

AVALIAÇÃO DO MERCADO DE MUDAS DE HORTALIÇAS EM MUNICÍPIOS DA REGIÃO CELEIRO DO RIO GRANDE DO SUL

Juliana Terezinha De Oliveira¹ · Danni Maisa da Silva^{2*} · Luciane Sippert Lanzanova³
Divanilde Guerra³ · Mastrângelo Enívar Lanzanova³ · Robson Evaldo Gehlen Bohrer³
Ramiro Pereira Bisognin³

RESUMO: A olericultura é umas das principais atividades realizadas pela agricultura familiar brasileira, que ocupa praticamente 25% da área dedicada a estabelecimentos agropecuários no país. Esta difusão se deve a possibilidade de produção diversificada de alimentos o ano todo, com grande variedade cultural de diferentes ciclos, bem com a produção de alimento próprio ou como fonte de retorno econômico rápido, quando destinada à comercialização. Diante de sua importância e difusão nacional, o presente estudo objetivou caracterizar o mercado de mudas de hortaliças em municípios da Região Celeiro do Rio Grande do Sul (RS). Para o levantamento, foi elaborado e aplicado um questionário semiestruturado em 20 estabelecimentos que comercializam mudas de hortaliças, dos sete municípios que compuseram a pesquisa, tendo sido abordado questões como principais mudas de hortaliças comercializadas, aspectos para seleção de fornecedor(es) e se há espaço comercial para um novo viveiro de produção de hortaliças na Região Celeiro do RS. Logo após, realizou-se a análise e a tabulação dos dados com a elaboração de gráficos e quadros. Dessa forma, identificou-se que as principais espécies de mudas de hortaliças vendidas pelos estabelecimentos agropecuários dos municípios da Região Celeiro, participantes desta pesquisa, são alface, repolho, brócolis, rúcula e beterraba; o aspecto mais valorizado pelo estabelecimento para a aquisição de mudas de hortaliças é a satisfação em relação à qualidade delas e; evidenciou-se que existe oportunidade de um novo empreendimento no ramo de viveiros para o fornecimento de mudas de hortaliças aos estabelecimentos agropecuários da Região Celeiro do RS. Desta forma, este estudo indica a oportunidade de implementação e espaço para comercialização de hortaliças na região de estudo.

Palavras-chave: Viveiro de mudas; olerícolas; mercado de hortaliças.

EVALUATION OF THE MARKET FOR VEGETABLE SEEDLINGS IN MUNICIPALITIES OF THE CELEIRO REGION OF RIO GRANDE DO SUL

ABSTRACT: Vegetable farming is one of the main activities carried out by Brazilian family farming, which occupies almost 25% of the area dedicated to agricultural establishments in the country. This diffusion is due to the possibility of diversified food production throughout the year, with a great cultural variety of different cycles, as well as the production of own food or as a source of quick economic return, when destined for commercialization. Given its importance and national diffusion, this study aimed to characterize the market for vegetable seedlings in municipalities of the Celeiro Region of Rio Grande do Sul (RS). For the survey, a semi-structured questionnaire was prepared and applied in 20 establishments that sell vegetable seedlings, from the seven municipalities that comprised the research, having addressed issues such as the main vegetable seedlings sold, aspects for selecting supplier(s) and whether there is commercial space for a new vegetable production nursery in the Celeiro Region of RS. Soon after, the data were analyzed and tabulated with the preparation of graphs and tables. Thus, it was identified that the main species of vegetable seedlings sold by agricultural establishments in the municipalities of the Celeiro Region, participating in this research, are lettuce, cabbage, broccoli, arugula and beetroot; the aspect most valued by the establishment for the acquisition of vegetable seedlings is satisfaction in relation to their quality; and it was evident that there is an opportunity for a new venture in the nursery sector to supply vegetable seedlings to agricultural establishments in the Celeiro Region of RS. Thus, this study indicates the opportunity for implementation and space for commercialization of vegetables in the region of study.

Keywords: Seedling nursery; vegetable crops; vegetable market.

¹ Engenheira Agrônoma, pela UERGS, Unidade Três Passos/RS. E-mail: juliana-oliveira@uergs.edu.br.

² Doutora, Professora Adjunta na UERGS Unidade Três Passos/RS. *Autora correspondente, Rua Cipriano Barata, 211, Bairro Érico Veríssimo, Três Passos – RS, CEP: 98600-000, E-mail: danni-silva@uergs.edu.br.

³ Doutor(a), Professor(a) Adjunto(a) na UERGS Unidade Três Passos/RS. E-mail: luciane-sippert@uergs.edu.br; divanilde-guerra@uergs.edu.br; mastrangello-lanzanova@uergs.edu.br; robson-bohrer@uergs.edu.br; ramiro-bisognin@uergs.edu.br.

INTRODUÇÃO

A agricultura familiar constitui-se de pessoas da base familiar para a produção de alimentos, cuja colheita dos produtos pode servir de alimentos para a própria família produtora ou para a comercialização à população (IBGE, 2020). Essa é a realidade da maioria dos estabelecimentos agropecuários, que de acordo com o Censo Agropecuário de 2017, 77% destes correspondiam a agricultura familiar, o que representa 23% do total da área dedicada a atividades agropecuárias. Além disso, dela provêm 23% de toda a produção agropecuária nacional (IBGE, 2017).

De acordo com Oliveira, Grisa e Niederle (2020), o mercado e a oferta de alimentos saudáveis para a sociedade ainda é um desafio, mas com esforço e busca dos insumos de qualidade, os agricultores familiares podem ocupar esse nicho e ainda aumentar a renda da família, aumentando os investimentos e otimizando a realização das atividades e os recursos em sua propriedade.

De acordo com o Ministério da Saúde (BRASIL, 2014), as hortaliças são importantes fontes nutricionais e seu consumo em níveis adequados é um fator protetor para morbidade (doenças cardiovasculares, hipertensão, diabetes e alguns tipos de câncer) e mortalidade. Apesar de Canella et al. (2018) concluírem que o consumo de hortaliças no Brasil é insuficiente, sendo ainda menor entre indivíduos com maior consumo de alimentos ultraprocessados, as Centrais de Abastecimento (CEASAS) do país registraram aumento no volume de comercialização no ano de 2021, em comparação ao ano anterior, com movimento de 17,5 milhões de toneladas de produtos hortigranjeiros, que representaram R\$ 47,54 bilhões. Ao se comparar com a mesma base de dados de 2020, a região Sul teve aumento de 2,81% do total comercializado (CONAB, 2022).

A olericultura é uma das atividades realizadas pela agricultura familiar brasileira e, segundo Pereira e Pereira (2016), é uma atividade de grande importância social, econômica, industrial e alimentar. Além de enriquecer e complementar dietas, possibilita retorno econômico rápido, pois pode-se plantar o ano todo, tendo grande variedade cultural de diferentes ciclos. Estima-se que cerca de 3 milhões e 500 mil empregos diretos são gerados pela olericultura. Para o Rio Grande do Sul (RS), a produção de hortaliças também apresenta significativa importância pois, conforme dados divulgados pelo Censo Agropecuário de 2017, demonstrou que mais de 40% da agricultura na região Sul, em área rural, é desenvolvida pela agricultura familiar (IBGE, 2017), que é responsável pelo abastecimento do mercado interno com alimentos e matérias-primas que contribuem para a segurança alimentar da população, a qual também contribui para melhorar as condições de produção e possibilita a manutenção de agricultores no campo (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2013).

Para Nascimento e Pereira (2016), a expansão do setor produtor de mudas de hortaliças ocorre, predominantemente, na região Sudeste, seguido da região Sul do País. Embora a produção de hortaliças venha apresentando destaque socioeconômico cada vez maior no cenário do mercado nacional, profissionais deste ramo procuram saber mais informações sobre novas tecnologias de produção para maior especialização. A segurança alimentar, tem se tornado uma preocupação cada vez mais presente nos hábitos do consumidor e, consequentemente, demanda ações por parte de toda a cadeia produtiva. Assim, com o mercado consumidor cada vez mais exigente em busca de produtos diferenciados, de melhor qualidade, aliando a conscientização do alimento saudável para o consumo, seguir a regulamentação que dispõe sobre o Sistema Nacional de Sementes e Mudas é um diferencial no momento da comercialização, que deve seguir os padrões da Lei 10.711 de 2003 (BRASIL, 2003).

A produção agropecuária se destaca em relação a outras atividades na Região Celeiro, no Noroeste do RS, e muito se dá em pequenas propriedades familiares (RIO GRANDE DO SUL, 2015). Segundo Kunz et al. (2016), essas pequenas propriedades têm a característica de

cultivarem uma grande diversidade de espécie de plantas, sendo que a maioria dessa produção é destinada à alimentação da família, e somente o excedente é comercializado no mercado local. A produção agrícola nos municípios de Campo Novo e Tenente Portela no RS, municípios da Região Celeiro do RS, mostram-se fortemente apoiados na horticultura (SAUL, et al., 2015). Sendo assim, investir nos pequenos produtores e agricultores familiares por meio de programas de capacitação, assistência técnica, financiamento e transferência de tecnologia oferece uma oportunidade de enfrentar desafios globais sistêmicos, ao mesmo tempo em que constrói economias locais sustentáveis, já que, investimentos em sistemas alimentares com estes produtores poderia gerar US\$ 4,5 trilhões em novas oportunidades de negócios todos os anos, criar mais de 120 milhões de empregos no campo, regenerar ecossistemas naturais e ajudar a mitigar o aquecimento global (BRASIL, 2024).

Tendo em vista que assim como o nível de investimento na agricultura reduz a pobreza, a disponibilidade de alimentos aumenta a segurança alimentar das famílias (DE LUCCA et al., 2017). Desta forma, o empreendedorismo na sociedade contribui para a geração de oportunidades de trabalho, transformando vidas através dos produtos ou serviços oferecidos e não só melhora a economia regional, mas também contribui para a criação de atividades às famílias no meio rural por meio do fortalecimento da agricultura familiar (FAUTH, 2008).

Com vistas no exposto, objetivou-se, com a realização deste trabalho, caracterizar o mercado de mudas de hortaliças em municípios da Região Celeiro do Rio Grande do Sul (RS); a fim de se identificar as mudas olerícolas de maior demanda na Região Celeiro; detectar as características que levam os estabelecimentos agropecuários a trabalhar com determinado viveiro e, por fim, verificar a aceitação de um possível novo fornecedor (viveiro) local entre os estabelecimentos agrícolas.

MATERIAL E MÉTODOS

Inicialmente, para contextualizar e fundamentar este estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para levantar informações sobre a necessidade e a importância que o segmento de produção de hortaliças possui para os agricultores, comerciantes e consumidores, seja na contribuição para uma alimentação mais saudável, como também no aumento da renda.

Posteriormente, realizou-se uma pesquisa de campo em sete dos 21 municípios da Região Celeiro do RS. Para a definição destes municípios, foi considerada a proximidade geográfica entre eles, o que possibilitou a projeção de um roteiro logístico de fornecimento das mudas a esses municípios. Dessa forma, a análise da pesquisa descritiva foi realizada nos municípios de Braga, Campo Novo, Miraguaí, Tenente Portela, Redentora, Vista Gaúcha e Três Passos (Figura 1).

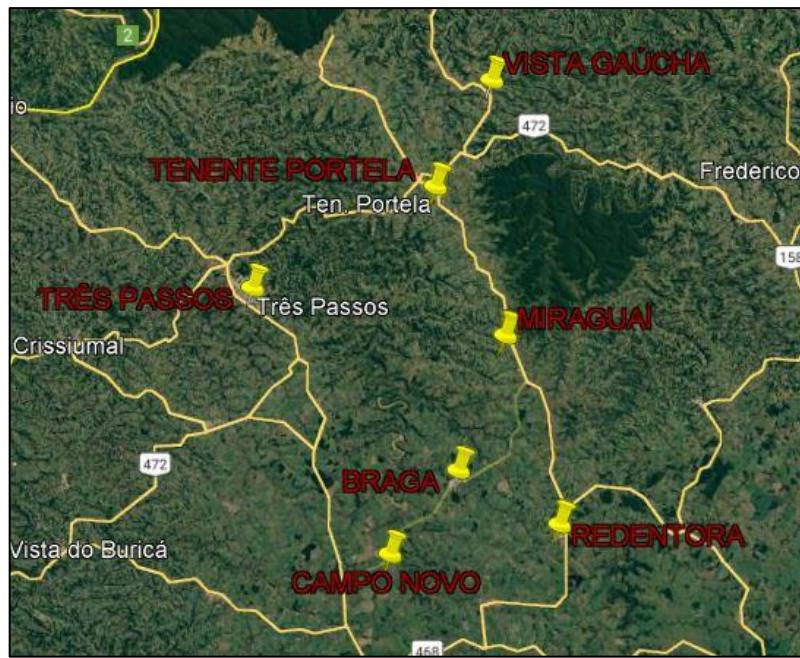


Figura 1 - Localização geográfica das cidades nas quais os questionários foram realizados para levantamento das informações. Fonte: Adaptado de Google Earth (2022).

Na pesquisa de campo, foi feita a coleta de dados a partir da aplicação de uma entrevista semiestruturada em 20 estabelecimentos do setor agropecuário que comercializam mudas de hortaliças nas cidades citadas, a fim de se determinar algumas das características de mercado. A definição dos estabelecimentos integrantes desta pesquisa foi feita de forma aleatória dentro dos municípios mencionados.

As entrevistas foram aplicadas durante os meses de agosto, setembro e outubro de 2022, e foram compostas na sua maioria por questões fechadas de cunho exploratório, visando atender aos objetivos do estudo, determinando-se as principais mudas de hortaliças comercializadas, aspectos importantes para comprar de determinado(s) fornecedor(es) e se há espaço comercial para um novo viveiro de produção de mudas de hortaliças na Região Celeiro do RS.

Além disso, outras informações relevantes associadas ao mercado de mudas de hortaliças foram levantadas como: a demanda do mercado, a qualidade das mudas, dentre outras.

Após a coleta das informações, foi realizada a análise e tabulação dos dados com a elaboração de gráficos e quadros, a fim de determinar se há espaço no segmento hortícola, a partir da demanda nos comércios.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados do presente estudo apresentam as principais mudas de hortaliças comercializadas nos estabelecimentos agrícolas dos municípios da Região Celeiro sendo estas: alface (*Lactuca sativa*), repolho (*Brassica oleracea var. capitata*), brócolis (*Brassica oleracea var. italica*), adquiridas por 100% dos estabelecimentos pesquisados, em razão da demanda do mercado consumidor da região estudada. Além destas, hortaliças, também são comercializadas em volume significativo as mudas de rúcula e beterraba.

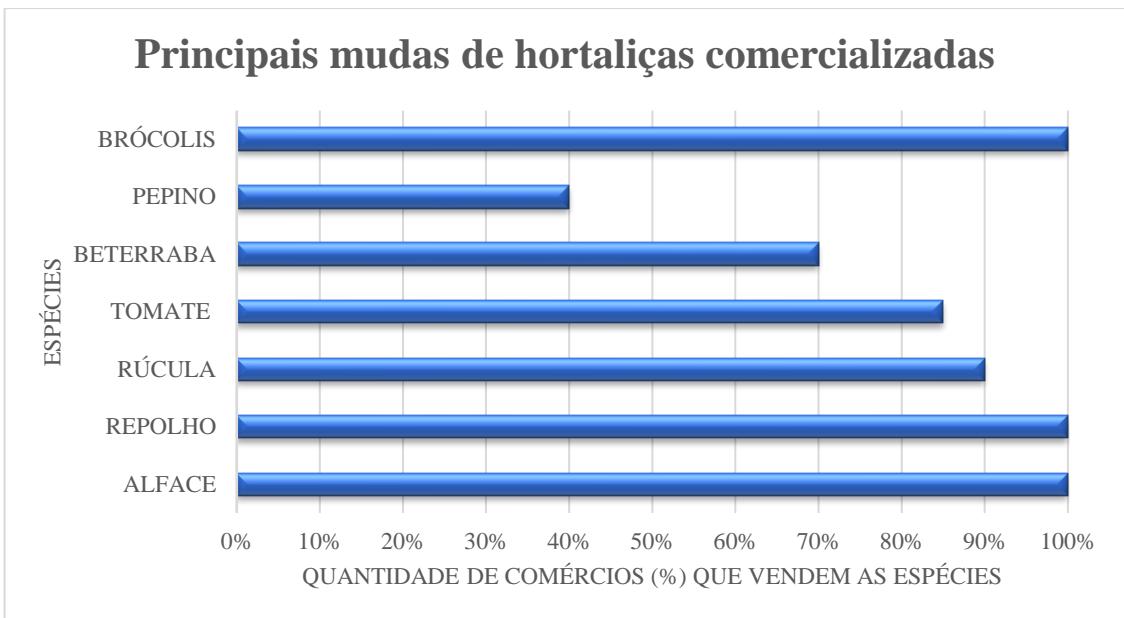


Figura 2 - Porcentagem dos estabelecimentos (n=20) em relação à aquisição de mudas de hortaliças
Fonte: Autores (2022).

Na Região Celeiro do RS, apesar da alface, repolho e brócolis terem demanda em todos os estabelecimentos pesquisados (Quadro 1), a alface é solicitada em maiores quantidades. Dentro do segmento das folhosas, a alface é a hortaliça mais consumida pelo brasileiro, representando 50% de toda a produção e comercialização nacional deste segmento, além de ser a terceira maior hortaliça em volume de produção, perdendo apenas para melancia e tomate, movimentando 8 bilhões de reais no varejo, com produção de mais de 1,5 milhão de tonelada por ano (MONTEIRO, 2016). A alface é ainda, dentre as folhosas, considerada como sendo a hortaliça mais importante, apresentando uma área estimada de 86.799 hectares cultivadas com alface crespa (62,1%), americana (25%) lisa (10,2%), roxa/vermelha (2,7%) (VILELA e LUENGO, 2017).

No município de Santa Rosa, os resultados de Thome e Kasper (2016) mostram que as hortaliças de maior preferência pelo produtor em maior quantidade também é a alface, porém em segundo lugar aparece a rúcula, mostrando que o padrão de consumo varia. Já no estudo de Francilino *et al.* (2014), determinou-se que o modelo de consumo de hortaliças no Município de Iguatu no estado do Ceará, difere um pouco do padrão de consumo na Região Celeiro e do município de Santa Rosa no RS, pois se observou que a alface não é a mais consumida, ficando como segunda hortaliça mais demandada; logo as escolhas variam entre as regiões, conforme os hábitos e/ou preferências da população.

Quadro 1 – Unidades de mudas de hortaliças adquiridas semanalmente pelos comércios agropecuários.

	ALFACE	REPOLHO	BRÓCOLIS	RÚCULA	BETERRABA	PEPINO	TOMATE
Comércio 1	800	400	100	200	100	0	30
Comércio 2	1000	400	100	200	0	0	0
Comércio 3	1200	400	200	200	200	30	30
Comércio 4	1200	600	100	200	200	0	45
Comércio 5	1600	800	200	400	200	0	30
Comércio 6	1000	800	100	400	0	0	45

Comércio 7	1200	400	100	200	200	30	0
Comércio 8	1000	400	100	400	0	0	30
Comércio 9	1400	800	200	400	200	30	30
Comércio 10	1200	400	200	200	200	30	30
Comércio 11	600	400	100	0	200	0	15
Comércio 12	1200	400	100	200	0	0	0
Comércio 13	1600	1200	200	400	200	0	75
Comércio 14	1200	600	100	0	200	30	30
Comércio 15	1200	800	200	400	200	30	60
Comércio 16	1000	400	100	200	200	30	30
Comércio 17	1200	400	100	200	0	0	30
Comércio 18	1000	400	100	200	200	30	30
Comércio 19	1600	1200	200	400	200	0	75
Comércio 20	1000	600	100	200	0	0	15
Total Geral	23200	11800	2700	5000	2700	240	630

Fonte: Autores (2022).

No Brasil, a área de hortaliças folhosas é estimada em 174.061 hectares cultivados com alface (49,9%), rúcula (22,8%), repolho (15,3%), couve (6,1%), espinafre (1,0%) e outras (4,9%) (VILELA e LUENGO, 2017). Já a brócolis tem uma área estimada de 15 mil hectares, o que também demonstra ter um grande potencial de mercado, devido a sua importância econômica no agronegócio ser crescente, em razão da apreciação nos diferentes tipos de culinária e de suas propriedades nutricionais (EMBRAPA, 2015).

Em relação aos números totais associados ao processo de comercialização de mudas na Região Celeiro do RS, somente nos 7 municípios pesquisados (Tenente Portela, Vista Gaúcha, Miraguaí, Campo Novo, Três Passos, Braga e Redentora) são adquiridas, semanalmente, pelas agropecuárias locais cerca de 23.200 mudas de alface; 11.800 mudas de repolho; 2.700 mudas de brócolis, 5.000 mudas de rúcula e 2.700 mudas de beterraba, totalizando, com as 240 mudas de pepino e 630 mudas de tomate, um total semanal de 42.270 mudas de hortaliças (Quadro 1). Estes resultados evidenciam que todos os comércios agrícolas onde aplicou-se o questionário vendem mudas de hortaliças desde a sua inauguração, demonstrando que vale a pena trabalhar com este nicho de mercado, pois não têm nenhuma dificuldade de venda.

A relação positiva dos estabelecimentos agrícolas com a venda de mudas de hortaliças pode ser explicada devido a produção ser de ciclo bastante curto e uma atividade quase sempre presente em pequenas propriedades familiares, para subsistência e/ou comercialização, sendo além disso, uma atividade que utiliza pouco espaço e insumos (DIAS et al., 2012). Um dos componentes mais importantes no cultivo de hortaliças é a utilização de mudas de alta qualidade, o que torna a produção mais competitiva, em questões como: aumento de produtividade e a diminuição dos riscos de produção (BEZERRA, 2003).

O tomate tem baixa aquisição por mudas nos comércios, porque há pouca demanda pelos produtores também, este fato pode ser explicado com base nos argumentos apresentados por Fernandes et al. (2007), os quais descrevem que a multiplicação de genótipos selecionados, através da técnica de estaquia também permite o desenvolvimento de mudas, em curto período e com baixo custo. Além do tomate, o pepino e a beterraba, por meio de sementes também tem fácil opção para a propagação, sendo uma alternativa para reduzir os custos de produção (SOUZA E GENTIL, 2013).

Em relação ao fornecedor das mudas de hortaliças (Quadro 2), 85% (17) dos estabelecimentos adquirem as mudas dos viveiros da empresa de Três Passos-RS e 40% (8) de uma empresa de Constantina-RS. Observa-se que a empresa de Três Passos tem bastante demanda. Dessa forma, parte dos estabelecimentos que trabalham com a empresa de Três Passos também trabalham com a empresa de Constantina, porém apenas 3 estabelecimentos adquirem mudas somente da empresa de Constantina.

Cerca de 14 estabelecimentos recebem reposição de mudas de hortaliças 1 vez na semana, e 6 recebem 2 vezes na semana, e destes 6 estabelecimentos, 5 trabalham com as duas empresas e 1 somente com a empresa 1 de Três Passos. Conforme relatado, a preferência por determinado(s) viveiro(s) é pela entrega das mudas em boas condições, atendendo as expectativas dos clientes nos estabelecimentos, sendo este fato elencado por Oliveira (2020), que relata que os produtores levam em consideração para a compra de mudas em primeiro, a resistência às doenças, seguido pelo desenvolvimento vegetativo e por fim, a resistência às pragas. Por isso, a formação de mudas é uma fase do processo produtivo de vital importância para o sucesso da produção de hortaliças, pois dela depende todo o desempenho da planta, tanto nas questões de nutrição e sanidade, quanto no tempo necessário para o desenvolvimento e, consequentemente, no número de ciclos produtivos executados por ano (CARMELLO, 1994).

Quadro 2. Origem da empresa fornecedora das mudas de hortaliças aos estabelecimentos agropecuários participantes da pesquisa.

EMPRESA FORNECEDORA DAS MUDAS	% DE ESTABELECIMENTOS
Empresa de Três Passos	85%
Empresa de Constantina	40%

Fonte: Autores (2022).

Levado tudo isto em consideração, no que diz respeito à qualidade das mudas adquiridas pelos estabelecimentos, os resultados apresentaram 75% e 25% das respostas para como sendo BOA e ÓTIMA, respectivamente, em que a satisfação não é só pela qualidade no fornecimento, mas também pelos prazos de entrega.

Sobre a questão da fidelização dos clientes, os resultados mostram que 85% dos estabelecimentos têm uma clientela fiel em relação ao consumo de mudas de hortaliças (Figura 3).



Figura 3. Fidelização de clientes aos estabelecimentos agropecuários participantes da pesquisa.
Fonte: Autores (2022).

Evidencia-se que a grande parte dos estabelecimentos agrícolas adotam práticas de relacionamento, servindo de ferramenta para as empresas manterem ou conquistarem novos clientes (GONÇALVES, 2007). De uma forma geral, para ser um diferencial no mercado em que as empresas elas atuam, elas devem possuir um padrão para agradar os clientes e manter os mesmos como clientes da empresa, sendo importante os funcionários estarem motivados, bem como o estabelecimento da confiança como potencialidade para construir um relacionamento que gere fidelização (FLACH et al., 2022). Atuando dessa maneira, é possível para a agropecuária atender a demanda dos consumidores em relação às mudas de hortaliças e assim consequentemente, obter aumento nas vendas.

Os resultados da pesquisa também mostraram que todos os estabelecimentos fazem algum tipo de propaganda para a venda das mudas de hortaliças, alegando ser um meio facilitador para o comércio. Dentre os tipos de *marketing*, o realizado por meio das redes sociais é o mais utilizado, pois além de permitir o acesso instantâneo a toda a informação do produto, também recebe um *feedback* mais rápido por parte do consumidor (PEREIRA, 2014). As propagandas de rádio também são um meio muito utilizado e que segundo Fraga (2018), é o tradicional veículo de informação e comunicação no meio rural, ampliando a divulgação principalmente, onde o sinal de internet é fraco.

Quando questionados se as mudas de hortaliças ajudam na complementação das vendas dos estabelecimentos agropecuários, os resultados mostraram que em 75% dos estabelecimentos disseram que sim, já que a venda das mudas de hortaliças atua como um item adicional. Constata-se entre os estabelecimentos que quando um cliente vai para comprar algo específico sem a ideia de levar mudas de hortaliças e, no fim acaba se interessando por elas. Esta questão é demonstrada no estudo de Dias (2003), o qual revela que a exposição dos produtos de maneira organizada, auxilia na escolha e desperta ao interesse do consumidor em levar o item, colaborando para a obtenção de vendas maiores.

Com base nos resultados obtidos, as mudas de hortaliças são um item fundamental, que proporciona vantagens comerciais aos estabelecimentos agropecuários. A venda de mudas de hortaliças além de ser considerada algo necessário por todos (100%) dos estabelecimentos, 80% deles também consideram ser um atrativo para os compradores em potencial, pois além da tradição de cultivo de hortaliças no meio rural, os fatores aliados às condições climáticas contribuem para este segmento, pois de acordo com a classificação de Köppen, a região Celeiro no RS é Cfa, ou seja, caracteriza-se por apresentar chuvas durante todos os meses do ano e possuir a temperatura do mês mais quente superior a 22°C, e a do mês mais frio superior a 3°C, o que representa vantagens para o cultivo.

Em relação à questão da aceitação a um fornecedor local, os resultados mostraram que 90% dos estabelecimentos trabalhariam com novo fornecedor e 10% responderam que não. Com estes resultados, pode-se relacionar o que Donário e Santos (2016) identificam como aceitação da maioria dos estabelecimentos à concorrência perfeita, em que mais de um fornecedor vende o mesmo produto. Dessa maneira, também é possível inferir que haveria espaço para a implementação de um novo empreendimento no ramo de viveiros para o fornecimento de mudas de hortaliças aos estabelecimentos agropecuários da Região Celeiro,

em função da demanda local existente e que a maioria dos estabelecimentos pesquisados apresenta disponibilidade para aceitação dessa proposta.

CONCLUSÕES

Este trabalho permitiu identificar que as principais espécies de mudas de hortaliças comercializadas pelos estabelecimentos agropecuários de sete municípios da Região Celeiro são alface, repolho, brócolis e rúcula.

O aspecto mais valorizado pelo estabelecimento para a aquisição de mudas de hortaliças de um determinado(s) viveiro(s) é a satisfação em relação à qualidade das mudas, de acordo com a avaliação dos proprietários dos estabelecimentos ou respondentes da pesquisa.

Verificou-se ainda, que existe oportunidade para um novo empreendimento no ramo de viveiros para o fornecimento de mudas aos estabelecimentos agrícolas na Região Celeiro do Rio Grande do Sul, em função da demanda local existente e aceitação da maioria dos estabelecimentos pesquisados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, F. C. **Produção de mudas de hortaliças em ambiente protegido.** Fortaleza: Embrapa Agroindústria Tropical, 2003.

BRASIL - Ministério da Saúde (BR), Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira. 2.ed. Brasília (DF); 2014. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf. Acesso em: 22 jul. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Lei nº 10.711, de 5 de agosto de 2003. Dispõe sobre o Sistema Nacional de Sementes e Mudas e dá outras providências. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-agricolas/sementes-e-mudas/publicacoes-sementes-e-mudas/LeiN10.711de5deagostode2003.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2022.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome. Aumentar o financiamento e canalizar conhecimento visando capacitar 100 milhões de pequenos produtores e agricultores familiares. Publicado em: 15/11/2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/noticias-e-conteudos/desenvolvimento-social/noticias-desenvolvimento-social/aumentar-o-financiamento-e-canalizar-conhecimento-visando-capacitar-100-milhoes-de-pequenos-produtores-e-agricultores-familiares>. Acesso em: 06 jan. 2024.

CANELLA, D. S. et al. Consumo de hortaliças e sua relação com os alimentos ultraprocessados no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v. 52, p. 50, 2018.

CARMELLO, Q. A. C. Nutrição e adubação de mudas hortícolas. In: MINAMI, K.; TESSARIOLI NETO, J.; PENTEADO, S. R.; SCARPARI, F. J. **A produção de mudas hortícolas de alta qualidade.** Piracicaba: Gráfica Universitária de Piracicaba, 1994.

CONAB - COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. Centrais de Abastecimento: Comercialização total de frutas e hortaliças, Brasília, DF, v. 5, 2022.

DALMOLIN, R. S. D. Agricultura familiar: sustentabilidade e consciência ambiental, Feira de Agropecuária de Tocantins, Agrotins. 2009.

DE LUCCA, M. F. et al. Programa pequenos espaços sustentando a vida: apoio a produção sustentável e ao consumo saudável de famílias em situação de pobreza extrema na Região Celeiro do RS. **Salão do Conhecimento**, 2017. Disponível em: <https://www.publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/7620>. Acesso em: 15 ago. 2022.

DIAS, R. S. et al. A produção de hortaliças pela agricultura familiar no município de Humildes – Bahia. In: Anais... XX ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, Uberlândia, MG, 15 a 19 outubro de 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/agricultura-familiar-1>. Acesso em: 15 ago. 2022.

DIAS, S. R. (Coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/agricultura-familiar-1>. Acesso em: 15 ago. 2022.

DONÁRIO, A. A.; SANTOS, R. B. dos. **A estrutura do mercado: a concorrência perfeita e concorrência imperfeita. A teoria dos jogos e a estratégia.** Universidade Autónoma de Lisboa CARS – Centro de Análise Económica de Regulação Social. Lisboa. 2016.

FAUTH, E. M. **Agricultura Familiar:** Força Revigorada, Indicadores Econômicos FEE, Porto Alegre, 34(3), 25-34, dez. 2008.

FERNANDES, A. A. et al. Cultivo sucessivo de plantas de tomate oriundas de sementes e propagação vegetativa em sistema hidropônico. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, v. 42, n. 7, p. 1013-1019, 2007.

FLACH, R. O. et al. A influência do marketing de relacionamento na fidelização dos clientes: um estudo com as pequenas empresas. **Revista Conexão**, n. 10, p. 33-66, 2022.

FRAGA, K. L. **O rural em rede: rádio, midiaturização e ruralidade no cotidiano da zona da mata mineira.** Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural. Universidade Federal de Viçosa (UFV). 2018.

FRANCILINO, A. H. et al. Perfil dos consumos de hortaliças no município de Iguatu-CE. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, ISSN-e 1981-8203, Vol. 9, Nº. 1, 2014

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Qual “Fortalecimento” da Agricultura Familiar?** Uma análise do Pronaf crédito de custeio e investimento no Rio Grande do Sul. Piracicaba-SP, Vol. 51, Nº 1, p. 045-068, Jan/Mar 2013.

GONÇALVES, J. H. Fidelização de clientes. 2007. Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/14026>. Acesso em: 22 jul. 2022.

GUILHOTO, J. J. M., SILVEIRA, F. G., AZZONI C. PIB das cadeias produtivas da Agricultura Familiar. [S.I.]: NEAD/MDA, 32p. dez. 2004.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Atlas do Espaço Rural Brasileiro. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/atlas/tematicos/16362-atlas-do-espaco-ruralbrasileiro.html>. Acesso em: 01 nov. 2022.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agro 2017. Resultados Definitivos. Informativos para download: Agricultura Familiar. Disponível em: https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/informativos.html. Acesso em: 10 nov. 2022.

KUNZ, D. W. et al. Manejo de hortas e pomares e a difusão de práticas agroecológicas na Região Celeiro do Rio Grande do Sul. **Salão do Conhecimento**, 2016. Disponível em <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/6391/0>. Acesso em: 01 nov. 2022.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **A cultura dos brócolis.** [ed. Técnico: MELO, R. A. C.] – Brasília, DF: Embrapa, 2015.

MONTEIRO, I. Mercado de alface cresce continuamente no Brasil. **Revista Cultivar**. Publicado em: 28 out. 2016. Disponível em: <https://revistacultivar.com.br/noticias/mercado-de-alface-cresce-continuamente-no-brasil>. Acesso em: 06 jan. 2024.

NASCIMENTO, W. M.; PEREIRA, R. B. **Produção de Mudas de Hortaliças**. Brasília, DF.: Embrapa, 2016.

OLIVEIRA, D.; GRISA, C.; NIEDERLE, P. **Inovações e novidades na construção de mercados para a agricultura familiar:** os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. Redes (St. Cruz Sul, Online), v. 25, n. 1, p. 135-163, 2020.

OLIVEIRA, E. B. Expectativa do produtor em relação à aquisição de mudas de hortaliças. **Almanaque de Ciências Agrárias-ACA**, v. 2, n. 1, p. 38-42, 2020.

PEREIRA, I. S.; PEREIRA, M. T. **Olericultura**. NT Editora - Brasília: 2016.

PEREIRA, J. M. M. A influência do marketing de redes sociais no relacionamento. 2014. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/e0f247303e1745f9562cf4d5dc84ff03/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 11 out. 2022.

RIO GRANDE DO SUL. Perfil Socioeconômico – COREDE Celeiro 2015. Disponível em: <https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134129-20151117101441perfis-regionais-2015-celeiro.pdf>. Acesso em: 11 out. 2022.

SAUL, M. B. et al. Agroecologia na difusão de tecnologias de produção sustentável a escolares da Região Noroeste do Rio Grande do Sul. **Salão do Conhecimento**, 2015. Disponível em: <https://www.publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/4672/3869>. Acesso em: 15 ago. 2022.

SOUZA, L. V.; GENTIL, D. F. O. Estaquia da cultivar de tomateiro Yoshimatsu. **Horticultura Brasileira**, v. 31, n. 1, p. 166-170, 2013.

THOME, C.; KASPER, L. Consumo de hortícolas orgânicas nos restaurantes de santa rosa – RS. **Salão do Conhecimento**, 2016. Disponível em: <https://www.publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/7201>. Acesso em: 11 out. 2022.

VILELA, N. J.; LUENGO, R. F. A. Produção de Hortaliças Folhosas no Brasil. **Campo & Negócios**, Hortifrutti, Uberlândia, ano XII, n. 146, ago 2017. Química e Fertilidade do Solo - RS/SC, 376p. 2016.

SPONCHIADO, Julhana Cristina. **Estratégias de manejo para altas produtividades na aveia branca**. 2017. 91 f. Tese (Doutorado em Produção Vegetal – Área: Fisiologia e Manejo de Plantas) – Universidade do Estado de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Produção Vegetal, Lages, 2017.

TAFERNABERRI JÚNIOR, Vilmar et al. Avaliação agronômica de linhagens de aveia-branca em duas regiões fisiográficas do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 41, p. 41-51, 2012.