros ao acessar os diferentes canais de comercialização (Darolt; Lamine, 2017). Esse processo propicia que os produtos/alimentos sejam valorizados mesmo quando inseridos em mercados convencionais, passando de “alimentos de lugar nenhum” para “alimentos de algum lugar” (Milford; Lien; Reed, 2021).

Assim, a existência de uma diversidade de cenários, sejam estes relacionados à produção e/ou a comercialização propiciam uma heterogeneidade de sistemas que envolvem redes de agricultores, produtos, formatos institucionais e normas (Niederle, 2009; Haas; Rambo, 2018). Esses aspectos são percebidos nas produções de frutas e hortaliças da região central do Rio Grande do Sul (RS) no qual os agricultores comercializam seus produtos hortícolas (Brandão et al., 2020). Por outro lado, não se tem evidências de quais são os mecanismos de distinção utilizados nos diferentes mercados agroalimentares no quais os agricultores familiares estão inseridos. Os tipos de mercados

⁵ Neste trabalho mecanismos de distinção refere-se aos mecanismos de acreditação ou garantia da qualidade (formalizados), utilizados especialmente quando as relações entre consumidores e agricultores passam por um distanciamento e/ou possui ingresso de novos mediadores nas relações (Wilkinson, 2008; Schneider, 2016). Os mecanismos de distinção englobados nesta pesquisa são os certificados, rotulagem e mais recentemente a rastreabilidade.



utilizados pelos agricultores familiares considerados são quatro: 1) Mercados de Proximidade, no qual predominam relações de troca interpessoais e são considerados aspectos valorativos, especialmente a confiança e a qualidade dos bens trocados, mais do que o lucro em si; 2) Mercados locais e territoriais, em que as trocas passam a ser monetizadas e se configura uma situação de intercâmbio cada vez mais orientada pela oferta e demanda; 3) Mercados convencionais, em que os mecanismos de intermediação passam a ser regidos por contratos de representação, acordos de uso de marcas, regulamentação de percentuais de ganhos e regras de uso e administração de direitos de propriedade; e 4) Mercados Institucionais, que não possuem um locus ou espaço específico de atuação, sendo criados para atender a demandas, como a alimentação escolar ou compras de produtos para cestas básicas, ou ainda atender a equipamentos públicos como hospitais, sendo que seu funcionamento pode ser feito mediante o controle mais ou menos aberto (Schneider, 2016).

Baseado nisto, o objetivo deste trabalho é investigar os mecanismos de distinção adotados pelos agricultores de frutas e hortaliças nos diferentes mercados agroalimentares acessados na microrregião de Cachoeira do Sul, região central do Rio Grande do Sul, averiguando se esta tendência está presente neste recorte geográfico.

Buscando atender o objetivo apresentado, este trabalho encontra-se organizado em cinco partes, incluindo esta introdução. Na segunda seção, apresentamos uma discussão teórica acerca dos mecanismos de distinção nos mercados agroalimentares. Em seguida são apresentados os procedimentos metodológicos. Na quarta seção são expostos e discutidos os resultados em torno dos mecanismos de distinção adotados. Para finalizar, são apresentadas as considerações finais seguida dos agradecimentos e das referências bibliográficas.

MECANISMOS DE DISTINÇÃO

O atual padrão industrial do sistema agroalimentar é baseado em cadeias longas, dominadas por empresas e/ou grandes conglomerados e instituições que contribuem para um modelo de produção e consumo alimentar socialmente e ambientalmente pouco sustentáveis (Belletti; Marescotti; Touzard, 2017). As crises alimentares ocorridas nos anos de 2007-2008 colocaram em questão os mecanismos tradicionais de garantia da segurança alimentar e da inocuidade dos alimentos, gerando uma crescente desconfiança do Estado e mesmo das instituições científicas (Fonte, 2016). Por outro lado, estes fatores permitem o surgimento de fornecimento de alimentos produzidos e distribuídos de maneira diferente (Beletti et al., 2013). Um exemplo é a abordagem da



FAO (2018), a qual pede mudanças nos modelos produtivos e de consumo para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável-ODS até 2030.

Tal mudança no padrão alimentar é decorrente de um público cada vez mais sensível com a origem e segurança dos alimentos que consome (Handayati; Simatupang; Perdana, 2015). No mesmo aspecto, os consumidores de produtos agrícolas têm demandado mais informações, não apenas sobre a disponibilidade de um produto em supermercados, mas, também, sobre suas atividades de cultivo, comercialização, distribuição, transporte e processamento (Belletti et al., 2017; Anjos; Caldas, 2017).

Esse comportamento, ao menos em uma parte da sociedade, tem provocado reflexões e, em alguns países, alterações importantes, inclusive em aspectos institucionais relacionados à alimentação (Morgan; Sonnino, 2010). A procura por alimentos mais seguros têm evidenciado a importância da certificação de alimentos em todos os atores da cadeia agroalimentar. Isto, combinado com aspectos de saúde e bem-estar, têm consequências socioeconômicas que impactam em medidas de segurança alimentar, inclusive para populações mais vulneráveis (Murdoch, 2000; Mayett-Moreno; Oglesby, 2018).

Nesta perspectiva, o fornecimento de produtos agrícolas tornou-se uma questão central. Alguns fatores que consolidaram o padrão industrial no século passado (questões de saúde, o estilo de vida, aspectos relacionados à renda dos consumidores) e que consagraram um padrão agroalimentar alicerçado em cadeias agroindustriais tradicionais longas (convencionais) são os mesmos que contribuem para o questionamento deste sistema agroalimentar (Schneider, 2016; Belletti et al., 2017). Estes novos sentidos estão atrelados a questões de qualidade que, por sua vez, remetem entre outros fatores, à implementação de diferentes mecanismos de distinção na produção e comercialização de frutas e hortaliças. Da Silva (2004) já alertava que tais estratégias visam agregar novos atributos ao produto final, transparecendo as características ligadas a origem, sanidade e qualidade, principalmente através dos processos de rastreabilidade, certificação e rotulagem.

No que tange ao processo de rastreabilidade, sua característica principal é a de ser empregada em cadeias e produção agrícola como ferramenta de controle de qualidade, pois permite ao consumidor final e órgãos governamentais rastrear diversos tipos de informações a jusante e a montante na cadeia de produção (Vinholis; Azevedo, 2000). Desta forma, esta estratégia tende a aumentar a confiança estabelecida entre os elos iniciais e finais da cadeia alimentar, pois remete ao consumidor uma maior transparência nos processos de produção e fabricação de produtos (Andrade et al., 2013). Ainda assim, a rastreabilidade, quando adotada de maneira correta e complementar a



outras estratégias é uma forma de agregar valor ao produto final e ganhar novos mercados (Costa, 2012)

Já o processo de certificação na produção de frutas e hortaliças, remete ao consumidor final uma maior garantia de qualidade e origem através dos processos de avaliação de conformidade da adoção de boas práticas agrícolas, realizados por instituições certificadoras e grupos de agricultores rurais através da certificação participativa (Tacconi Neto et al., 2010). Segundo Alves, Santos e Azevedo (2012) a certificação busca atender a demanda de agricultores que produzem de forma menos agressiva ao meio ambiente, sem a utilização de determinados insumos químicos, defensivos agrícolas tradicionais e com a adoção de determinadas práticas agrícolas. Ainda, de acordo com os mesmos autores, este mecanismo se dá por meio de processos de avaliação de conformidade, que ao final, fornecem aos agricultores determinadas formalidades, como atestados e certificados, assim possibilitando ao agricultor atender a demanda crescente de consumidores mais conscientes com as questões ambientais e alimentares.

Já no que se refere ao processo de distinção através da adoção de rotulagem nos produtos comercializados, assim como a certificação e rastreabilidade, tem por intuito trazer ao consumidor algumas garantias sobre a qualidade e origem do produto e isto se dá através da inserção de informações que remetam ao conteúdo nutricional, de localização e uso de selos de produção certificada (Lima, 2014). Com isso, corrobora com as características da rastreabilidade e certificação, que também podem ser inseridas neste processo.

No Brasil, especialmente no estado do Rio Grande do Sul, há diferentes experiências, como por exemplo, a Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos e a Denominação de Origem do arroz no Litoral Norte (Silva et al., 2013). Estas estratégias permitem aos agricultores a retomada do processo da confiabilidade na negociação com o consumidor, buscando uma relação de confiança que antes era nativa das cadeias curtas, mas que foi tomada por apropriação com a utilização destas estratégias por grandes redes de supermercados e varejo (Niederle, 2009).

Além destes mercados, no Brasil observa-se iniciativas que ganharam força, principalmente impulsionadas pela pandemia de Covid-19, como por exemplo, os mercados digitais. Gazolla e Aquino (2021) mapearam os principais sites e plataformas de comercialização de produtos agroalimentares e constataram que esses espaços corroboram a disponibilidade de alimentos que carregam entre os principais termos “orgânicos”, “ecológicos”, “ecossociais”, “da sociobiodiversidade”, “sustentáveis” e “lowcarb”. Além disso, os alimentos também apresentam selos de origem, certificação e rastreabilidade, mecanismos adotados pelos agricultores nos



processos de distinção. Essas questões agroalimentares encontram no ambiente digital um possível novo caminho para a comercialização e expansão dos mercados agroalimentares (Fracarolli, 2021).

Belletti et al. (2017) e mais recentemente Paffarini et al. (2021) salientam que estas inovações são consideradas uma ferramenta em nível internacional para manter a multifuncionalidade em paisagens rurais, envolver as populações locais na gestão da biodiversidade, uso do solo e conservação da paisagem (associado a sustentabilidade ambiental). Baseado nestes pressupostos, as mudanças nas práticas agrícolas dependem de uma profunda reconfiguração de todo o sistema agroalimentar, ou seja, mudança nas práticas e modos de coordenação de todos os atores incumbentes - agricultores, processadores, distribuidores, consumidores, políticas públicas, serviços de pesquisa e extensão (Fonte, 2016; Milestad et al., 2010). Neste contexto de multiplicidade de mercados e mecanismos de distinção que os agricultores utilizam, compreendem também as estratégias de reprodução socioeconômica das famílias para se manterem no meio rural (Camara; Andreatta, 2021).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

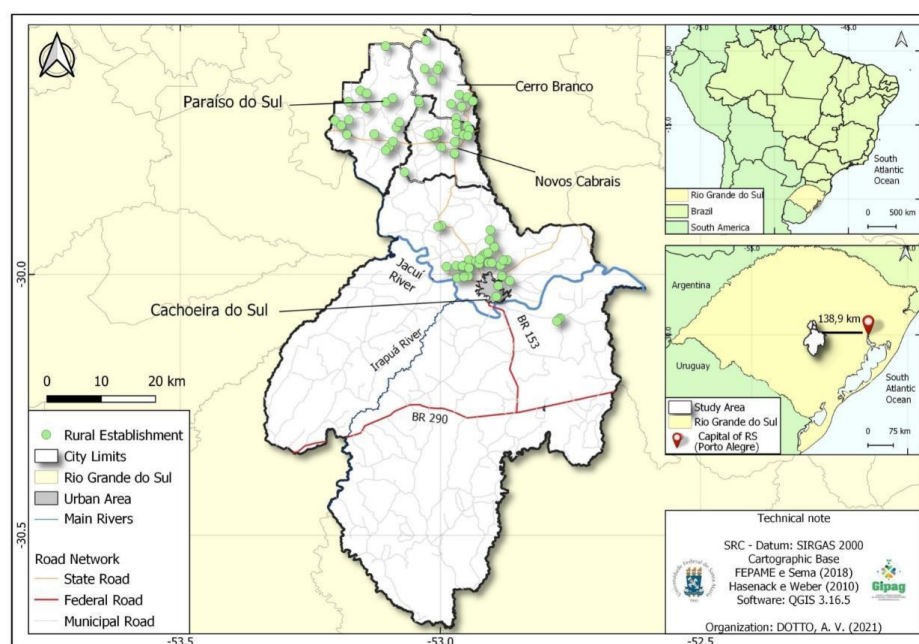
LOCAL E AMOSTRA

Esta pesquisa está no escopo do projeto "A dinâmica dos mercados agroalimentares no Rio Grande do Sul – mapeamento e análise socioeconômica". Na região em destaque (Figura 1), o banco de dados pertence ao Grupo Interdisciplinar de Pesquisas Agroalimentares Georreferenciadas da Universidade Federal de Santa Maria (GIPAG-UFSM) que compreende a identificação, georreferenciamento e aplicação de questionários.

Para este estudo, a abrangência geográfica foi definida pelos municípios da Região Central do Rio Grande do Sul, microrregião de Cachoeira do Sul, composta pelos municípios de Cachoeira do Sul, Cerro Branco, Novo Cabrais e Paraíso do Sul (Figura 1). O período de realização da pesquisa foi durante o ano de 2020.



Figura 1- Localização geográfica dos municípios e das propriedades georreferenciadas da amostra



Fonte: GIPAG, 2022.

A amostra é composta por 129 agricultores e respectivas unidades de produção. Estes foram selecionados *a priori* com base em suas características produtivas (estabelecimentos produtores de frutas e/ou hortaliças). Foram selecionados todos os agricultores dos referidos municípios. O município com maior participação na amostra foi Cachoeira do Sul com 45,70%. Paraíso do Sul corresponde a 22,50% da amostra. Novo Cabrais e Cerro Branco são os municípios com menor participação, com percentuais de 18,60% e 13,20% respectivamente.

Esta região foi selecionada devido a existência de poucas informações e dados sobre esse segmento de produção e agricultores, em comparação à outras regiões do Rio Grande do Sul. Outro fator a salientar, da escolha da cadeia de frutas e/ou hortaliças é seu potencial econômico, especialmente por área cultivada, assim como, para agricultores familiares, a utilização de mão de obra nas atividades produtivas (Ramos et al., 2021).

COLETA E TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados foram obtidos através de um questionário semiestruturado com questões abertas e fechadas, constituído por 36 itens dentre os quais foram selecionados os seguintes aspectos: Produtos

e Ramos de Produção (renda dos oriunda da comercialização dos produtos, tipos de mercados utilizados pelos agricultores familiares (Schneider, 2016) e canais de comercialização, percentual comercializado no canal; número de pontos de venda e tipo de mecanismo de distinção adotado).

O processo de tratamento destes dados ocorreu através de planilhas no *Microsoft Excel* e do pacote estatístico *Statistical Package for the Social Sciences*. A análise de dados corrobora a estatísticas descritivas, bem como, utilização do Coeficiente de Correlação de *Pearson*. O Coeficiente de Correlação de *Pearson* é um método estatístico que visa avaliar a força e direção linear entre as variáveis quantitativas (Moore; Kirkland, 2007). O coeficiente de correlação de *Pearson* “*r*” é um valor que possui variação de -1 a 1, sendo que o sinal indica a direção positiva ou negativa e o valor, a força da relação entre as variáveis (Moore; Kirkland, 2007; Figueiredo Filho; Silva Júnior, 2009; Pestana; Gageiro, 2014). Outro critério acerca da significância da correlação está relacionado com a variável “*p*<0,05” que testa a normalidade do modelo. A fórmula do modelo de Correlação de *Pearson* está descrita a seguir:

$$r = \frac{1}{n-1} \sum \left(\frac{X_i - \bar{X}}{S_x} \right) \left(\frac{Y_i - \bar{Y}}{S_y} \right) \quad (1)$$

O “*X*” representa as variáveis independentes, e “*Y*” as variáveis dependentes. As variáveis “*X_i*” e “*Y_i*” representam os valores individuais de “*X*” e “*Y*”, respectivamente (Moore; Kirkland, 2007; Figueiredo Filho; Silva Júnior, 2009; Pestana; Gageiro, 2014). Baseado nisto, a interpretação do coeficiente de correlação de *Pearson* considerada neste estudo segue os parâmetros expostos no Quadro 1.

Quadro 1- Parâmetros de interpretação dos coeficientes de correlação de *Pearson*

Coeficiente de <i>Pearson</i> “ <i>r</i> ”	Interpretação positiva (+) ou negativa (-)
±0,90 a ±1,00	Correlação muito alta
±0,70 a ±0,90	Correlação alta
±0,50 a ±0,70	Correlação moderada
±0,30 a ±0,50	Correlação baixa
±0,00 a ±0,30	Correlação muito baixa

Fonte: elaborado a partir de Pestana e Gageiro (2014).



RESULTADOS E DISCUSSÕES

MECANISMOS DE DISTINÇÃO UTILIZADOS PELOS AGRICULTORES DE FRUTAS E HORTALIÇAS

A Tabela 1 esboça os mecanismos de distinção utilizados pelos agricultores de frutas e hortaliças na Região Central do RS, organizados conforme a tipologia de mercados agroalimentares para agricultura familiar proposta por Schneider (2016).

Tabela 1- Mecanismos de distinção adotados e os tipos de mercados agroalimentares acessados pelos agricultores de frutas e hortaliças

Mercados	Agricultores em cada mercado (%)	Mecanismos de distinção (%)		
		Rastreabilidade	Rotulagem	Certificação orgânica participativa
Mercado proximidade	46,51	47,05	72,00	100
Mercado local e territorial	25,58	35,29	48,00	66,66
Mercado convencional	27,91	64,70	44,00	0
Mercado institucional	8,53	20,58	20,00	33,33

Fonte: elaborado pelos autores, 2025.

Analisando comparativamente os mercados e os instrumentos utilizados, nota-se que o Mercado de Proximidade possui os maiores percentuais de agricultores com mecanismos de distinção (Tabela 1) e também, caracteriza-se por ser o mercado com mais agricultores inseridos (46,51%). Este mercado possui como característica principal a comercialização através de canais diretos (face-a-face), o que em tese, propicia que os agricultores busquem fidelizar os consumidores através da confiança e qualidade atribuída aos produtos/alimentos. Entretanto, chama a atenção o fato de que, no público pesquisado, tenha sido justamente neste mercado o maior número de mecanismos de distinção utilizados, o que parece contraditório, pois seria o mercado com maior confiança entre consumidor e agricultor. Por outra perspectiva, essa característica tende a estar atrelada a este ser um dos principais mercados acessados pelos agricultores (46,51%), e a partir



disto, mesmo que adquiram mecanismos de distinção nos produtos, permanecem comercializando neste mercado.

Em relação ao mercado local e territorial, este apresenta como principal mecanismo de distinção a certificação (66,66%), seguido da rotulagem (48,00%). Em larga medida, este mercado apresenta um mix entre local e regional, o que torna comum haver mecanismos de creditação ou mesmo garantia de qualidade, sobretudo, quando ocorre um distanciamento entre agricultores e consumidores (Schneider, 2016). No mesmo contexto, esse mercado é constituído também pelo canal “lojas especializadas”, nas quais uma das principais características é a comercialização de produtos diferenciados.

No que concerne ao processo de rastreabilidade, o mercado convencional possui a maior concentração de agricultores (64,70%) que utilizam esse mecanismo de distinção. Este aspecto possivelmente reflete uma exigência do mercado e pode representar uma tentativa de superar a imagem de vender produtos de “lugar nenhum”, uma das características deste mercado, apontada por Schneider (2016). Neste caso em específico, a utilização de produtos com rastreabilidade pode sinalizar uma tentativa de aproximação geográfica ou mesmo relacional entre produção e consumo (Gelbeke et al., 2018; Gazolla; Aquino, 2021).

Por sua vez, o Mercado Institucional, apresenta o menor percentual de participação entre os agricultores (8,35%), bem como, pouco uso de mecanismos de distinção. Isso pode ser explicado em parte pelo fato de que os consumidores não fazem a escolha direta dos produtos a serem consumidos, visto que não fazem a aquisição dos mesmos, ficando a cargo das instituições executoras nos municípios. Outros fatores seriam os baixos valores totais de comercialização, sendo encarados como mercados complementares aos demais (Balem, 2015). Outra especificidade a ressaltar, é que neste caso, as produções são de frutas e hortaliças *in natura*, o que facilita a inserção em mercados institucionais sem a obrigatoriedade de selos e certificações, diferentemente das produções agroindustrializadas.

Conforme os dados apresentados, pondera-se que os agricultores procuram, conforme suas especificidades, adotar ou não mecanismos que lhes permitam diferenciar e agregar valor às suas produções. Esses processos ocorrem em larga medida através das cadeias curtas de comercialização (Renting et al., 2003; Schneider, 2016; Camara; Andreatta, 2021), mas, também podem ocorrer por meio de certificações, selos, rastreabilidade (Wilkinson, 2008) em cadeias mais longas, caracterizadas pelos mercados convencionais. Ademais, observa-se que a adoção de mecanismos de diferenciação de frutas e hortaliças da região central perpassa também os modos de vida das famílias



agricultoras, visto que a ênfase dos processos de rotulagem e rastreabilidade concentra-se nos mercados “alternativos”, nos quais pressupõe que os agricultores priorizam métodos mais resilientes de produção.

Por outra ótica, a baixa adoção de mecanismos de distinção pode estar relacionada ao aspecto de como os agricultores encaram a comercialização das produções de frutas e hortaliças. A utilização de dois ou três mecanismos por exemplo, ocorre quando a renda destas produções gira em torno de 50%. No momento em que a renda agrícola é 100% destas produções, 15 agricultores utilizam ao menos um mecanismo de distinção; outros 11 utilizam dois e, quatro agricultores fazem uso de três. Estas perspectivas corroboram ao salientado por Camara (2020), ao evidenciar três aspectos que norteiam as dinâmicas dos mercados agroalimentares na região Extremo Norte do RS. Agricultores dedicados as atividades alternativas de produção e comercialização, visam diferenciar suas produções, pois encaram as atividades como um modo de vida; outros, procuram diversificar a renda agrícola e por isso, possuem um ou dois produtos com características específicas. Por outro viés, alguns agricultores somente comercializam o excedente produtivo, e deste modo, não se preocupam em diferenciar suas produções agroalimentares.

INDICADORES DE CORRELAÇÃO DE PEARSON

Baseado na heterogeneidade de instrumentos utilizados pelos agricultores e suas especificidades, a Tabela 2—apresenta as variáveis que possuem correlação com o número de estratégias adotadas pelos agricultores.

Tabela 2- Variáveis correlacionadas com o número de instrumentos de distinção agroalimentar utilizadas

Variáveis	Pearson Correlation (<i>r</i>)	Sig. (1-tailed) (<i>p</i>)	Interpretação
Número de pontos de venda de frutas e hortaliças	0,306	,000	Baixa
Quantidade de canais de comercialização de frutas e hortaliças	0,616	,009	Moderada
Quantidade de canais do produto de maior renda	0,703	,000	Alta
Número de pontos de venda dos produtos de maior renda	0,302	,000	Baixa
Número de canais utilizados	0,789	,001	Alta



Quantidade de canais convencionais de comercialização	0,258	,002	Baixa
Quantidade de políticas públicas acessadas	0,302	,001	Baixa

Fonte: elaborado pelos autores, 2025.

As variáveis que apresentaram normalidade aos parâmetros do teste de correlação de *Pearson* (Tabela 2) são sete no total, sendo que estas possuem níveis de correlação baixo, moderado e alto. Aquelas que possuem alta correlação positiva com o número de mecanismos de distinção adotados são a quantidade de canais de escoamento do produto de maior renda ($r=0,703$; $p=0,000$) e número de canais de comercialização utilizados ($r=0,789$; $p=0,001$). Estes aspectos indicam que ao aumentar os canais de comercialização, os agricultores tendem a buscar adotar mecanismos de diferenciação.

Pressupõe-se que com base nos resultados auferidos que ao adotar estes mecanismos os agricultores buscam diferenciar suas produções mesmo que este seja *in natura*. Isto também está relacionado a correlação positiva auferida para a variável “quantidade de canais convencionais de comercialização” ($r=0,258$; $p=0,002$), que mesmo sendo baixa, indica uma associação linear. Este resultado pode ser explicado devido ao Mercado Convencional possuir um mecanismo de distinção mais representativo, no caso refere-se à rastreabilidade (Tabela 1). Deste modo, mesmo que a comercialização ocorra em ambientes onde não existam relações face-a-face entre agricultores e consumidores, existe um estreitamento das relações através da carga de informações que acompanha o produto (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003).

Outras variáveis remetem a quantidades de canais dos pontos de venda dos produtos de entrada, ou seja, frutas e hortaliças, assim como, dos produtos de maior renda (Tabela 2). Estas especificidades se relacionam com a busca dos agricultores por ampliar os canais de comercialização para evitar perdas, principalmente das produções perecíveis (Camara; Andreatta, 2021). No mesmo viés, os agricultores levam em consideração a geração de renda das produções para implementar os processos de distinção, visto a correlação positiva de “quantidade de canais do produto de maior renda” e “número de pontos de venda dos produtos de maior renda” (Tabela 2).

Evidencia-se também, a correlação positiva baixa entre a quantidade de mecanismos de distinção utilizados e a quantidade de políticas públicas acessadas pelos agricultores ($r=0,302$; $p=0,001$). Destaca-se que o acesso a estes instrumentos, como rastreabilidade, certificações, entre outros, são potencializados e, até mesmo, viabilizados por intermédio de agências de assistência



técnica e extensão rural, demonstrando a importância das políticas públicas para o público pesquisado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste estudo observou-se que os mecanismos de distinção utilizados pelos agricultores de frutas e hortaliças nos diferentes mercados agroalimentares da região central do Rio Grande do Sul, ainda são pouco adotados. Diversos fatores estão ligados a estas dinâmicas, como ausência de programas de qualificação de mão de obra e fornecimento de assistência técnica/ apoio governamental. Aliado a isto, os fatores burocráticos e legislativos podem acabar desencorajando o agricultor a dar início ao processo de adoção.

Apesar da baixa adoção de tais mecanismos pelos agricultores, pôde-se auferir que o aumento desta, se dá conforme o acréscimo da participação nos diferentes canais de comercialização, pontos de venda e acesso a políticas públicas. Sendo assim, observa-se que a opção pela adoção de um outro mecanismo de distinção está atrelada as exigências específicas de um ou outro canal de comercialização, que por sua vez cobram dos agricultores maior padronização de procedimentos através da busca do consumidor final por quesitos relacionados a confiabilidade e transparência do produto.

Entretanto, observa-se também que fatores como o retorno financeiro oriundo do produto final apresenta papel preponderante na adoção de mecanismos. Neste contexto, o recorte geográfico e produtivo (Frutas e Hortaliças) se apresenta como um limitante do estudo pois este fator pode ser diferenciado em outras regiões agrícolas com produtos de maior valor agregado.

Sendo assim, este estudo procurou apenas fazer uma discussão prévia de como se dá a interação dos mecanismos de distinção nos diferentes mercados agroalimentares na região central do Rio Grande do Sul. Ademais, sugere-se que estudos posteriores busquem diferentes recortes geográficos com o intuito de contribuir na análise dos fatores preponderantes a adoção dos diferentes mecanismos.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior -Brasil (CAPES) -Código de Financiamento 001.



APROVAÇÃO ÉTICA

O instrumento de coleta de dados está inscrito na Plataforma Brasil com número CAAE 71091717.6.0000.5346, sendo aprovado no Comitê de Ética da Universidade Federal de Santa Maria.

REFERÊNCIAS

AHUMADA, Omar; VILLALOBOS, J. Rene. Application of planning models in the agri-food supply chain: A review. **European journal of Operational research**, v. 196, n. 1, p. 1-20, 2009. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2008.02.014>

ALVES, Alda Cristiane Oliveira; SANTOS, André Luis de Sousa dos; AZEVEDO, Rose Mary Maduro Camboim de. Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 7, n. 2, p. 19-27, 2012. Doi: <https://orgprints.org/id/eprint/22814/>

ANDRADE, Juliana Cunha de et al. Percepção do consumidor frente aos riscos associados aos alimentos, sua segurança e rastreabilidade. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 16, n. 3, p. 184-191, 2013. Doi: <https://doi.org/10.1590/S1981-67232013005000023>

ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, Nádia Velleda. A dinâmica dos canais curtos de comercialização: o caso do Projeto Campagna Amica na Itália. **Sociedade e Estado**, v. 32, n. 3, p. 771-792, 2017. Doi: <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.32030010>

BALEM, Tatiana Aparecida et al. O programa de alimentação escolar brasileiro e a narrativa alternativa dos alimentos: convergências e desafios. 2015. **Tese de Doutorado**. Universidade Federal de Santa Maria.

BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea; TOUZARD, Jean-Marc. Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. **World Development**, v. 98, p. 45-57, 2017. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>

BLASI, Emanuele et al. Alternative food chains as a way to embed mountain agriculture in the urban market: the case of Trentino. **Agricultural and Food Economics**, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2015. Doi: [10.1186/s40100-014-0023-0](https://doi.org/10.1186/s40100-014-0023-0)

BRANDÃO, Janaína Balk et al. Os mercados de hortifrúti em Santa Maria (RS)-um estudo sobre os tipos de produtores e os canais de comercialização. **Redes**. Revista do Desenvolvimento Regional, v. 25, n. 2, p. 433-460, 2020. Doi: <https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.14323>

CAMARA, Simone Bueno. Da produção aos mercados agroalimentares: dinâmicas de agricultores inseridos em cadeias curtas de comercialização. **Dissertação Mestrado em Agronegócios**. Universidade Federal de Santa Maria-UFSM, Santa Maria. p 147. 2019. Disponível em : <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/21386>

CAMARA, Simone Bueno; ANDREATTA, Tanice. Reprodução socioeconômica de agricultores do extremo norte do Rio Grande do Sul-BR inseridos em cadeias curtas de comercialização (SFSCs).



Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 17(2). 2021. Doi: <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v17i2.6334>

CASSOL, Abel; SCHNEIDER, Sergio. A imersão social da economia em mercados alimentares brasileiros: uma abordagem institucionalista. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 60, 2021. Doi:10.1590/1806-9479.2021.233766

COSTA, Flávia Ponte Bandeira S. Rastreabilidade como fator de decisão de compra de frutas. **Dissertação de mestrado**. Pontifícia universidade católica de São Paulo, PUC SP. São Paulo. 2012.

COTEUR, Inc. et al. Structuring the myriad of sustainability assessments in agri-food systems: A case in Flanders. **Journal of cleaner production**, v. 209, p. 472-480, 2019. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.066>

DAROLT, Moacir; LAMINE, Claire. Dimensões da produção e consumo de alimentos de base ecológica em circuitos curtos na França e no Brasil. In:GAZOLLA, Marcio.; SCHNEIDER, Sergio. (Orgs.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, p. 325-349, 2017.

DE ROEST, Kees; FERRARI, Paolo; KNICKEL, Karlheinz. Specialisation and economies of scale or diversification and economies of scope? Assessing different agricultural development pathways. **Journal of Rural Studies**, v. 59, p. 222-231, 2018. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.04.013>

Dias, Jaqueline. Menezes.; Von Ende, Marta. (2021). Os mercados e canais de comercialização de frutas e hortaliças na região central do rio grande do sul. In Brandão, Janaína. Balk.; Blume, Roni. (Orgs.) **Do campo para os mercados: Produção e comercialização de frutas, hortaliças e alimentos processados na Região Central do Rio Grande do Sul**. Santa Maria: Editora UFSM. 2021.

DIEZ GARCIA, Rosa Wanda. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 4, p. 483-492, 2003. Doi: <https://doi.org/10.1590/S1415-52732003000400011>

FERRARI, Dilvan Luiz. Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina. **Tese em Desenvolvimento Rural**. PDGR, UFRGS, Porto Alegre 2011.

FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto; SILVA JÚNIOR, José Alexandre. Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r). **Revista Política Hoje**, v. 18, n. 1, p. 115-146, 2009. Disponível em: https://dirin.s3.amazonaws.com/drive_materias/1666287394.pdf

FONTE, Maria. Food Relocalisation and Knowledge Dynamics for Sustainability in Rural Areas 1. In: **Naming Food after Places**. Routledge, 2016. p. 1-35.

FRACAROLLI, Guilherme Silva. Mapping Online Geographical Indication: Agri-Food Markets on E-Retail Shelves. **Agronomy**, v. 11, n. 12, p. 2385, 2021. Doi: <https://doi.org/10.3390/agronomy11122385>

FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO (FNDE). **Sistema de Gestão de Contas (SigPC): contas on-line do FNDE**. Disponível em: <https://www.fnde.gov.br/pls/simad/internet_fnde.LIBERACOES_01_PC?p_ano=2021&p_programa=C7&p_uf=RS&p_municipio=430003>. Acesso em: 25 de janeiro de 2022.



GAZOLLA, Marcio; RUFINO DE AQUINO, Joacir. 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**, v. 29, n. 2, 2021. Doi: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-8>

GELBCKE, Daniele Lima et al. A “proximidade” nos circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis–SC–Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 26, n. 3, p. 539-560, 2018. Disponível em: https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/ESA26-3_a_proximidade/ESA26-3_a_proximidade_PDF

GOODMAN, David. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of rural studies**, v. 1, n. 19, p. 1-7, 2003. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00043-8](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00043-8)

HAAS, Jaqueline Mallmann; RAMBO, Anelise Graciele. Mecanismo de diferenciação de produtos e suas repercussões territoriais: o caso do arroz Doña Ana (Espanha) e do arroz do Litoral Norte (Brasil). **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 14, n. 2, 2018. Doi: <http://hdl.handle.net/10183/223365>

HANDAYATI, Yuanita; SIMATUPANG, Togar M.; PERDANA, Tomy. Agri-food supply chain coordination: the state-of-the-art and recent developments. **Logistics Research**, v. 8, n. 1, p. 1-15, 2015. Doi: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12159-015-0125-4>

HUBEAU, Marianne et al. A new agri-food systems sustainability approach to identify shared transformation pathways towards sustainability. **Ecological Economics**, n. 131, p. 52-63, 2017. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.08.019>

MARSDEN, Terry; BANKS, Jo; BRISTOW, Gillian. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000. Doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>

MAYETT-MORENO, Yesica; LÓPEZ OGLESBY, Juan Manuel. Beyond food security: challenges in food safety policies and governance along a heterogeneous agri-food chain and its effects on health measures and sustainable development in Mexico. **Sustainability**, v. 10, n. 12, p. 4755, 2018. Doi: <https://doi.org/10.3390/su10124755>

DE MELO, Paulo César Tavares; VILELA, Nirlene Junqueira. Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças. **ABHorticultura**. 2007. Doi: <https://repositorio.usp.br/item/002937224>

MILESTAD, Rebecka et al. Being close: The quality of social relationships in a local organic cereal and bread network in Lower Austria. **Journal of rural studies**, v. 26, n. 3, p. 228-240, 2010. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.01.004>

MILFORD, Anna Birgitte; LIEN, Gudbrand; REED, Matthew. Different sales channels for different farmers: Local and mainstream marketing of organic fruits and vegetables in Norway. **Journal of Rural Studies**, v. 88, p. 279-288, 2021. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.08.018>

MOORE, David S.; NOTZ, William I.; FLIGNER, Michael A. **The basic practice of statistics**. Macmillan Higher Education, 2007.

MORAGUES-FAUS, Ana; MORGAN, Kevin. Reframing the foodscape: the emergent world of urban food policy. **Environment and Planning A: Economy and Space**, v. 47, n. 7, p. 1558-1573, 2015. Doi: <https://doi.org/10.1177/0308518X15595754>



- MORGAN, Kevin; SONNINO, Roberta. The urban foodscape: world cities and the new food equation. **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, v. 3, n. 2, p. 209-224, 2010. Doi: <https://doi.org/10.1093/cjres/rsq007>
- MOUSTIER, Paule. Short urban food chains in developing countries: signs of the past or of the future?. **Natures Sciences Sociétés**, v. 25, n. 1, p. 7-20, 2017. Disponível em: https://shs.cairn.info/article/NSS_251_0007?tab=texte-integral
- MURDOCH, Jonathan. Networks—a new paradigm of rural development?. **Journal of rural studies**, v. 16, n. 4, p. 407-419, 2000. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00022-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00022-X)
- NIEDERLE, Paulo André. Delimitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar. **Extensão rural**, n. 18, p. 1-37, 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/5593>
- NIEDERLE, Paulo André; SILVA, Fernanda Novo da. As indicações geográficas e os novos mercados para os vinhos brasileiros. GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sergio (Org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 219-239, 2017.
- PAFFARINI, Chiara et al. Rural sustainability and food choice: the effect of territorial characteristics on the consumers' preferences for organic lentils. **Agricultural and Food Economics**, v. 9, n. 1, p. 1-23, 2021. Doi: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40100-021-00200-9>
- PERALTA, Patricia Pereira et al. A Indicação de Procedência como instrumento de diferenciação: o caso do Doce de Pelotas. **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 21, n. 3, p. 306-318, 2016. Disponível em : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6547683>
- PESTANA, Maria Helena; GAGEIRO, João Nunes. **Análise de Dados para Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS**, Edições Sílabo. 6ª edição. 1237.2014.
- RAMOS, Celso Eduardo Pereira et al. Incentivo aos agricultores familiares na implementação da cadeia de hortifrúti orgânica no mercado municipal de Dois Vizinhos/PR. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 4, p. 35127-35135, 2021. Doi: <https://doi.org/10.34117/bjdv7n4-125>
- RENTING, Henk; MARSDEN, Terry K.; BANKS, Jo. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and planning A**, v. 35, n. 3, p. 393-411, 2003. Doi: <https://doi.org/10.1068/a3510>
- SANTOS, Daniel Silva do Carmo et al. Desempenho de agricultores familiares na comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos no estado do Pará. **Acta Biológica Catarinense**, v. 4, n. 2, p. 16-29, 2017. Doi: <https://doi.org/10.21726/abc.v4i2.412>
- SCHNEIDER, Sergio. **Mercados e agricultura familiar**. Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural, v. 1, p. 93-140, 2016. Disponível em : <https://biblioteca.unisced.edu.mz/handle/123456789/2676>
- SILVA, Fernanda Novo da et al. Institucionalização das indicações geográficas no Brasil e na Espanha. **Ciência Rural**, v. 43, p. 1727-1733, 2013. Doi: <https://doi.org/10.1590/S0103-84782013005000112>
- SILVA, Gustavo Pinto da et al. Qualidade e informalidade em alimentos processados pela agricultura familiar em feiras livres de Santiago/RS. In Brandão, Janaina Balk.; Blume, Roni.



(Orgs.). **Do campo para os mercados: Produção e comercialização de frutas, hortaliças e alimentos processados na Região Central do Rio Grande do Sul**. Santa Maria: Editora UFSM. 2021.

DA SILVA, Iran José Oliveira. A rastreabilidade dos produtos agropecuários do Brasil destinados à exportação. In: **Simpósio de Construções rurais e Ambiente – SIMCRA – 2004**— Campina Grande–PB. 2004. Disponível em : <http://www.nupea.esalq.usp.br/admin/modSite/arquivos/imagens/04c085104206f6a86b3dcb60fcde358c.pdf>

RODRÍGUEZ SPERAT, Ramiro et al. Construyendo mercados desde la propia finca. **Tres experiencias en la agricultura familiar**. 2015. Doi: DOI:<http://dx.doi.org/10.4206/agrosur.2015.v43n1-02>

TACCONI, Ernesto Alexandre et al. Fatores que afetam a competitividade na produção de hortaliças orgânicas no estado do Rio Grande do Norte. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 12, n. 2, 2010. Doi: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/14871>

VINHOLIS, M. B.; AZEVEDO, P. F. Efeito da rastreabilidade no sistema agroindustrial da carne bovina brasileira. In: **WORLD CONGRESS OF RURAL SOCIOLOGY**. 2000. p. 1-14.

WILKINSON, John. **O Estado, a agricultura e a pequena produção**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008, 229. Doi: <https://doi.org/10.7476/9788599662717>

