

## ICEDE Working Paper Series

Os circuitos curtos de comércio de alimentos na Galiza atual: na procura de alternativas ao oligopólio da distribuição

Raul Rios Rodríguez

Nº 10, decembro 2014  
ICEDE Working Paper Series  
ISSN 2254-7487  
<http://www.usc.es/icede/papers>

Grupo de investigación Innovación, Cambio Estructural e Desenvolvemento (ICEDE)

Departamento de Economía Aplicada  
Universidade de Santiago de Compostela  
Avda. do Burgo s/n  
15782 Santiago de Compostela – A Coruña  
Telf. +34 881 811 567  
[www.usc.es/icede](http://www.usc.es/icede)

# Os circuitos curtos de comércio de alimentos na Galiza atual: na procura de alternativas ao oligopólio da distribuição

Raul Rios Rodríguez  
Posgraduado em Desenvolvimento Económico e inovação  
[raulrios1990@gmail.com](mailto:raulrios1990@gmail.com)

Dezembro 2014

## Resumo

Os circuitos curtos de comércio de alimentos são canais comerciais criados com o objetivo explícito de prescindir dos agentes intermediários que operam entre agricultores e consumidores no sistema agroalimentário convencional, recuperando assim o poder de decisão sobre a produção de alimentos e retendo o valor acrescentado na própria economia local. O presente artigo é um primeiro apegamento à realidade atual destes circuitos comerciais na Galiza, incluindo um breve repasso teórico, uma análise quantitativa a partir das fontes estatísticas existentes e um estudo de dois casos práticos.

## Palavras chave

Circuitos curtos, Sistema Agroalimentário, Comércio de alimentos, Desenvolvimento rural

**Classificação JEL:** Q13, Q18

## 1. Introdução

A alimentação é uma atividade humana e econômica essencial, fundamental para a qualidade de vida e a saúde das sociedades, assim como para a sua mesma existência. Com a incorporação deste setor econômico à dinâmica da industrialização e da globalização, foi configurando-se um complexo sistema agroalimentário mundial dominado por grandes corporações encarregadas fundamentalmente das funções de transformação e, sobre todo, distribuição de alimentos. Neste cenário, e ante a aparição de problemas como a insegurança alimentária, a perda de poder de decisão tanto dos produtores de alimentos como dos consumidores ou o acaparamento de valor acrescentado por parte destes grandes intermediários; surgem nas distintas sociedades movimentos alternativos ao sistema agroalimentário convencional que configuram circuitos curtos de comércio de alimentos, pretendendo assim reestabelecer uma relação de proximidade entre produtor e consumidor e evitar os problemas identificados no paradigma convencional.

O sistema agroalimentário convencional está sustentado, principalmente, por três pilares ou componentes da cadeia: a produção agrícola, a indústria agroalimentária (dedicada à transformação de alimentos) e a distribuição<sup>1</sup>. Partindo deste enfoque da Economia Agroalimentária (Davis e Goldberg, 1957), adverte-se uma tendência cara a progressiva marginalização do primeiro dos pilares, a produção agrícola, em favor dos outros dois, o de transformação e, nomeadamente, o de distribuição (Viladomiu, 1985; citado em Di Masso, 2009). Assim, o setor agrícola foi tomando o papel dum simples produtor e fornecedor de insumos para a indústria agroalimentária, perdendo os produtores agrícolas o seu peso na cadeia de valor.

Com o predomínio das grandes corporações e a dissipação das fronteiras estatais no contexto da globalização, os produtores e os consumidores de alimentos perdem também o seu poder de decisão sobre os mesmos. Impera a maximização de lucros a nível mundial, que guia aos intermediários à hora de tomar as decisões de quê produzir e quando, onde e como fazê-lo. O centro de gravidade da cadeia vai cara a distribuição, um processo facilitado pela globalização e concentração oligopólica. É este elo da cadeia o que põe as condições de venda, tira dos preços à baixa para os produtores, consegue apazamentos de pagamentos e aproveita a concorrência existente em outros pontos da cadeia para apropriar-se de maior valor acrescentado.

O resultado é um alimento sobre cuja qualidade nem tem conhecimento o consumidor. Nem sabe nem de onde procede, nem com que método foi produzido (fertilizantes químicos, hormonas ou transgénicos). Polo

---

<sup>1</sup> Mauleón (2007) incorpora a este esquema aquelas empresas que realizam funções externalizadas, por um lado, e as instituições públicas que intervêm nas diferentes fases do sistema e, conseqüentemente, no conjunto do mesmo, por outro lado.

seu lado, o produtor perde valor acrescentado e capacidade de decisom. A economia local fica resentida ao ver como o dinheiro pagado polos consumidores se dirige aos mercados financeiros onde operam as grandes corporaçõs agroalimentárias no sítio de ser reintroduzido polos produtores na própria economia local, já seja em forma de consumo ou investimento.

Contra este modelo é que surgem os circuitos curtos de comércio de alimentos, que pretendem prescindir destas figuras intermediárias e realizar o comércio entre o produtor e o consumidor de maneira direta ou quase direta. O seu objetivo é eliminar os custos e efeitos poluentes do transporte a grandes distâncias, reter o valor acrescentado gerado na própria localidade e na economia produtiva e garantir a segurança sobre a procedência dos alimentos e os métodos de produção dos mesmos; na procura de melhor sabor e maior saúde, isto é, maior qualidade.

Aliás, no momento de redigir estas linhas, a iminente aprobaçom do Acordo Transatlântico de Livre Comércio e Investimento (TTIP, polas suas siglas em inglês) parece já inevitável. Este tratado multilateral pretende reduzir as chamadas barreiras nom arancelárias entre as economias da Uniom Europeia e os Estados Unidos. Assim, entre outras cousas, ameaça com rebaixar ao mínimo aquelas normativas destinadas a garantir uns determinados estândares de qualidade e segurança para os produtos alimentícios comercializados na UE. É previsível que esta deterioraçom dos produtos da agroindústria incentive o interesse social por alternativas alimentícias como os circuitos curtos.

Outro fator chave à hora de contextualizar o interesse polos circuitos curtos de comércio de alimentos é o chamado Teito do Petróleo (*Peak Oil* em inglês). Segundo reconheceu a própria Agência Internacional da Energia em 2010, o petróleo convencional já chegara ao seu teito máximo em 2006. Este organismo confia na possibilidade de manter umha tendência crescente na oferta petrolífera através do descobrimento e exploraçom de novos jazigos, assim como no aumento da oferta de gás natural e no incremento das extraçõs de petróleo nom convencional. Apesar disto, som muitos os autores que alertam sobre a impossibilidade de manter a meio prazo o atual ritmo de consumo energético e, por tanto, de manter o atual volume de transporte de mercadorias, posto que mais de 90% deste transporte depende de veículos de gasolina ou gasóleo (Doldán, 2013). Os circuitos curtos de comércio de alimentos apresentam-se como umha alternativa viável ante o previsível encarecimento dos alimentos transportados a grandes distâncias ou ante a mesma impossibilidade física de realizar este transporte.

É diante deste contexto que se justifica o presente trabalho, que tem por objetivo fazer um achegamento à situação atual dos circuitos curtos na Galiza. Como funcionam? Qual o seu peso dentro do setor agrário? Qual o seu grau de desenvolvimento em comparaçom com outros países? Que benefícios, oportunidades e

inconvenientes apresentam para produtores agrários e consumidores de alimentos? Para responder estas questões, num primeiro momento, apresentaremos umha visão teórica e conceitual, esclarecendo um conceito empregado em muitas ocasiões para se referir a realidades diferentes. Num segundo momento, passaremos à análise dos circuitos curtos na realidade galega, para o que primeiro faremos um breve repasso pelo entramado normativo vigente e um achegamento aos contextos europeu e espanhol. Em último lugar, trataremos dous casos práticos de circuitos curtos na Galiza: a venda direta através do sistema de cestas a domicilio do Sindicato Labrego Galego e a experiência do Mercado de Alimento Labrego dos Tilos (concelho de Teio).

## **2. Achegamento teórico aos circuitos curtos de comércio de alimentos**

### **2.1 Definição do objeto de estudo**

Na literatura existente, não está consolidada nenhuma definição rígida do que é um circuito curto de comércio de alimentos e o termo costuma ser empregado de maneira flexível, fazendo muitas vezes referência a conceitos distintos. A nossa definição, além de fixar um significado do termo, quer também pôr cancelas ao mesmo e evitar a confusão com outras realidades semelhantes.

Mas antes cumpre definir o conceito de setor agroalimentário: aquela rama de atividade económica que abrange a produção e transformação de produtos agrários, a distribuição de produtos agroalimentários e a sua indústria auxiliar (Caldentey, 1998; citado em Molla e Sánchez, 2000). Ficam pois excluídos do trabalho aqueles produtos agrários destinados a outros usos, tais como os biocombustíveis, e aqueles produtos alimentários procedentes do mar, cuja especificidade daria pé a um outro trabalho.

A noção de sistema agroalimentário parte dos investigadores Davis e Goldberg (1957; citado em Di Masso, 2009) e do seu conceito 'agrobusiness', que estuda a atividade agrícola em correlação com a indústria e constata a sua inserção nesta última. Partindo da sua definição de setor agroalimentário como um agregado de subsectores produtivos que se relacionam entre si através de fluxos de intercâmbio; autores da escola francesa como Malassis (1973) vão além, partindo da necessidade de considerar o contexto socioeconómico no que se insere o sistema agroalimentário e de cuja estrutura depende. Esta proposta permite estudar as relações de poder entre os componentes do sistema, como mais adiante se verá ao referir-se ao papel de produtores e consumidores nos circuitos curtos de comércio de alimentos.

À hora de conceitualizar circuito ou canal curto de comércio de alimentos, comprova-se como na literatura existente as definições variam amplamente. Enquanto as conceções mais restritivas limitam-no aos canais

diretos entre produtor e consumidor sem nenhum tipo de agente intermediário de por meio; outras visões admitem a intervenção de outros agentes sempre que se deem certas condições como a proximidade geográfica<sup>2</sup>.

Se bem a proximidade geográfica é um fator importante à hora de estabelecer a definição, as distâncias são relativas e a ideia de proximidade depende do país ou região, resultando difícil estabelecer um limite quantitativo exato. Além disso, o facto de que um produto alimentício percorra poucos quilómetros desde que é produzido por um labrego até que chega à mesa do consumidor não elimina a possibilidade de que passe por vários intermediários comerciais no seu processo de distribuição.

Uma outra definição, desde a perspectiva da empresa, é a que se centra no número de intermediários que operam em um canal determinado. Assim, o MAGRAMA (2013a) define circuito curto de comércio de alimentos como aquele no que o número de intermediários é igual ou inferior a um. Neste sentido, cumpre sublinhar que o corte do canal entendido como a redução do número de intermediários não implica necessariamente melhores preços para o consumidor nem para o produtor, podendo ser uma grande empresa a que concentre as funções minoristas e maioristas da distribuição e mesmo a transformação, pervivendo o oligopólio e a relação desigual entre agentes.

Querendo evitar este reducionismo, Eduardo Sevilla Guzmán, com uma visão agroecológica, recolhe a definição de circuitos curtos como “as interações entre atores que estão diretamente implicados na produção, transformação, distribuição e consumo de novos alimentos” (Renting *et al.* 2003; citado em Sevilla, 2012). As quatro características definidoras dos canais curtos seriam, seguindo com esta definição: primeiro, a capacidade de resocializar e reterritorializar o produto, isto é, o seu carácter local; segundo, a redefinição da relação entre produtor e consumidor que intercambia informação sobre a origem do alimento; terceiro, o desenvolvimento de novas relações entre oferta e procura que priorizam critérios de relação entre preço e qualidade e; quarto e último, a ênfase da relação entre consumidor e produtor para construir significado além do simples produto.

Por questões de operatividade e atendendo às bases de dados e estatísticas disponíveis, no presente trabalho emprega-se uma definição de circuito curto desde o ponto de vista do número de intermediários

---

<sup>2</sup> Um exemplo desta definição é a que recolhe a Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho sobre a ajuda ao desenvolvimento rural através do Fundo Europeu Agrícola de desenvolvimento Rural (FEADER) para o período 2014-2020, cujo artigo número dois explica que um circuito curto de comércio é “uma cadeia de subministro formada por um número limitado de agentes económicos, comprometidos com a cooperação, o desenvolvimento económico local e as relações socio-económicas entre produtores e consumidores em um âmbito geográfico cercano” (European Commission, 2011; citado em MAGRAMA, 2013a, p.4).

participantes na relação, que deve ser igual a zero. Se bem desde um ponto de vista teórico é aceitável que existam intermediários sempre que cumpram com as condições descritas sobre horizontalidade, traspasso de informação, caráter local e fomento dos valores dos alimentos além do simples produto; não é uma definição operativa já que as fontes estatísticas não contemplam este tipo de informação. Aliás, ao definir circuito curto como aquele no qual não há nenhum intermediário (o que supõe equipará-lo com comércio direto) fica garantida a exclusão das grandes distribuidoras, com as que é impossível que se cumpram as condições descritas que, porém, são cumpridas na grandíssima maioria dos casos de comércio direto.

## 2.2 Tipologia de circuitos curtos

Cumpre estabelecer uma tipologia dos circuitos curtos de comércio de alimentos na medida em que cada modelo de circuito tem uma série de implicações próprias desde o ponto de vista económico. A literatura existente estabeleceu múltiplas tipologias em torno a critérios ou dimensões concretas dos circuitos. Mardsen *et al.* (2000) e Renting *et al.* (2011), que restringem o estudo dos canais curtos a aqueles dinamizados por coletivos e centrados no consumo responsável e ecológico, situam o foco no tipo de agentes dinamizadores (produtores ou consumidores). López (2011) estabelece uma separação entre a venda direta e os canais curtos, classificando estes últimos segundo sejam coletivos ou individuais.

Sevilla (2012) parte no seu estudo da classificação de Soler e Calle (2010) na que tipificam os circuitos curtos segundo o grau de ação coletiva e de integração dos mecanismos de mercado (isto é, preços e quantidades) para chegar à sua proposta de tipologia. Este autor critica a focagem individualista e economicista da maior parte das análises anglo-saxãs, tanto da ótica liberal como da marxista: ficam reduzidos a estratégias de captação de valor acrescentado por parte dos produtores ou geração de utilidade através do mercado para os consumidores ou; alternativamente, a análise centra-se na esfera da produção como processo de geração de valor a partir do trabalho e num consumidor reduzido a um papel subordinado pelo fetichismo da mercadoria. Mesmo a incorporação do Estado a estas análises seria concebida em termos de intermediário do mercado segundo o citado autor. Doutra lado, uma mirada alternativa deve centrar-se nas pessoas que têm como objetivo prioritário “atender necessidades básicas”, a alimentação, e que buscam satisfatores alternativos. Visam libertar-se dos canais convencionais e responder aos seus critérios de qualidade e segurança, diferentes aos gerados no mercado e em cuja definição podem participar ativamente. O consumidor procura ter poder de decisão real sobre o que come, além dos simples mecanismos de mercado.

É sob esta perspetiva que Sevilla realiza uma proposta de tipologia baseada na de Soler e Calle e asentada sobre dois eixos. Primeiro, considera-se o tipo de mercado que se gera através da relação de intercâmbio e,

segundo, o tipo e intensidade de cooperação e interação coletiva que implica participar do canal. Assim, os dois eixos de análise que devem servir de guia para a classificação de Sevilla som, por um lado, o grau de predomínio do “mercado criador de preços” através do jogo individual de intercâmbio de preços e quantidades e, por outro lado, o tipo e grau de ação coletiva que implica participar em cada uma das redes (o que implica à sua vez o desenvolvimento de instituições distintas às mercantis).

Se bem a tipologia de Sevilla baseada nessa análise bidimensional tem a virtude de fornecer uma grande quantidade de características de cada modelo de circuito curto; também tem o inconveniente de que, ao constituir-se a tipologia em forma de progressão entre canais com menor e maior presença do mercado, deixa a porta aberta a canais que não entram na definição de circuito curto escolhida para este trabalho (ao entender por tal só aqueles que não contam com nenhum tipo de intermediário).

O MAGRAMA (2013a), por sua parte, oferece uma tipologia muito prática baseada nas diferentes estruturas de comercialização que têm cabida dentro dos circuitos curtos. Assim, estabelece duas classificações paralelas. A primeira, e de maneira um tanto difusa, é a que divide o comércio *on-line* e o comércio *off-line*, diferenciando-se pelo papel que a Internet joga no intercâmbio. A segunda classificação, mais interessante para este trabalho, distingue os seguintes tipos de circuitos curtos de comércio de alimentos: mercados de produtores, venda direta na exploração, envios a domicílio, lojas de venda direta, grupos de consumo, comedores coletivos e distribuição minorista de produto local (este último ficaria fora da definição ao existir um agente intermediário).

### **2.3 Recuperar o espaço: o papel de produtores e consumidores**

Os circuitos curtos nascem como alternativa ao sistema agroalimentário surgido no contexto europeu e internacional após a Segunda Guerra Mundial, sistema inserido nas dinâmicas da industrialização e a globalização. As fases de distribuição e transformação foram roubando-lhe peso progressivamente à fase de produção agrícola dentro deste modelo interconetado<sup>3</sup>. Este processo traduz-se, principalmente, no deslocamento vertical do valor acrescentado dos produtos agroalimentários em benefício das mencionadas fases não agrícolas (distribuição e transformação) frente a fase de produção agrícola e, também, no

---

<sup>3</sup> É graças à proposta de definição de ‘sistema agroalimentário’ de Malassis que se podem estudar seguindo uma metodologia as relações de poder entre os diferentes componentes deste sistema.

deslocamento vertical do poder de decisão no mesmo sentido. A grande distribuição acaba assim por ocupar um papel estratégico dentro deste sistema, o que Goodman (1987) chamou de ‘*appropriationism*’<sup>4</sup>.

Para analisar a posição oligopólica da grande distribuição e o deslocamento ao que foram sometidos produtores e consumidores, cumpre referir-se à mudança de modelo de economia natural polo de economia produtivista (Gómez, 2001). Este modelo industrializado fica definido polos processos conjuntos de intensificação, concentração e especialização (Evans, 2001). Graças à capacidade de empregar a tecnologia de maneira intensiva, dá-se uma especialização produtiva e, em consequência, uma produção mais diferenciada. O emprego desta nova tecnologia dá como resultado uma concentração da propriedade dos meios de produção e, por tanto, do controlo da produção sobre cada vez menos agentes decisórios. O setor agrário passa a ser um simples provedor de insumos para a indústria agroalimentária.

O deslocamento vertical referido dá-se em duas etapas (Sanz Cañada, 1997). Em um primeiro momento, dá-se um movimento desde o setor agrário para a transformação e a distribuição. Em um segundo momento, é a transformação a que lhe cede peso à distribuição, e consolida-se a “grande distribuição” como paradigma do sistema agroalimentário.

Finalmente, ao descrever o sistema atual, cumpre destacar o papel da estandarização de produtos a nível internacional. Trata-se de satisfazer uma procura mundial homogénea e assim rendibilizar a escala global os custos de produção e comercialização. O produtor agrário fica sujeito a umas condições contratuais impostas pela distribuição, o que o obriga a produzir seguindo determinadas características estandarizadas do produto ou condições de entrega (quantidades e prazos), além da imposição de preços que realiza a distribuição em virtude da sua posição oligopólica. Impõe-se a necessidade de produzir em intensivo e de forma industrializada para fazer frente a estas condições contratuais, o que dá num novo perfil de agricultor dependente da distribuição e sem poder de decisão sobre a sua própria produção.

Este processo configura um sistema agroalimentário que poderíamos definir em três traços principais. Primeiro, o setor agrário cumpre a função de simples provedor de insumos para a indústria agroalimentária. Assim, tomando a distinção que Sanz Cañada (1997) faz entre ‘produto agrário’ como output da produção agrícola e ‘produto alimentário’ como bem de consumo final após o processo de transformação, constata-se a perda do setor agrário na cadeia de valor de produtos alimentários. Segundo, e em paralelo ao primeiro, dá-se um aumento de peso na cadeia de valor da fase de transformação e, em maior medida, na de

---

<sup>4</sup> O autor refere-se à constante reestruturação do processo produtivo no agro a medida que o capital procura novas oportunidades de acumulação ante o esgotamento das velhas oportunidades (velhos setores onde não é possível seguir com a acumulação a partir de um ponto). Estas novas oportunidades são principalmente a distribuição e a transformação, diferenciadas da atividade agrícola.

distribuição. A organização da cadeia de valor fica cada vez mais longe do modelo de concorrência perfeita; quando paradoxalmente o exemplo de concorrência perfeita mais comum nos manuais de microeconomia é o mercado alimentário. Terceiro e último, o deslocamento vertical (de peso económico e poder decisório) traduz-se num transvasamento de rendas e de participação na procura final cara aos setores nom agrários do sistema, em detrimento dos produtores agrários. O indicador mais evidente desta realidade é o diferencial entre o preço do produto em origem (produto agrário) e o do produto final (produto alimentário).

Umha vez feita a diagnose do sistema agroalimentário convencional, nom é difícil entender o papel que estão chamados a desenvolver os circuitos curtos de comércio de alimentos. Defende-se que os agentes interessados em desenvolver este tipo de mecanismos som, por um lado, os produtores agrários e, por outro lado, os consumidores de alimentos. Cumpre destacar que ambos atores partilham características e objetivos comuns e que o processo de formação dos circuitos depende dos dous grupos.

O produtor que decida comercializar o seu produto através destes canais terá várias vantagens mas também algum inconveniente. Suprimindo os intermediários nom agrários consegue-se frear o deslocamento vertical na cadeia de valor, retendo assim o produtor umha parte maior do valor acrescentado gerado no processo produtivo e também umha maior participação da procura final. Evita-se desta maneira o transvasamento de rendas que se dá no sistema agroalimentário convencional cara as fases de transformação e distribuição. No sítio de ir às contas das grandes companhias nom agrárias, os lucros ficam no meio rural e som reinvestidos na economia produtiva local. Ao nom ter que satisfazer umha procura global e estandarizar a produção, o agricultor que empregue os circuitos curtos fica livre das barreiras contratuais impostas pola grande distribuição (quê tipo de alimento deve produzir, com que características, em quê datas e em quê quantidades) e recupera o poder de decisão. Decisions que, porém, sim devem ter em conta as preferências do consumidor, posto que continua a existir umha relação de mercado entre ambos agentes<sup>5</sup>.

Por outro lado, e ao nom existirem agentes nom agrários na cadeia alimentária, alguém deve assumir a função de transformador do produto (quando seja o caso) e a função de distribuidor ou comercializador. Este papel será desenvolvido polo próprio produtor nalgumas ocasiões, dependendo do tipo de circuito (mercados de produtores ou cestas a domicílio). Em outras ocasiões, esta função é assumida polos consumidores, de forma individual (venda direta em exploração) ou coletiva (cooperativas de consumo).

Ao analisar o papel dos consumidores nestes circuitos, é necessário destacar a atitude proativa dos mesmos. As próprias características do sistema agroalimentário funcionam como incentivo para que os consumidores

---

<sup>5</sup> Embora o consumidor dos circuitos curtos reúna umha série de características que o diferenciem nom apenas da grande distribuição, senom também da maioria de consumidores que ainda empregam os canais convencionais de comércio de alimentos.

busquem alternativas ao mesmo. Paralelamente à implementação em Europa do sistema agroalimentário atual, foi crescendo a desafeção e o malestar entre os consumidores motivados pela perda de qualidade dos produtos alimentários (vacas loucas, frango com dioxinas, aditivos cancerígenos, uso abusivo de hormonas, etc.), crescendo também a perda de confiança nesses alimentos. O consumidor já não conhece o produtor dos alimentos, que agora obtém através das grandes redes mercantis mundiais de forma estandarizada, desaparecendo também o sentimento de pertença cultural ou identidade. Dá-se uma insegurança material mas também uma insegurança sociocultural pela perda de património e conhecimento.

O consumidor é o grande ausente na literatura sobre o sistema agroalimentário, algo explicável ao ter em conta o seu papel passivo nos circuitos tradicionais. Mas também na análise dos canais alternativos existe um sesgo materialista (Goodman e DuPuis, 2002) que reduz a esfera do consumo ao fetichismo da mercadoria de Marx, centrando-se unicamente no âmbito da produção (Sevilla, 2012). Assume-se que os circuitos curtos procuram unicamente reter uma maior parte do valor acrescentado em mãos de labregos e gandeiros, desde um ponto de vista individualista.

Como critica Sevilla, seria neste contexto onde se encontra o consumidor, movido pela busca de qualidade no produto, confiança, cuidado ambiental ou sabores. O consumidor é assim um indivíduo que interage no mercado sob as suas motivações individuais, por complexas que estas forem. Em resumo, um agente passivo à hora de configurar esse mercado. Contra esta visão, Goodman e DuPuis advogam por uma focagem simétrica onde produtor e consumidor são, em ambos casos, agentes ativos dos circuitos curtos. Este marco implica, segundo aponta Sevilla, considerar as redes na sua totalidade e politizar também o âmbito do consumo, ainda quando este não esteja inserido em processos de ação coletiva.

Como resposta ao descontento alimentário mencionado, surgem os novos satisfatores de necessidades básicas (Max Neef, 1993), que vão desde o âmbito material ao ambiental, passando pelas necessidades expressivas e afetivas. Voltando a Sevilla, este autor considera que os consumidores se situam entre a integração nos marcos do mercado agroalimentário globalizado, a adaptação neste ante a falta de alternativas, o exercício de resistência ou a prática de alternativas. Surgem diversas estratégias expressadas em novos hábitos de consumo e, entre elas, as do consumo reflexivo e o consumo construtivo (Calle, Soler e Vara; 2009) como expressão alternativa, que são as relacionadas com os circuitos curtos. É assim como a alimentação passa de ser um simples satisfator de subsistência a ser um novo satisfator de necessidades como a participação social ou a identidade cultural. A diferença do consumidor dos circuitos convencionais, este consumidor dos circuitos curtos tem como motivação princípios éticos, critérios sociais, ambientais ou de saúde e, em base a eles, formula práticas de ação coletiva criando ou contribuindo a criar redes comerciais alternativas. É politicamente consciente.

Do mesmo modo que acontece com os produtores, os consumidores também recuperam com os circuitos curtos o poder de decisão perdido no sistema agroalimentário. Ao contrário do dogma neoliberal que estabelece o livre mercado como o maior garante da liberdade para todas as partes, no que vendedores e compradores interagem segundo as suas capacidades e as suas preferências subjetivas em base à informação disponível; a realidade revela como o sistema agroalimentário está muito longe de garantir a liberdade de escolha sobre a produção ou o consumo. Isto é devido, como se indicou, à posição oligopólica do elo da distribuição e aos seus incentivos por impor os seus padrões e condições a produtores e consumidores na procura constante do máximo lucro. Neste contexto, os circuitos curtos permitem-lhe ao consumidor recuperar a capacidade de decisão perdida. Embora condicionado por certos fatores como a temporada agrícola (no caso da produção ecológica) ou o tipo de cultivos próprios da sua região biológica, o consumidor liberta-se do corsé da estandarização. Tem acesso aos produtos próprios da sua terra (e ao satisfator da identidade cultural), produzidos por agricultores aos que conhece e sob um método produtivo que também conhece.

Dito isto, não se poderia fechar este apartado teórico sem referenciar brevemente a dialética existente entre ambos extremos da cadeia alimentária. Apesar de que produtores e consumidores partilhem objetivos comuns sobre a recuperação do poder de decisão ou a busca de critérios sociais para a atribuição dos recursos; existem certos interesses que podem chegar a ser divergentes ou mesmo contrapostos entre um agente e outro. Sevilla (2012) refere-se entre estas “dialéticas organizativas” a aqueles inconvenientes que surgem à hora de assumir as funções tradicionais da distribuição, a problemática do mecanismo de atribuição de recursos ou aos mecanismos de certificação de qualidade, entre outras. Assim, assumir as funções de distribuição conleva para os agricultores um tempo de trabalho adicional e a realização de novas tarefas diferentes da produção agrícola. Pelo seu lado, o consumidor tem que fazer frente a compromissos horários ou tarefas periódicas segundo o tipo de circuito, o que faz mais difícil abastecer-se do que no comércio tradicional. Este é o motivo pelo que surgem formas alternativas à venda direta, que ainda sendo circuitos curtos segundo algumas definições, têm que incluir algum intermediário no processo para superar esta nova carga de trabalho. O produto ganha assim um maior valor acrescentado, encarecendo-se o produto final e estando também esse valor repartido entre mais elos da cadeia.

Relacionada com a distribuição, também está a decisão sobre a gama de produtos a comercializar. É habitual que estes canais comecem com o comércio em exclusiva dos produtos próprios dum agricultor determinado. Mas a procura está centrada muitas vezes em critérios de diversidade na oferta, querendo ter acesso a muitos diferentes tipos de produtos através do mesmo canal e aforrar assim tempo e esforço. Isto colide com as possibilidades dos produtores locais, marcadas pela estacionalidade e as restrições do

agrossistema, além dos próprios limites da exploração. Para solucionar esta situação, muitos produtores começam a distribuir produtos de terceiros além dos próprios. Assim, dá-se-lhe resposta à procura local e criam-se sinérgias entre produtores que permitem estar em melhor posição de mercado graças à cooperação, logrando também certo grau de especialização nas tarefas de comercialização.

A segunda das problemáticas mencionadas é a relativa à asignação de recursos. Pode-se seguir simplesmente o sistema de preços de mercado criado através da interação de oferta e procura, mas autores como Sevilla posicionam-se em contra com o argumento de que os circuitos curtos nascem precisamente para evitar esta dinâmica própria do sistema agroalimentário, polo que defendem métodos nom convencionais e baseados em critérios sociais.

Por último, cumpre fazer umha referência à certificação de qualidade, intimamente ligada à geração de confiança. Este é um aspeto fundamental para qualquer mercado e nomeadamente para o alimentício, sendo a perda de confiança no sistema agroalimentário um dos principais incentivos para a criação de circuitos curtos. Existem mecanismos convencionais como as marcas ou as denominações de origem, mas nos circuitos curtos cobra um lugar central o contato direto entre produtor e consumidor, podendo chegar mesmo a fazer prescindível a mediação de terceiros.

### **3. A situação atual dos circuitos curtos de comércio de alimentos: contexto europeu, espanhol e galego**

Os circuitos curtos de comércio de alimentos temem distinto peso nos diferentes países europeus e nas diferentes regions ou localidades de cada um, ao ser um fenómeno com um carácter territorial muito limitado. As fontes estatísticas, porém, oferecem dados apenas a nível estatal e autonómico no contexto espanhol. Para analisar a situação dos circuitos curtos no contexto galego, cumpre primeiro realizar um breve achegamento ao marco legal que regula este tipo de comércio. É necessário também contemplar a importância destes circuitos no marco europeu e espanhol, pois estas realidades oferecem um contexto válido para comparar o caso galego e extrair conclusons.

#### **3.1 Regulação vigente para os circuitos curtos**

Sem vontade de ser exaustivos, um breve achegamento ao marco legal existente para os circuitos curtos de comércio de alimentos fornece-nos já alguns dados sobre a sua importância em diferentes contextos. No nível europeu existe umha regulamentação que nasceu nom para impulsar estes canais, senom para dar suporte

legal a umha prática que já se vinha dando com anterioridade na sociedade. No entanto, a nível espanhol e galego nom existe nengum tipo de normativa específica para este tipo de circuitos, salvando umha recentíssima exceçom<sup>6</sup>. Esta ausência responde a dous motivos. Por um lado, como se verá, os circuitos curtos tenhem ainda um escasso desenvolvimento excetuando zonas muito concretas, polo que trabalhar na normativizaçom deste tema nom é umha prioridade para os legislativos competentes. Por outro lado, o facto de nom antecipar-se elaborando umha normativa ou fomentando estes circuitos ativamente é reflexo do escasso interesse que as administraçoms tenhem no seu desenvolvimento.

No âmbito europeu, a legislaçom sobre circuitos curtos está fragmentada em diferentes diretivas e regulamentos que partem na maioria dos casos do Parlamento Europeu e do Conselho Europeu, existindo também um ditame (sem caráter normativo) do Comité das Regions. A razom de que nom exista nengumha normativa integrada é que estes regulamentos nom afetam apenas os circuitos curtos, mas a produçom e o comércio de alimentos em sentido amplo. Sem realizar um repasso exaustivo, cumpre destacar que nas normativas recolhidas no Quadro 1 existem exceçoms aplicadas aos circuitos curtos com o objetivo de limitar as cargas burocráticas para os seus agentes. É o caso da Diretiva 97/7/CE (sobre proteçom dos consumidores em matéria de contratos a distância) e dos regulamentos nº 852/2004, 853/2004 e 854/2004 do Parlamento e do Conselho (sobre higiene dos produtos alimentícios).

Quadro 1: Marco normativo para os circuitos curtos de comércio de alimentos a nível europeu

| Documento normativo  | Âmbito de atuaçom   |
|--|---|
| Ditame 2011/C 104/01 do Comité das Regions   | Sistemas de alimentos locais                                  |
| Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 1997                 | Proteçom dos consumidores em matéria de contratos a distância |
| Regulamento (CE) Nº 1169/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de outubro de 2011 | Informaçom facilitada ao consumidor                           |
| Regulamento (CE) Nº 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho de 28 de janeiro de 2002  | Segurança alimentária   |
| Regulamento (CE) Nº 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de abril de 2004    | Higiene de produtos alimentícios                              |
| Regulamento (CE) Nº 853/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de abril de 2004    | Higiene de produtos alimentícios (origem animal)              |
| Regulamento (CE) Nº 854/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 29 de abril de 2004    | Higiene de produtos alimentícios (controlo)                   |

Fonte: Elaboraçom própria a partir do MAGRAMA

<sup>6</sup> A do Decreto 125/2014 da Junta de Galiza, que regula a venda direta de produtos primários. O decreto contempla a criaçom de um registro, estabelece umhas quantidades máximas anuais para certos produtos e indica o procedimento de etiquetagem no ponto de venda. É demasiado cedo para valorar os efeitos reais deste decreto (no momento de redigir estas linhas, o Sindicato Labrego Galego ainda estava a trabalhar nas alegaçoms pertinentes).

Cada Estado membro da União Europeia tem potestade para realizar a sua adaptação da normativa comunitária, mas no caso espanhol esta competência não está desenvolvida. Apenas contam com legislação sobre circuitos curtos comunidades autónomas como Andaluzia, Catalunha, ou a Comunidade Foral de Navarra.

### **3.2 A relevância quantitativa dos circuitos curtos de comércio de alimentos nos contextos europeu, espanhol e galego**

O interesse académico pelos circuitos curtos de comércio de alimentos aumentou nos últimos anos de forma paralela ao próprio crescimento real que este tipo de canais viveram em Europa. Mas, à hora de fazer uma análise de conjunto, existe o problema de que a grande parte dos trabalhos existentes são estudos de carácter qualitativo e de casos concretos, enquanto são poucos os trabalhos a grande escala de tipo quantitativo e/ou comparativo. O motivo, possivelmente, é a falta de fontes estatísticas e bases de dados relativas à matéria. Existem vários estudos (Langreo, 2002; MAGRAMA, 2013a; Observatorio de consumo alimentario) que classificam os distintos tipos de comércio de alimentos com dados quantitativos a nível macro, mas sem especificar a realidade dos circuitos curtos.

Para analisar os circuitos curtos nos contextos espanhol e galego apenas contamos com a informação estatística fornecida pelo INE e, mais concretamente, pelo Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícolas e o Censo Agrário. No contexto europeu, o Eurostat não recolhe informação específica sobre circuitos curtos, apesar de oferecer amplas bases de dados relativas ao setor agrário. Embora não haja dados para o conjunto da UE, os organismos estatísticos de alguns estados membros sim que oferecem informação relativa aos seus contextos correspondentes. Um breve repasso da situação nalguns destes países permite, logo, analisar a realidade galega com certa perspetiva comparativa.

Assim, por exemplo, observa-se que a Itália é um dos países onde se deu um notável crescimento dos circuitos curtos de comércio de alimentos (MAGRAMA 2013a)<sup>7</sup>. Em 2007, um total de 57.530 explorações participaram da venda direta nalguma medida, uma cifra que representa o 3,43% do total italiano. Apesar de ser uma percentagem pequena, constatou-se um aumento do 18% com respeito a 2005 ou do 48% com respeito a 2001.

---

<sup>7</sup> Os dados para outros países europeus apresentados neste informe do MAGRAMA têm como fontes as diferentes agências estatísticas de cada estado ou os seus respetivos ministérios de agricultura.

No caso da França, os circuitos curtos contam com umha longa tradição às suas costas. Em 2010, um 21% das explorações galas utilizavam canais curtos como principal via de comercialização dos seus produtos e quatro de cada dez explorações que os empregam destina a esta via o 75% do seu produto. O total de explorações que empregam este método é de 107.000. Cumpre destacar no caso francês o pequeno tamanho das explorações dedicadas aos circuitos curtos: três de cada quatro agricultores que empregam estes canais cultivam menos de 20 ha, do que se deduz que nom é necessário umha grande exploração para que o produtor poda assumir as funções de distribuição.

A Alemanha, pola sua parte, constatou um forte ascenso dos circuitos curtos nos últimos anos. Em 2012 a cifra de explorações que nom empregavam nengum intermediário para a comercialização estava entre 30.000 e 40.000, ou o que é o mesmo, entre um 6 e um 8% do total. Dentro das explorações que empregam circuitos curtos, 14.000 dedicam-se à venda direta na própria exploração e, dentro deste grupo, 10.000 produzem de maneira ecológica.

Por último, no caso da Áustria, 46.000 explorações dedicam-se nalgumha medida ao comércio direto da sua produção, o que representa um terço do total do país. Porém, esta via de comercialização apenas supom mais dum 20% do total de ingressos para um terço das explorações que realizam venda direta.

Destes dados pode-se tirar a conclusom de que os circuitos curtos, embora estar longe de ser hegemónicos, sim constituem redes comerciais estáveis e em ampliação nalguns casos. Além disso, mais da metade (54%) dos cidadãos europeus manifestam estar “totalmente de acordo” em que existem beneficios na compra de alimentos locais, e um 53% afirma que seria útil um sistema de etiquetagem de produtos locais com o propósito de ajudar o consumidor a identificá-los (Eurobarometer, 2011)<sup>8</sup>. Este interesse mostrado por parte da sociedade indica que pode existir umha procura potencial de alimentos locais muito ampla e ainda sem satisfazer, procura potencial que poderia tornar em procura efetiva se os agentes interessados encontrarem o modo de expandir estes canais.

A situação destes países para os circuitos curtos, como se verá a continuação, dista em grande medida com as realidades espanhola e galega, pois estes canais estão muito menos desenvolvidos. No Estado espanhol, como acontece em outros estados europeus, existem dados sobre venda direta de alimentos elaborados polo INE, dentro do Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícolas; mas a única questão que quantificam relativa ao nosso objeto de estudo é a quantidade de explorações que destinam mais do 50% da produção à venda direta. Também, dentro do apartado sobre desenvolvimento rural, existe um epígrafe sobre as explorações que realizam umha transformação dos produtos agrícolas (enchido, queijo, vinho, etc.). Este

---

<sup>8</sup> Este inquérito empregou umha mostra representativa de 26.713 sujeitos.

segundo grupo de dados unicamente faz referência às explorações que assumem a função de transformação, ficando para si com a parte do valor acrescentado correspondente; o que não quer dizer que necessariamente comercializem estes produtos elaborados através de circuitos curtos.

Assim, no ano 2007 (últimos dados disponíveis), havia contabilizadas 1.448 explorações em todo o estado que obtinham mais de 50% dos seus ingressos através da venda direta de alimentos. Segundo o Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícolas, nesse mesmo ano existiam 1.036.210 explorações em todo o território: só em 0,14% do total tinha relevância a venda direta de alimentos. Esta situação de subdesenvolvimento dos circuitos curtos torna ainda mais preocupante ao observar os dados relativos a 2005, o ano imediatamente anterior na série histórica e primeiro no qual se recolhe este dado na estatística. Nessa altura, havia em todo o Estado espanhol 2.538 explorações que obtinham da venda direta mais de 50% dos ingressos, sendo o total de explorações de 1.069.748. Assim, apenas 0,24% das explorações obtinham ingressos significativos através destes canais. A variação entre as percentagens dos dois anos (2005 e 2007) é de aproximadamente um 41% em termos negativos. Apesar de que só se conta com dados de dois anos para avaliar a evolução temporal dos circuitos curtos no Estado espanhol, o resultado é que a percentagem de explorações nos quais estes têm relevância diminuiu 0,0975 pontos, menos uma décima, mas que supõe uma redução de quase a metade num espaço temporal muito breve.

Quadro 2: Explorações que realizam venda direta ao consumidor no Estado espanhol.

| Ano  | Número de explorações que destinam mais de 50% da produção a venda direta ao consumidor | Número de explorações com terras registradas no Estado espanhol | Explorações que destinam mais de 50% da produção a vendas diretas ao consumidor sobre o total (%) | Taxa de variação da percentagem sobre o total com respeito ao ano prévio na série (%) |
|------|---|---|---|---|
| 2007 | 1.448   | 1.036.210   | 0,1397  | -41,1   |
| 2005 | 2.538   | 1.069.748   | 0,2372  |   |

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

Por outro lado, o Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícolas oferece dados sobre a quantidade de explorações que assumem atividades de transformação de produtos agrícolas, sempre que dita atividade esteja encaminhada para a obtenção de ingressos. Assim, em 2009 (último dado disponível) existiam 5.117 explorações no Estado espanhol assumindo estas funções, um 0,51% do total de explorações. Em 2007, a cifra era de 13.048 explorações (1,26% do total desse ano), em 2005, de 15.014 (1,40% do total) e, em 2003, de 11.106 (0,98% do total).

Quadro 3: Explorações que realizam transformação dos seus produtos com finalidade lucrativa no Estado espanhol.

| Ano  | Número de explorações que realizam transformação dos produtos agrícolas com finalidade lucrativa | Número de explorações com terras registradas no Estado espanhol | Porcentagem de explorações que realizam transformação dos produtos agrícolas com finalidade lucrativa sobre o total (%) |
|------|--|---|---|
| 2009 | 5.117  | 989.796   | 0,5179  |
| 2007 | 13.048   | 1.036.210   | 1,2592  |
| 2005 | 15.014   | 1.069.748   | 1,4035  |
| 2003 | 11.106   | 1.127.969   | 0,9846  |

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

Observe-se que nesta série estatística 2003-2009 existe um pico em 2005 tanto em termos absolutos como relativos para o número de explorações que assumem funções de transformação, quando a partir de 2007 se constata o início dum descenso que se acentua gravemente em 2009. Neste último ano, ficam apenas um terço das explorações que realizavam este tipo de atividades em 2005. Em termos percentuais com respeito ao total de explorações de cada ano dá-se umha caída similar, de 1,40% em 2005 ao 0,51% em 2009, isto é, umha variação negativa de 63% entre as duas percentagens.

Se a comparação entre as cifras espanholas e as dos países europeus citados evidencia a escassa implementação dos circuitos curtos no estado com respeito aos países do seu entorno; as cifras oficiais para Galiza deixam ver um panorama no que estes canais ocupam umha posição ainda mais residual. Segundo os dados do INE de 2007 (últimos disponíveis), apenas 46 explorações obtinham nesse ano mais de 50% dos seus ingressos através da venda direta. Em termos relativos, esta cifra supom um 0,05% das 88.012 registradas na Galiza nesse ano ou, com outras palavras, umha exploração de cada 2.000.

Atendendo os dados 2005, o ano imediatamente anterior na série temporal do inquérito, constata-se que houve umha caída no número de explorações dedicadas principalmente à venda direta. Em 2005 a cifra era de 62, um 0,067% sobre o total desse momento (91.813 explorações). A baixada, de 16 explorações e aproximadamente umha centésima percentual, é muito significativa ao falar de quantidades tam pequenas<sup>9</sup>. A variação entre ambas percentagens foi de cerca dum 22% negativo. É um descenso inferior ao vivido no Estado espanhol, mas os circuitos curtos estavam menos desenvolvidos na Galiza já no primeiro ano da série histórica e nessa posição é que se mantêm após o descenso geral de 2007.

<sup>9</sup> Cumpre ter em conta, isso sim, que ao proceder estes dados de um inquérito sobre umha amostra de explorações, cifras tam pequenas podem ver-se afectadas polos erros de mostragem.

Quadro 4: Explorações que realizam venda direta ao consumidor na Galiza.

| Ano  | Número de explorações que destinam mais de 50% da produção a venda direta ao consumidor | Número de explorações com terras registradas na Galiza | Explorações que destinam mais de 50% da produção a vendas diretas ao consumidor sobre o total (%) | Taxa de variação da percentagem sobre o total com respeito ao ano prévio na série (%) |
|------|---|--|---|---|
| 2007 | 46  | 88.012   | 0,0522  | -22,6   |
| 2005 | 62  | 91.813   | 0,0675  |   |

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

Por outra parte, o Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícola também recolhe os dados sobre explorações que realizam atividades de transformação de alimentos com finalidade lucrativa na Galiza. Tomando as mesmas precauções que no caso espanhol (o facto de assumir a transformação nom quer dizer que necessariamente opere um circuito curto), desta estatística desprende-se informação relevante na medida em que, ao assumir mais elos da cadeia de valor, estes produtores retêm uma maior proporção de valor acrescentado.

Como se observa no Quadro 5, durante os anos 2005 e 2007 mais dum 3% das explorações galegas desenvolviam este tipo de atividades, superando com muito o 1,5% de 2003. Quase 3.000 explorações, em termos absolutos, elaboravam por si próprias os queijos, vinhos e enchidos a partir da sua produção. Porém, os dados para 2009<sup>10</sup> devolvem a uma realidade pior do que em 2003 no relativo à transformação nas explorações: apenas 916 produtores realizavam este tipo de atividades na data mais recente, um 1,14% do total. A variação, com respeito a 2003, é de cerca de 27% em termos negativos; mas a variação com respeito ao ano imediatamente anterior na série histórica, 2007, é de até 64% em termos negativos. Se nos fiarmos destes dados, mais da metade de explorações que realizavam transformação destinada ao lucro abandonaram esta atividade num breve prazo de dois anos.

<sup>10</sup> Som os dados mais recentes. Neste caso, nom estão tomados do Inquérito sobre a Estrutura das Explorações Agrícolas, mas do Censo Agrário de 2009, sendo homologáveis as duas estatísticas para este caso.

Quadro 5: Explorações que realizam transformação dos seus produtos com finalidade lucrativa na Galiza.

| Ano  | Número de explorações que realizam transformação dos produtos agrícolas com finalidade lucrativa | Número de explorações com terras registradas na Galiza | Percentagem de explorações que realizam transformação dos produtos agrícolas com finalidade lucrativa sobre o total (%) |
|------|--|--|---|
| 2009 | 916  | 79.909   | 1,1463  |
| 2007 | 2.806  | 88.012   | 3,1882  |
| 2005 | 2.859  | 91.813   | 3,1139  |
| 2003 | 1.597  | 101.764  | 1,5693  |

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

Cumpre ter em conta que estes dados estatísticos só refletem a realidade galega em certa medida. Por um lado, nom tenham em conta aquelas explorações que realizam venda direta por valor de menos da metade dos seus ingressos totais. Por outro lado, estas práticas muitas vezes nom ficam recolhidas nestes inquéritos já que se fai de maneira clandestina ou alegal e sem declarar nas estatísticas correspondentes. Entre os motivos que podem obrigar os agricultores a operar desta maneira destaca a impossibilidade de assumir certas tarefas burocráticas derivadas da declaração desta atividade ou as dificuldades económicas polas que passam os titulares das explorações.

Devido à fraqueza das fontes estatísticas, ficam numerosas interrogantes sobre os circuitos curtos na Galiza (e no Estado espanhol). A primeira ausência destacada é a de dados sobre o tipo de alimentos comercializados nos circuitos curtos (carne, hortaliças, fruta, cogumelos, etc.). A informação existente centra-se unicamente no consumo de alimentos referido à dieta, sem distinguir entre os tipos de canais comerciais polos que chegam ao consumidor (MAGRAMA, 2013b). A segunda interrogante é a respeito dos tipos de circuitos curtos existentes no país, pois também nom existem fontes estatísticas sobre o tema. Porém, através das fontes implicadas no desenvolvimento dalguns circuitos, existe constância de vários circuitos que permitem fazer umha aproximação neste aspeto. Assim, os tipos de circuito que mais implantaçom teriam na Galiza seriam os grupos de consumo, os envios a domicílio, a venda direta na exploraçom e os mercados de produtores.

Antes de entrar na análise de dous destes circuitos curtos existentes na Galiza, pode-se avançar a parte mais óbvia da conclusom para fechar este epígrafe: Os circuitos curtos de comércio de alimentos contam com umha implantaçom muito menor na Galiza do que nos países da sua contorna, mesmo apesar de que nestes casos também distem muito de ocupar umha posiçom de hegemonia nos seus mercados.

#### 4. Dous casos práticos em análise: o Mercado Labrego dos Tilos e as cestas a domicílio do SLG

O sistema de cestas de alimentos a domicílio e os mercados de produtores som os modelos de circuito curto de comércio de alimentos existentes na Galiza que mais tenham avanzado nos últimos anos e que apresentam umha forma nova de relação direta entre produtores e consumidores. Para evitar confusões, cumpre advertir que a distribuição minorista de produto local nom é umha forma de comercialização que leve implícita a existência dum circuito curto, na medida em que nem sempre se pode garantir a horizontalidade entre os agentes participantes (polo que fica fora da definição empregada neste trabalho) e, por outra parte, a existência num mercado de um ou vários produtores que realizem venda direta nom converte este mercado num espaço criado *ad hoc* para este tipo de comércio.

O primeiro caso analisado é o do sistema de venda de cestas a domicílio do Sindicato Labrego Galego. É, possivelmente, o projeto com maior implantação a nível nacional. E aqui é importante o advérbio possivelmente, pois nom se pode assegurá-lo com total certeza ao nom existir informes de conjunto nem nengum tipo de contabilidade<sup>11</sup>. Esta iniciativa é ainda cativa e nom existe nengum tipo de rede que ligue os diferentes produtores implicados ou que aproveite as possíveis economias de escala que se poderiam obter dumha cooperação mais intensa.

O sistema consta de dous agentes, o produtor e o consumidor. O primeiro vende-lhe o seu próprio produto ao segundo, eliminando qualquer tipo de intermediário. Há duas formas principais de fazê-lo, segundo a parte que assuma as funções de distribuição: o produtor pode encarregar-se da logística precisa para que o produto chegue à casa do consumidor ou o consumidor (ou consumidores) se encarrega de deslocar-se até um local acordado para obter o produto. Neste caso concreto a primeira fórmula é a habitual. A pessoa física encarregada deste trabalho é ou bem o titular da exploração ou bem um trabalhador da mesma, no caso de explorações de certa embergadura. Nom existe nengum intermediário externo subcontratado que se encarregue deste labor.

Os pedidos podem fazer-se de maneira pontual ou periódica. O mais habitual é que se fagam com periodicidade semanal, contando o consumidor com dous dias na semana para realizar o pedido e podendo passar dous dias até que é recebido no domicílio. Um dos aspetos mais interessantes deste sistema de cestas é o método para decidir os produtos que som objeto de intercâmbio. O alimento de proximidade está condicionado pola temporada agrária e pola biodiversidade própria da Galiza, sendo a gama de produtos

---

<sup>11</sup> Fruto desta falta de documentação, a informação para a análise dos dous casos práticos obtivose-se exclusivamente através do envio de questionários aos agentes promotores dos circuitos.

muito menor do que numha grande superfície que importe alimentos doutras regions e/ou que venda alimentos elaborados com métodos artificiais. Assim, este método de decisom consta de dous passos. No primeiro, o produtor informa ao consumidor sobre a variedade de alimentos disponíveis nesse momento e dos preços. No segundo, o consumidor realiza umha escolha dentro da gama disponível, indicando também as quantidades. Apesar de nom existir um registro, as fontes consultadas asseguram que os produtos mais comercializados através deste sistema som as frutas e as hortaliças frescas. No caso de pedidos pontuais, o mais demandado som produtos elaborados.

Umha das peculiaridades deste sistema com respeito a outros modelos de circuito curto é a inexistência dum espaço físico fixo onde realizar o intercâmbio ou onde entrar em contato produtor e consumidor. Neste sentido, a Internet tem-se revelado como umha ferramenta muito útil para favorecer esta ligação<sup>12</sup>. Porém, cumpre nom minusvalorar as formas de comunicação tradicionais, destacadamente pola importância que temem no primeiro contato do consumidor com este circuito. Além disso, a comunicação interpessoal direta outorga um grau de confiança fundamental neste tipo de comércio.

O segundo caso prático analisado é o Mercado Labrego dos Tilos (conelho de Teio), que segue o esquema de mercado de produtores. O seu nascimento data de 9 de junho de 2012, contando com o apoio do governo local e do SLG. Som os próprios produtores os que gerem os seus postos de venda num espaço habilitado, assumindo a função de distribuidores dos seus produtos. Num primeiro momento, o mercado contava com mais produtores do que na atualidade. O mercado ainda nom estava assente, e alguns agricultores abandonaro-no ao ver que as suas vendas nom se ajustavam às espetativas que tinham. Hoje em dia há um número estável de entre 13 e 16 explorações que acodem regularmente a este mercado, enquanto a procura é ainda variável apesar de contar já com um nicho de consumidores muito fiel. O tipo de alimentos que mais se intercâmbiam som, como no caso das cestas, as hortaliças e as frutas frescas (apesar de que também nom existe nengum registro formal de vendas).

Os produtores participantes deste mercado dedicam-se em exclusiva à venda em circuitos curtos, já seja em outros mercados similares ou através da venda de cestas a domicílio; posto que compatibilizar estes sistemas com a venda a distribuidoras tem o problema de que estas segundas imponhem umhas condições contratuais dificilmente compagináveis (só poderiam cultivar umha variedade muito reduzida de produtos).

É de destacar o modelo organizativo que rege no Mercado Labrego dos Tilos. Umha assembleia com representação de cada posto de venda é o máximo órgão de decisom sobre qualquer questom que tenha a

---

<sup>12</sup> O SLG dispom dum sítio web específico dedicado à venda a domicílio, na que pom a disposição do público toda a informação necessária sobre cada exploração implicada (tipo de alimentos, localização, dados de contato, etc.): [www.alimentolabrego.org](http://www.alimentolabrego.org).

ver com o funcionamento do mercado. Desta assembleia emana umha comissão gestora com representação de sete dos postos, do SLG e do Concelho de Teio; encarregada das tarefas de tipo técnico.

Infelizmente, nom existe nengum registro sistematizado nem da quantidade nem do tipo de alimentos comercializados em nengum dos casos. O SLG, como organização, limita-se a promover estas práticas entre a sua filiação; mas som os próprios produtores os que levam a cabo e gerem cada circuito. Assim, nem é umha prioridade nem muitas vezes é viável elaborar este tipo de registros. Relacionado com isto, também nom é possível determinar o peso que tem dentro do total de ingressos de cada exploração o comércio de cestas a domicílio ou a venda no mercado de produtores, nem quantas explorações há atualmente desenvolvendo esta via de comercialização no caso das cestas. Outro dado que seria interessante obter numha futura investigação é a diferença que existe entre o preço dum produto vendido em circuitos curtos e do mesmo produto vendido a umha distribuidora. Seja como for, o facto de o SLG nom contar com informação ao respeito é um indicativo da dificuldade que conleva assumir funções distintas à produção por parte dos agricultores.

O principal inconveniente destes modelos é o tempo de trabalho extra que tem que suportar o agente encarregado de assumir as funções de distribuição, que é o produtor na maioria dos casos. Polo lado do consumidor, os inconvenientes principais som ter que planificar a compra com antelação (nos dous casos) e que o tempo empregado seja maior do que o que se empregaria na compra numha grande superfície (caso do mercado de produtores). Entre os fatores que podem estar a limitar atualmente a potencialidade destes modelos está, por umha parte, o difícil acesso aos canais de difusão tradicionais para dar a conhecer as iniciativas entre a procura potencial. Mas o problema principal a curto prazo reside antes na falta de oferta do que na falta de procura. Os produtores que vendem a distribuidoras apenas produzem três ou quatro alimentos diferentes, aproximadamente, segundo os interesses dos intermediários, polo que é difícil complementar a produção para o mercado convencional com a produção para os circuitos curtos, que sim reclamam umha gama mais ampla de produtos. Esta incomplementariedade funciona como barreira de entrada, já que um agricultor que quiser comerciar em circuitos curtos veria-se obrigado a abandonar a produção para o mercado convencional sem nengum período transitório no que pudesse ir testando a nova procura destes circuitos. É, pois, um câmbio de modelo com um nível de risco muito elevado para os agricultores.

## **5. Conclusons**

O sistema agroalimentário convencional está caracterizado na atualidade por umha forte concentração vertical, onde os intermediários comerciais (a grande distribuição) ostenta umha posição de oligopólio. Esta

situação dá em que os dois extremos da cadeia alimentária, os produtores e os consumidores, perdam poder de decisão sobre os métodos de produção e o tipo de alimentos que produzem e consomem, respetivamente. Ligado a isto, ao estar o comprador do seu produto em posição de oligopólio, o pequeno ou mediano produtor tem menor capacidade de negociação sobre o preço, retendo para si uma menor proporção do valor acrescentado final do produto. Por outra parte, o fenómeno da insegurança alimentária provoca uma reticência do consumidor cara os alimentos produzidos no sistema agroalimentário.

Os circuitos curtos de comércio de alimentos nascem impulsados por produtores e consumidores visando ser uma alternativa prática aos problemas apresentados pelo sistema agroalimentário para ambos agentes. Em resumo, tratam de prescindir dos intermediários comerciais nos agrícolas e estabelecer uma relação horizontal entre produtores e consumidores, mantendo o poder de decisão sobre os produtos e retendo o valor acrescentado gerado no processo. Este lucro fica na economia local, em forma de consumo ou investimento, no canto de desviar-se cara os mercados financeiros onde operam as corporações que controlam o elo da distribuição.

Os circuitos curtos contam com distintos níveis de implantação nos diferentes contextos políticos e geográficos. Na França, por exemplo, este tipo de comércio é a principal via de ingressos de 21% das explorações. Na Áustria, um terço dos produtores opera em circuitos curtos; enquanto em Alemanha o comércio de proximidade representa entre 6% e 8% dos agricultores. Países onde estão menos desenvolvidos, como em Itália (menos de 4% das explorações), os circuitos curtos registraram um rápido desenvolvimento nos anos recentes. A situação na Galiza dista muito da dos países do seu entorno. Os últimos dados estatísticos, de 2007, indicam que apenas um 0,05% das explorações estavam centradas na venda direta; cifra que ademais significou um descenso com respeito a anos anteriores. A situação é similar a nível estatal.

A quase ausência de informação quantitativa nas estatísticas para o caso galego contrasta com as profundas recolhidas de dados realizadas pelos organismos oficiais doutros países europeus. Além dumha barreira para realizar um estudo pormenorizado, esta falta de dados também é um sintoma do escasso desenvolvimento real que vivem os circuitos curtos em cada âmbito: as pequenas experiências galegas e espanholas não deram pé a que nem o INE nem o MAGRAMA lhe dedicassem especial atenção ao fenómeno, e o mesmo acontece com o Instituto Galego de Estatística ou a Conselharia do Meio Rural.

As consequências desta situação som, por uma parte, a dependência dos produtores galegos das grandes companhias distribuidoras que imponhem as suas condições em todos os níveis e, por outra parte, as dificuldades que encontram os consumidores para aceder a alimentos de proximidade. Empiora a qualidade de vida tanto dos produtores de alimentos como dos consumidores dos mesmos.

Além das estatísticas, os casos práticos analisados oferecem umha visom dos freios que podem encontrar este tipo de experiências, relacionados principalmente com a falta de capacidade dos agricultores para realizar funções distintas à produção. Um estudo comparativo que incluisse algum dos países europeus onde os circuitos curtos tenham sucesso poderia chegar algumas soluções, mas podemos avançar que umha possível inovação poderia vir da criação de sinérgias cooperativas que permitissem, por exemplo, a contratação de pessoal especializado em tarefas de distribuição, aproveitando as economias de escala e mantendo o controlo dos agricultores sobre o processo. Em qualquer caso, o maior êxito tanto da venda de cestas a domicílio do SLG como do Mercado Labrego dos Tilos é o labor pedagógico que exercem tanto em produtores como em consumidores, demonstrando que é possível criar alternativas práticas ao sistema agroalimentário convencional.

## 6. Bibliografia

- Caldentey, P. (1998): *Nueva Economía Agroalimentaria*. Madrid: Editorial Agrícola Española.
- Calle, A.; Soler, M. e Vara, I. (2009): “La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales”, *Actas del I Congreso Español de Sociología de la Alimentación*. Universidad de Oviedo. Gijón. Disponível em web: <<http://www.sociologiadelaalimentacion.es/site/>>.
- Di Masso Tarditti, M. (2009): “Lecturas de poder en el ámbito agroalimentario: tendencias dominantes y construcción de alternativas desde los productores y consumidores”, *I Congreso Español de Sociología de la Alimentación*. Gijón.
- Doldán García, X.R. (2013): “Pico do petróleo, crescimento económico e capitalismo”, *O Golpe*, nº 2, *Economía e crise*.
- Evans, N. (2001): “Reflexiones en torno al modelo productivista de la agricultura y la ganadería”, en Garcia Pascual, F. [Coord.]: *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbre y potencialidades*, pp. 45-64. Madrid: MAPA.
- Eurobarometer, E.C. (2011): Special Eurobarometer 368 – The Common Agricultural Policy.
- Davis, J. H., e Goldberg, R. A. (1957). A concept of agribusiness. Division of research. Graduate School of Business Administration. *Harvard University, Boston, EUA*.
- Gómez Mendoza, J. (2001): “Las “nuevas” funciones socioeconómicas y medioambientales de los espacios rurales”, en Garcia Pascual, F. [Coord.]: *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbre y potencialidades*, pp. 111-148. Madrid: MAPA.

- Goodman, D. e Dupuis, E.M. (2002): “Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture”, *Sociologia Ruralis*, nº42 (1), pp. 6-23.
- Instituto Nacional de Estadística: *Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas, 2003-2007*. Madrid; INE.
- Instituto Nacional de Estadística (2009): *Censo Agrario*. Madrid: INE.
- Langreo Navarro, A. (2002): “Nuevas formas de distribución de alimentos”, en Colección Mediterráneo Económico, nº2, “La agricultura mediterránea en el siglo XXI”, pp. 103-123.
- López García, D. (2011): “Los circuitos cortos de comercialización como elemento articulador del territorio”, *I Congreso Estatal de Agricultura Ecológica Urbana y Periurbana*. Elx.
- MAGRAMA (2013a): *Canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MAGRAMA (2013b): “Consumo alimentario en España”. [ref. De 15 de julho 2013]. Disponível em web: <[http://www.magrama.gob.es/gl/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/a%C3%B1o\\_movil\\_jul08\\_jun09\\_tcm10-7862.pdf](http://www.magrama.gob.es/gl/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/a%C3%B1o_movil_jul08_jun09_tcm10-7862.pdf)>.
- Malassis, L. (1973): *Économie agroalimentaire*. París: Cujas.
- Marsden, T.; Banks, J. e Bristow, G. (2000): “Food supply chain approaches: exploring their role in rural development”, *Sociologia Ruralis*, vol. 40, nº4, pp. 424-238.
- Mauleón, J.R. (2007): “Sistemas Alimentarios en España. Elementos clave de su estructura y dinamismo”. *IX Congreso Español de Sociología*. Barcelona.
- Max Neef, M. (1993): *Desarrollo a escala humana*. Barcelona: Ed. Nordan-Comunidad.
- Mollá Descals, A.; Sánchez Pérez, M. (2000): “Análisis de los cambios en los canales de comercialización de productos agroalimentarios”, *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, núm. 186, pp. 39-73.
- Renting, H.; Marsden, T. e Banks, J. (2003): “Understanding alternative food networks: exploring the role of short supply chains in rural development”, *Environment and Planning A*, vol. 35, pp. 93-411.
- Sanz Cañada, J. (1997): “El Sistema Agroalimentario Español”, em Gómez Benito, C. e González Rodríguez, J.J. [Eds.]: *Agricultura y sociedad en la España contemporánea*. Madrid: CIS-MAPA.
- Sevilla Guzmán, E. et al. (2012): *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Córdoba: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba.

Simón Fernández, X.; Copena Rodríguez, D.; Soler Montiel, M.: “Análisis del coste ambiental de las importaciones de alimentos en el Estado español 1995-2007”, *Actas de las XIII Jornadas de Economía Crítica*. Universidade de Sevilla.

Sindicato Labrego Galego. Web Alimento Labrego. [ref. De 28 de junho de 2013]. <[www.alimentolabrego.org](http://www.alimentolabrego.org)>.

Soler Montiel, M. e Calle Collado, A. (2010): “Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía”, en Soler Montiel, M. e Guerrero Quintero, C. [coord.]: *Patrimonio Cultural en la nueva ruralidad andaluza*. PH Cuadernos nº 27, pp. 259-283. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, Sevilla, Consejería de Cultura.

Viladomiu, L. (1985). *La inserción de España en el complejo soja-mundial*. Madrid: Instituto de Estudios Agrarios, Pesqueros y Alimentarios.