



GROW LIFE

DELIVERABLE 1.1

Needs Analysis

[*Português*]

JUL 2025



Co-funded by
the European Union

Informação do documento

Acrónimo do Projeto	LIFE21-GIC-PT-GrowLIFE
Nome do Projeto	An integrated approach to promote sustainable food systems via behavioral changes cross-fostering all parties involved
Número do Grant Agreement	101074425
Documento	Análise de Necessidades
Número e título da Work package	Project management and coordination activities
Número do Deliverable	D1.1
Nível de disseminação	Público
Data de entrega prevista	31-08-2023
Versão / data	v2.0 / 14 - 07-2025

Sumário Executivo

A presente Análise de Necessidades compila os resultados de três inquéritos lançados aos quatro principais grupos de *stakeholders* abrangidos pelas atividades do GrowLIFE em Portugal Continental: produtores agrícolas, consumidores, decisores políticos e estudantes de culinária. Estes inquéritos tiveram como objetivo avaliar o comportamento, a perceção e as necessidades destes grupos de atores-chave em relação à sustentabilidade do sistema alimentar.

A análise conjunta dos dados obtidos revela um distanciamento significativo entre produtores e consumidores, que compram maioritariamente os seus produtos em supermercados em detrimento da compra direta a produções agrícolas locais. Esta desarticulação constitui uma oportunidade para reforçar as cadeias curtas de abastecimento, promovendo o acesso dos consumidores a produtos sustentáveis e apoiando os agricultores locais. Os desafios económicos enfrentados pelos produtores, incluindo dificuldades em vender os seus produtos aos preços previstos, também evidenciam a necessidade de uma maior sustentabilidade económica e social na agricultura. Foram também identificadas barreiras regulamentares e logísticas para o estabelecimento de cadeias curtas de abastecimento. A colaboração entre as várias partes interessadas - produtores, consumidores, municípios, universidades e associações - é essencial para ultrapassar estes desafios. As principais soluções incluem a melhoria das infraestruturas, a simplificação da regulamentação, a disponibilização de incentivos financeiros e o aumento da sensibilização através da educação. Finalmente, a integração de princípios de sustentabilidade no ensino é crucial para colmatar a discrepância entre os valores e os hábitos dos estudantes de culinária. Educar os futuros profissionais da restauração sobre agroecologia e práticas sustentáveis pode incentivar a utilização de ingredientes sazonais de origem local, aumentando a resiliência do sistema alimentar e a biodiversidade.

Assim, os resultados desta análise fornecem uma base sólida para a implementação das atividades do GrowLIFE, sublinhando a necessidade de colaboração, educação direcionada e mudanças estratégicas de políticas para a criação de um sistema alimentar mais sustentável e integrado em Portugal Continental.

Índice

1.	Introdução Geral	3
2.	Consumidores e produtores	4
	Contexto geral	4
	Caracterização da população inquirida	4
	Perceção dos consumidores	6
	Perceção dos produtores	13
	Conclusões	19
3.	Decisores políticos	20
	Contexto geral	20
	Modalidades existentes de Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar em Portugal	21
	Principais desafios à implementação de CCAA nos municípios	22
	Estratégias para ultrapassar os desafios à implementação de CCAA	23
	Instituições identificadas como adequadas para liderar a implementação de CCAA	24
	Desafios adicionais identificados para a criação de CCAA	25
	Medidas e ações para a implementação de CCAA	25
	Conclusões	26
4.	Estudantes de restauração	28
	Contexto geral	28
	Caracterização da população inquirida	28
	Perceção dos alunos	30
	Conclusões	40
5.	Considerações finais	41
6.	Literatura citada	42

1. Introdução Geral

A Estratégia do Prado ao Prato, uma componente central do Pacto Ecológico Europeu, tem como objetivo a transição para sistemas alimentares sustentáveis, garantindo que são justos, saudáveis e respeitadores do ambiente. Esta estratégia aborda a necessidade urgente de redesenhar os sistemas alimentares, que atualmente contribuem para quase um terço das emissões globais de gases com efeito de estufa, resultando numa perda significativa de biodiversidade e em impactos negativos na saúde. Ao promover práticas alimentares sustentáveis, a Estratégia procura criar sistemas alimentares resilientes que possam resistir a crises como a pandemia de COVID-19, proporcionando simultaneamente retorno económico justo a todos os intervenientes, especialmente aos produtores do sector primário.¹

Em linha com a Estratégia do Prado ao Prato, o GrowLIFE centra-se na transformação do sistema alimentar português para promover a sua sustentabilidade ambiental, social e económica. O GrowLIFE é uma colaboração entre a equipa da Caravana AgroEcológica da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa e o Turismo de Portugal, envolvendo as suas 12 Escolas de Hotelaria e Turismo. O projeto tem como alvo os principais grupos de intervenientes no sistema alimentar, incluindo produtores agrícolas, consumidores, decisores políticos e estudantes de restauração e cozinha, para promover mudanças comportamentais e práticas sustentáveis em todo o sistema alimentar.

Para compreender as perspetivas e os desafios enfrentados por estes intervenientes, foram realizados três inquéritos distintos:

- 1. Consumidores e produtores:** O envolvimento dos consumidores é vital para impulsionar a procura de alimentos produzidos de forma sustentável, o que pode, por sua vez, influenciar as práticas de produção. Este inquérito procurou recolher informação sobre as atitudes, comportamentos e consciencialização dos consumidores relativamente ao consumo de alimentos sustentáveis. Para além disto, teve também como objetivo recolher informação de produtores agrícolas sobre as práticas agrícolas aplicadas, as suas estratégias de venda e rentabilização e a sua eficácia. O questionário esteve em circulação de 2 em 2 meses, entre maio de 2022 a fevereiro de 2023, através de *mailing lists*, *newsletters*, websites das autoridades locais e redes sociais para maximizar o alcance e a participação.
- 2. Decisores políticos:** Os decisores políticos desempenham um papel fundamental na criação de regulamentação que pode facilitar ou dificultar a transição para sistemas alimentares sustentáveis. Focado nos funcionários municipais e decisores políticos locais, este inquérito teve como objetivo mapear as estratégias existentes para a implementação de cadeias curtas agroalimentares, identificar barreiras e recolher *feedback* para melhorias necessárias. Distribuído eletronicamente em Portugal de fevereiro a junho de 2024, recebeu diversas respostas de vereadores, chefes de divisão, técnicos superiores, gestores de projeto e outros funcionários municipais importantes, garantindo uma recolha abrangente das estratégias e desafios locais.
- 3. Estudantes de Restauração e Cozinha :** Como futuros chefes de cozinha, gestores e líderes da indústria alimentar, os conhecimentos e atitudes dos estudantes em relação à sustentabilidade são fundamentais. Este inquérito, realizado pelo Turismo de Portugal, teve como alvo os alunos das suas 12 Escolas de Hotelaria e Turismo para avaliar o seu conhecimento e compreensão relativos a práticas

alimentares sustentáveis. Realizado entre novembro de 2023 e janeiro de 2024, o inquérito avaliou a perceção dos alunos sobre conceitos como alimentação sustentável, desperdício alimentar e biodiversidade, com o objetivo de recolher informação para o desenvolvimento de futuros programas educativos, previstos no projeto.

Ao envolver estes diversos grupos, o GrowLIFE visa criar uma abordagem abrangente para transformar o sistema alimentar português. Em consonância com os resultados destes inquéritos, as atividades do projeto serão concebidas de modo a incluir a transferência de conhecimento entre pares, *workshops* e debates com vários intervenientes no sistema alimentar, com o objetivo de promover práticas sustentáveis da exploração agrícola ao prato. Esta estratégia holística apoia os objetivos mais amplos do Pacto Ecológico Europeu, contribuindo para uma Europa com impacto neutro no clima até 2050, garantindo simultaneamente a segurança alimentar, a nutrição e retornos económicos justos para todos os intervenientes na cadeia de valor alimentar.

2. Consumidores e produtores

Contexto geral

Como afirma a Agência Europeia do Ambiente, o setor agrícola ocupa o quinto lugar na produção de gases com efeito de estufa^{2,3}, o que torna a intervenção na agricultura, e no sistema alimentar em geral, um ponto chave para mitigar de forma efetiva as alterações climáticas.

Apresentamos abaixo as respostas dadas por um grupo de consumidores e produtores agrícolas, participantes no inquérito aplicado, como ponto de partida para conhecer uma aproximação da realidade portuguesa em relação ao sistema alimentar atual.

O questionário esteve disponível de maio de 2022 a fevereiro de 2023, com circularização de 2 em 2 meses para maximizar o alcance do mesmo. A divulgação por parte das Associações de Desenvolvimento Local foi particularmente importante para fazer chegar o questionário aos produtores (22%), enquanto no caso dos consumidores sobressai o papel das *mailings lists* e *newsletters* da Caravana Agroecológica, Tagis, entre outros (20%). No entanto, a maioria tanto dos consumidores como dos produtores inquiridos tomou conhecimento do questionário através das *mailings lists* e websites das respetivas câmaras municipais (29% e 26%, respetivamente), bem como através de redes sociais (22%).

Os resultados principais são apresentados nas secções seguintes.

Caracterização da população inquirida

Um total de 187 pessoas responderam ao questionário aqui analisado, 164 na categoria de consumidor e 23 na categoria de produtor. A maioria dos consumidores inquiridos tem entre 30 e 49 anos (54%) ou 50 e 65 anos (33%) (**Fig. 1A**), ca. de 80% tem o ensino superior (**Fig. 1C**) e 65% são do sexo feminino. A maioria dos produtores inquiridos tem também entre 30 e 49 anos (35%) ou 50 e 65 anos (39%) (**Fig. 1B**). No entanto, ao contrário do verificado para os consumidores, 57% dos produtores que responderam a este inquérito é do sexo masculino e apenas 48% tem o ensino superior (**Fig. 1D**).

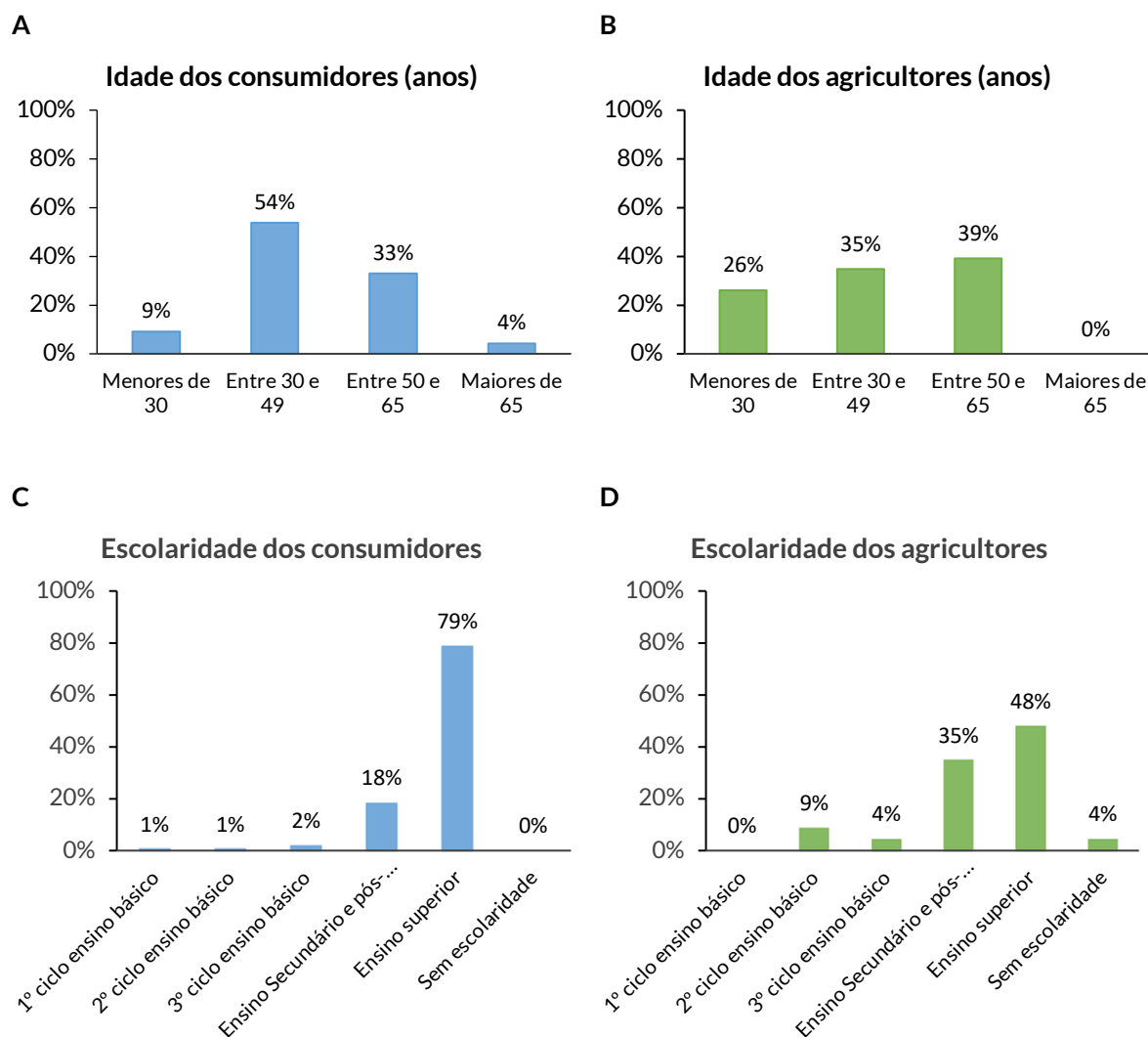
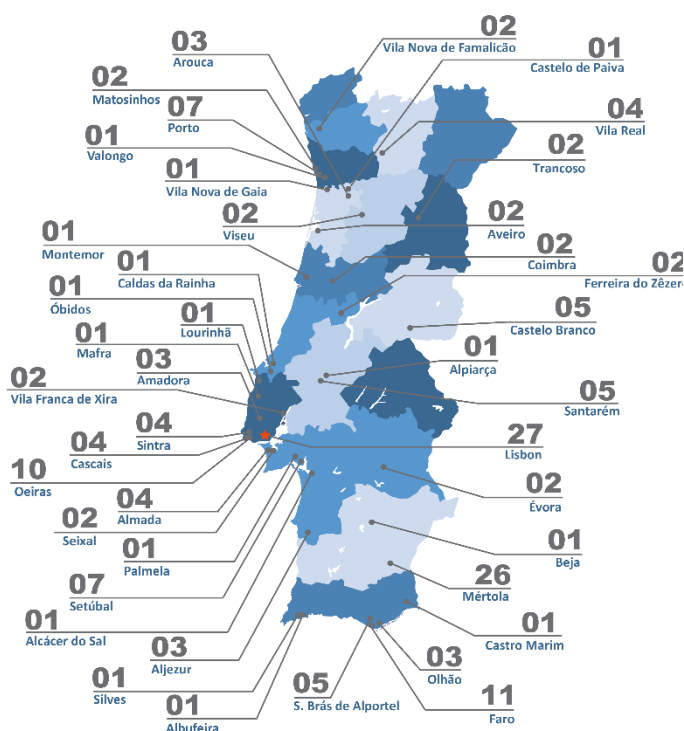


Figura 1. Informações percentuais dos consumidores (A e C) e produtores (B e D) inquiridos relativas à sua faixa etária, em anos (A e B) e nível de escolaridade (C e D).

No total, foram inquiridos residentes em 56 conselhos portugueses distintos, 40 se forem apenas considerados consumidores, 18 se forem apenas considerados produtores (Fig. 2).

A

Localização dos consumidores inquiridos



B

Localização dos agricultores inquiridos

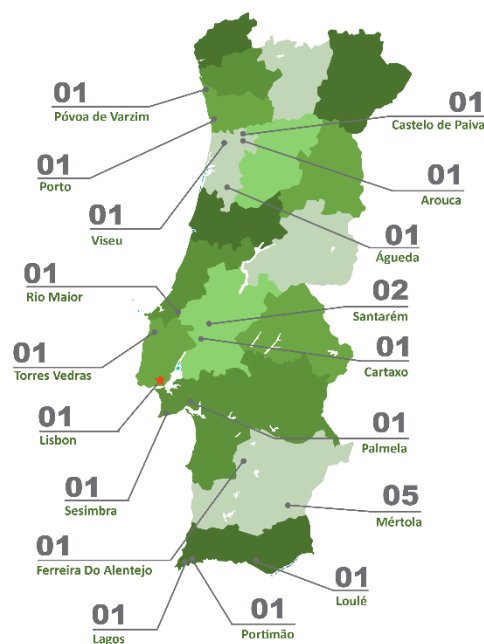


Figura 2. Localização dos consumidores (A) e produtores (B) inquiridos, por concelho.

Perceção dos consumidores

Este capítulo apresenta os resultados das perguntas dirigidas exclusivamente a consumidores, com o objetivo de conhecer os seus hábitos de compra de alimentos e quais os fatores que valorizam na compra dos mesmos.

Caracterização dos hábitos de compras

No que diz respeito aos hábitos de compra em supermercados, mais de 40% dos inquiridos afirma ir apenas uma vez por semana, enquanto 25% vão várias vezes por semana ou 1 a 2 vezes por mês. As respostas dadas relativamente à frequência das compras em mercearias e lojas de bairro é mais variada, com uma percentagem entre os 18 e os 30% de participantes indo a este tipo de locais entre menos de uma vez por mês e várias vezes por semana. Quase metade dos inquiridos (46%) diz ir menos de uma vez por mês a mercados e feiras para adquirir os seus produtos, e 60% dos consumidores admite nunca comprar cabazes ou ir diretamente à produção comprar os seus produtos. De facto, apenas menos de 15% dos inquiridos utiliza uma destas duas últimas modalidades pelo menos uma vez por semana (Fig. 3).

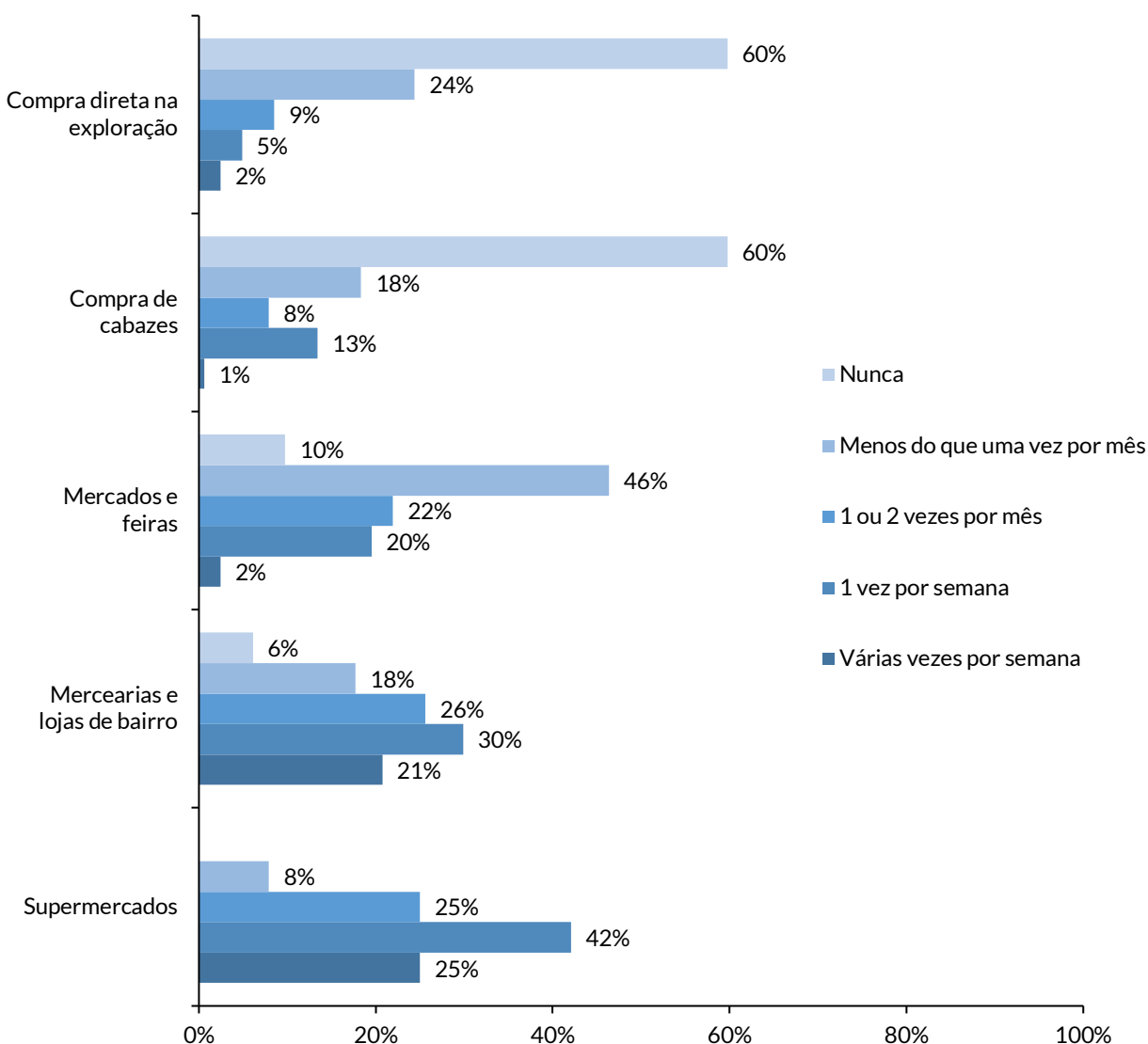


Figura 3. Frequência com que são feitas compras de alimentos em cada tipologia de local.

Relativamente à distância percorrida para comprar em cada um dos locais inquiridos, a grande maioria dos consumidores diz percorrer menos de 5km para fazer compras em supermercados (72%) ou mercearias e lojas de bairro (78%). Já para comprar em mercados e feiras, 43% dos consumidores diz percorrer menos de 5km e 24% percorre entre 5 e 10km. As compras diretamente na exploração levam os consumidores a percorrer distâncias variadas, havendo consumidores (14%) que percorrem 10 a 50km para adquirir os seus produtos (Fig. 4).

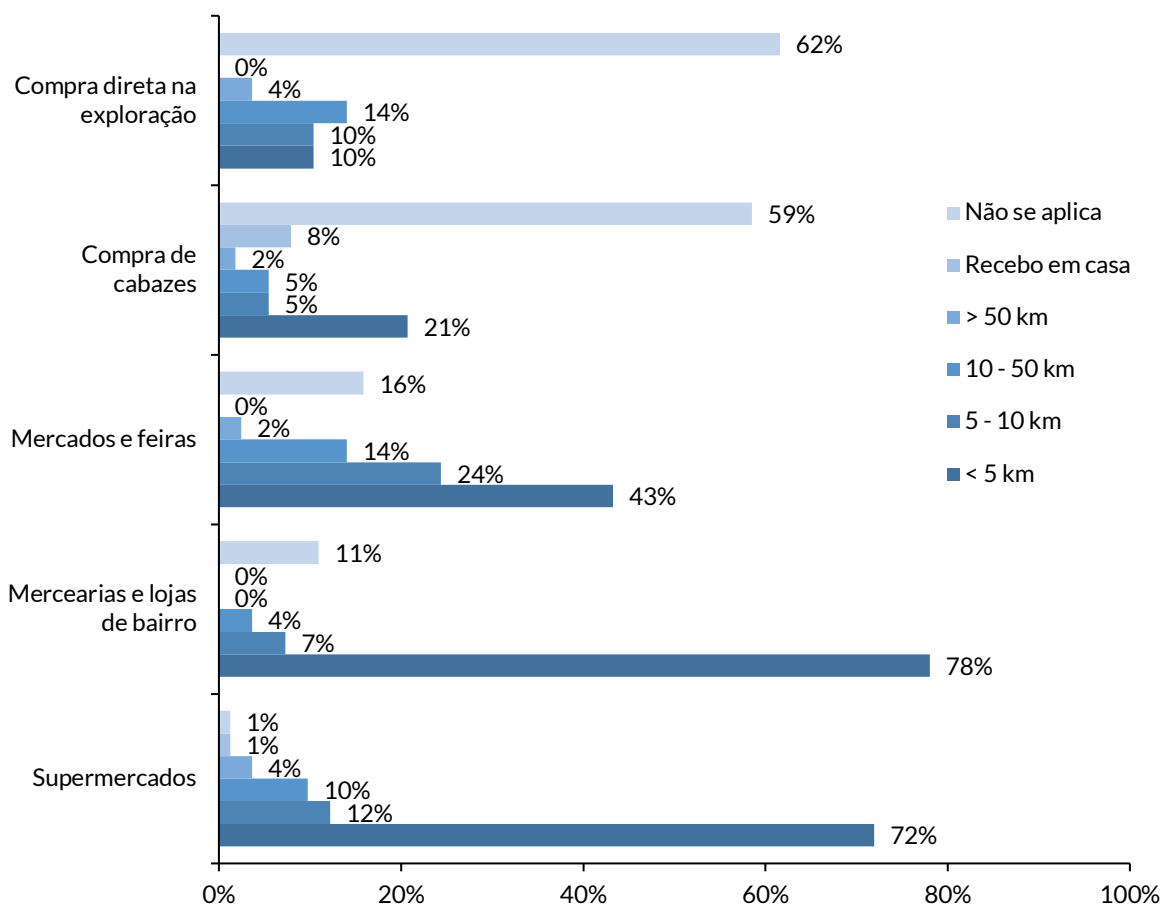


Figura 4. Distância percorrida pelos inquiridos para a compra de alimentos em cada um dos tipos de local.

De notar que não só a maioria dos consumidores compra os seus alimentos em supermercados e mercearias e lojas de bairro mais frequentemente, como a distância percorrida para o efeito é consideravelmente menor relativamente aos restantes tipos de local. Estes resultados evidenciam a necessidade de aproximar os consumidores dos produtores e facilitar o seu acesso a produtos sustentáveis, nomeadamente através da criação e consolidação de cadeias curtas de abastecimento.

Ao pedir que identificassem os locais onde compram diferentes categorias de alimentos (Frutas e legumes, Carnes e enchidos, Peixes e mariscos, Ovos e laticínios, Pães e cereais, Outros alimentos), verificou-se que as diferentes categorias de alimentos são compradas numa proporção semelhante nos diferentes locais: 30 a 32% dos consumidores compra alimentos de todas as categorias em mercearias e lojas de bairro, 26 a 27% em mercados e feiras, 20 a 22% em supermercados, 10 a 11% diretamente na exploração agrícola e 10 a 12% através da modalidade “cabaz” (Fig. 5).

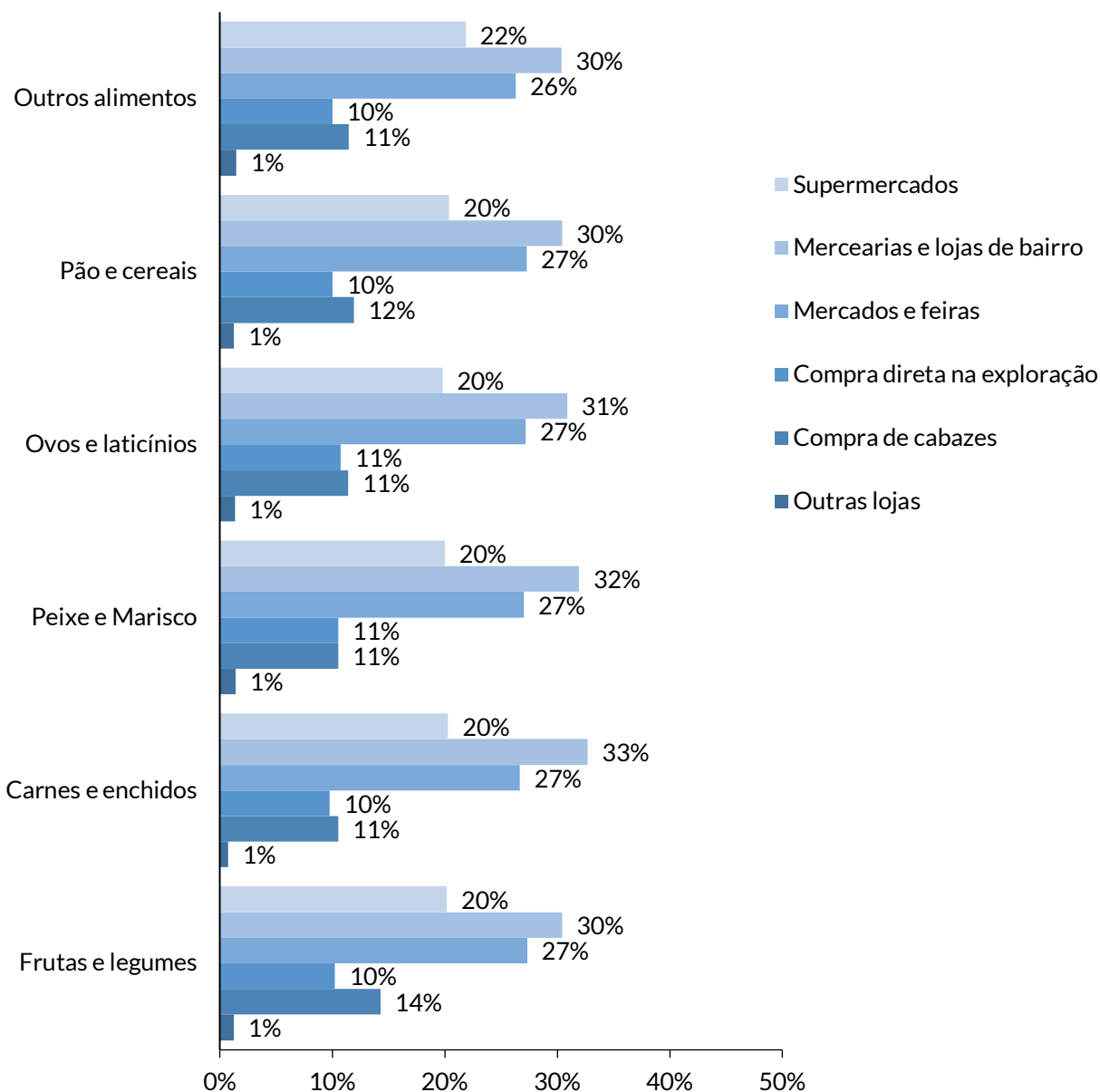


Figura 5. Local escolhido pelos inquiridos para a compra de cada categoria de produtos alimentares.

Fatores mais valorizados pelos consumidores na escolha dos alimentos

Quanto aos fatores que os consumidores mais valorizam na escolha dos alimentos a comprar, sobressaem como muito importantes a qualidade dos produtores (91%), a saúde (71%) e a origem dos produtos (regional, nacional, da União Europeia, internacional, etc.; 63%). No entanto, é de salientar que pelo menos 70% dos consumidores inquiridos considera todos os fatores avaliados muito ou algo importantes (**Fig. 6**).

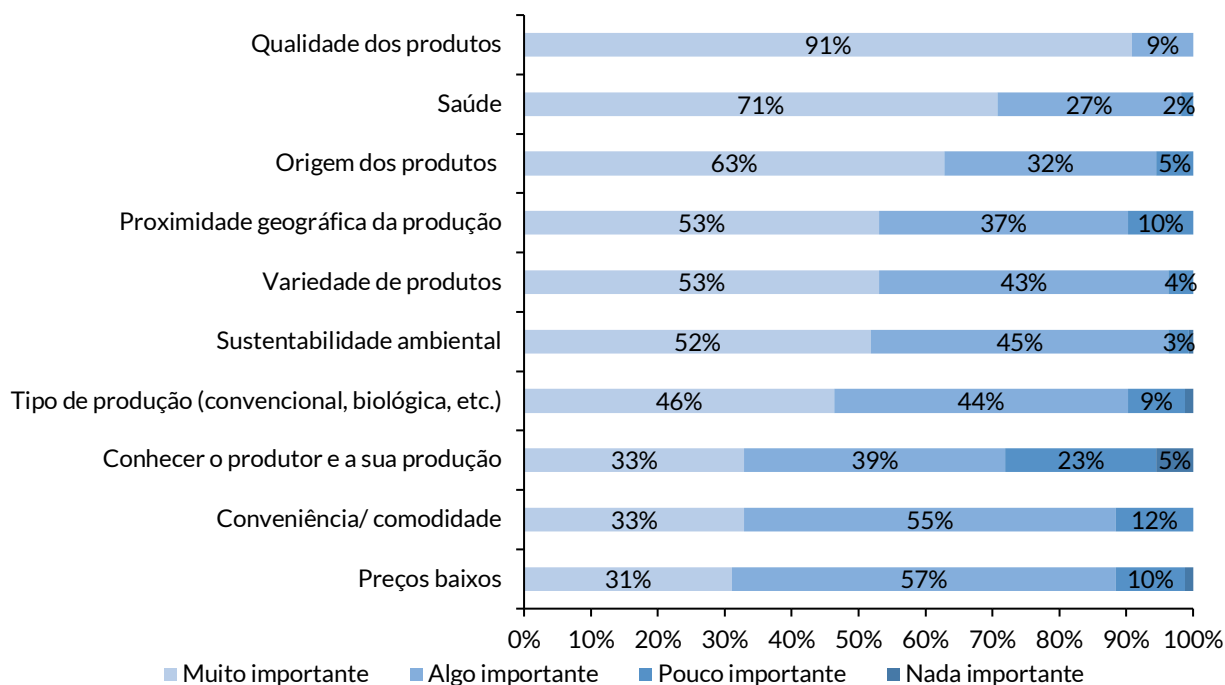


Figura 6. Nível de importância atribuído pelos inquiridos a cada aspeto evidenciado aquando da compra de produtos alimentares.

De forma a aprofundar a resposta dada em cima, foi também pedido aos inquiridos que seleccionassem quais os fatores que mais valorizavam, conforme o local onde é feita a compra. Nos supermercados, é valorizado principalmente a variedade de produtos (63%), a conveniência / comodidade (61%) e os preços baixos (60%) (**Fig. 7**). A conveniência / comodidade é também importante na compra em mercearias e lojas de bairro (43%), sendo também particularmente valorizada neste caso a qualidade dos produtos (42%). Ao nível dos mercados e feiras, os consumidores valorizam principalmente a origem (45%) e qualidade (43%) dos produtos (**Fig. 7**).

É interessante referir que os fatores mais valorizados na compra de cabazes e compra direta na exploração são bastante diferentes dos anteriores. A saúde (21%), a origem dos produtos (19%) e o tipo de produção (18%) são os elementos mais valorizados na compra de cabazes, enquanto os consumidores que compram diretamente na exploração valorizam, principalmente, conhecer o produtor e a sua exploração (27%) (**Fig. 7**).

No contexto do projeto GrowLIFE, importa destacar que cerca de 78% dos consumidores considera muito ou algo importante conhecer o produtor e a sua produção e que 96% dos inquiridos respondeu afirmativamente quando questionado sobre o interesse em conhecer produções agrícolas sustentáveis perto do seu local de residência. A estes últimos foi pedido que seleccionassem os fatores que consideram relevantes ao visitar uma produção agrícola. A grande maioria das opções dadas no inquérito foram consideradas muito ou algo importantes pela maioria dos consumidores, tendo as opções poder verificar a qualidade dos produtos, conhecer as práticas agrícolas aplicadas e os produtos produzidos sido considerados os pontos mais importantes (78%, 74% e 64%, respetivamente) (**Fig. 8**).

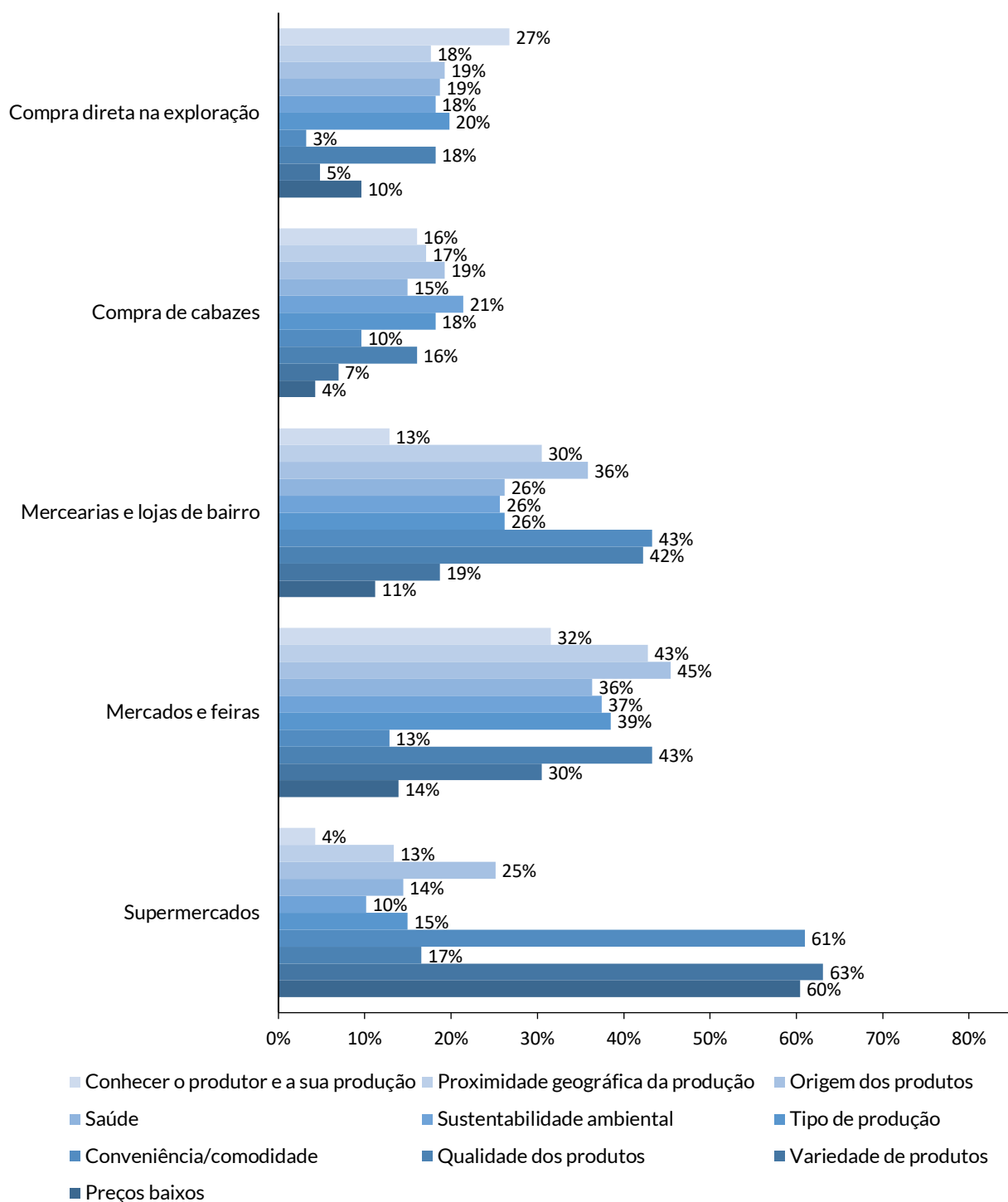


Figura 7. Nível de importância atribuído pelos inquiridos a cada aspeto evidenciado aquando da compra de produtos alimentares, por tipo de local.

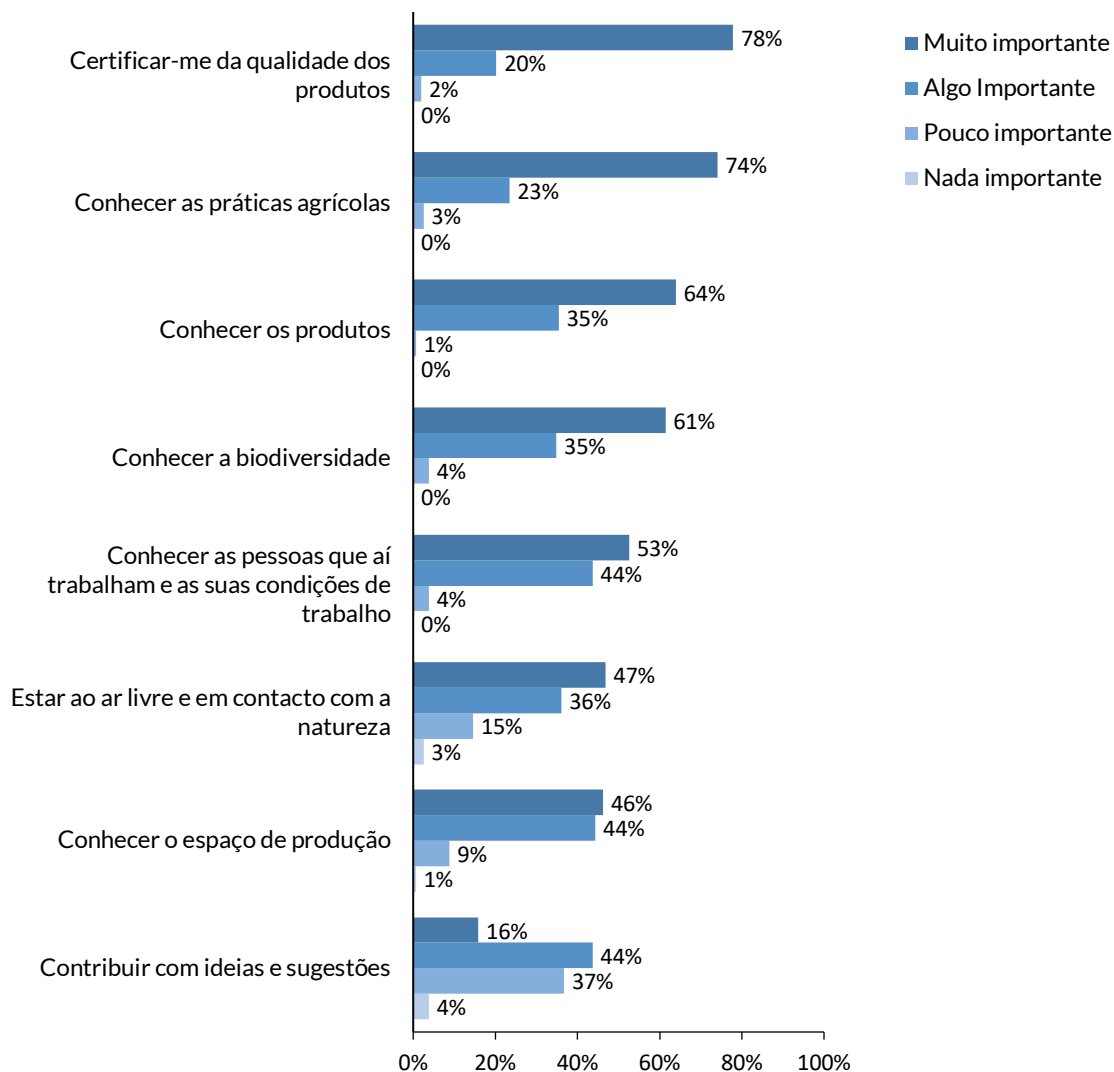


Figura 8. Importância dada a diferentes benefícios de visitar uma produção agrícola pelos consumidores inquiridos que demonstraram interesse em ter um contacto mais próximo com as produções de origem dos alimentos que consomem.

Perceção dos produtores

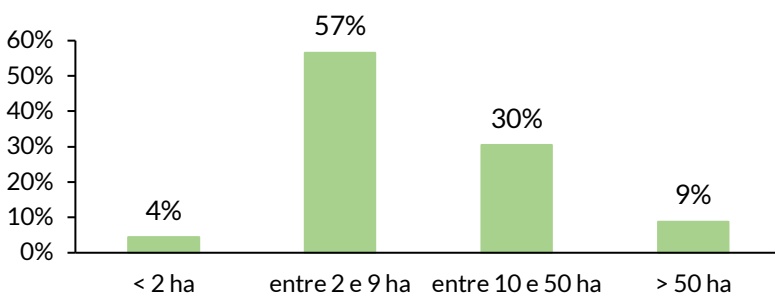
Este capítulo apresenta os resultados das perguntas dirigidas exclusivamente a produtores, com o objetivo de caracterizar as produções agrícolas em Portugal continental, as suas práticas agrícolas e as suas estratégias de venda.

Caracterização de produções agrícolas

As propriedades agrícolas dos produtores inquiridos estão distribuídas por 18 concelhos diferentes. Um total de 22% dos inquiridos é produtor há mais 20 anos, 43% entre 10 e 20 anos e 35% há menos de 10 anos. Relativamente ao número de pessoas que trabalham em cada produção agrícola, 35% das produções emprega 2 pessoas, 26% entre 3 e 5 pessoas, 22% apenas 1, e 13% mais de 5 pessoas. A maioria das produções tem até 9 ha (61%), com apenas 9% tendo uma área maior do que 50 ha (**Fig. 9A**).

Cerca de 50% dos produtores produz frutícolas e/ou hortícolas, 14% produz gado e/ou produtos animais, 11% explora um olival, enquanto as restantes categorias são exploradas por menos de 10% dos produtores inquiridos (**Fig. 9B**).

A



B

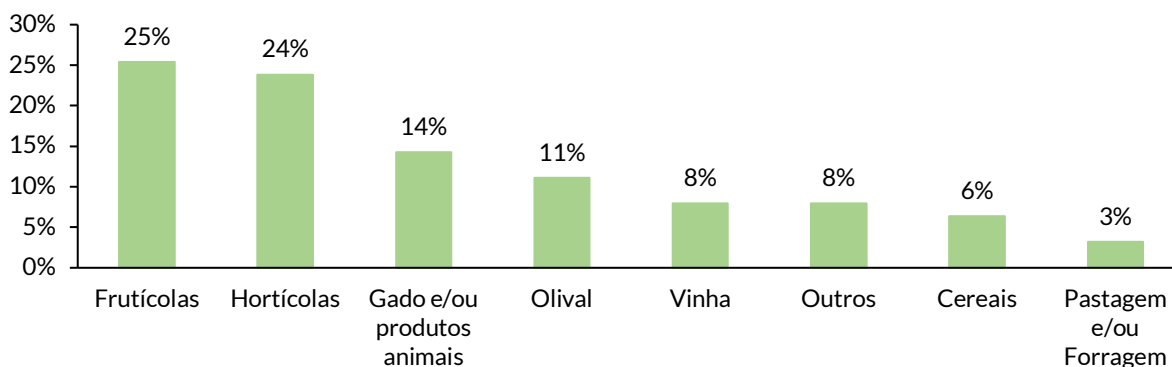


Figura 9. Características das produções agrícolas dos inquiridos relativamente ao tamanho das suas explorações (em ha) (A) e aos principais tipos de cultura produzidas (B). De notar que em B, a categoria “Outros” é relativa a plantas medicinais, ervas aromáticas, leguminosas, pomar ou mel.

Caracterização de práticas agrícolas

Quanto ao tipo de produção praticada, 32% dos produtores inquiridos pratica agricultura biológica, 17% agricultura regenerativa ou permacultura. 34% dos inquiridos indicaram realizar outros tipos de produção, incluindo agricultura sintrópica (12%) e biodinâmica (5%). Curiosamente, apenas 7% dos inquiridos diz praticar agricultura convencional (5%) ou produção integrada (2%) (**Fig.10**). Estes resultados não são representativos da população de produtores portuguesa, uma vez que de acordo com o último Recenseamento Agrícola (2019) apenas 1,4% das explorações agrícolas do país aplicam modo de produção biológico⁴.

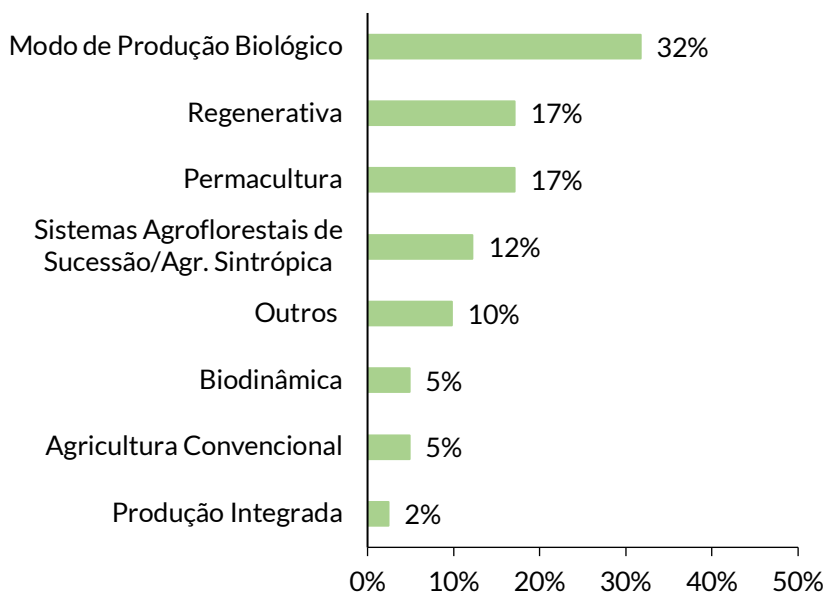


Figura 10. Tipo de prática agrícola realizada pelos inquiridos. Note que a categoria “Outros” inclui práticas de agricultura amigável, de precisão, tradicional sem produtos químicos e pastoreio extensivo.

Quando questionados em relação aos tipos de fertilizante e/ou corretivos de solo mais frequentemente utilizados, 61% dos produtores afirmaram aplicar algum tipo de fertilizante e/ou corretivo de solo, sendo mais comumente usados produtos de origem animal (30%), seguido dos de origem mineral (27%) e dos de origem vegetal (27%). Em contrapartida, apenas 9% dizem usar fertilizantes/corretores de solo sintéticos (**Fig. 11A**).

Relativamente ao destino dos seus resíduos orgânicos, 34% dos produtores inquiridos fazem compostagem, 22% usam-nos para alimentar os animais, 20% usam-nos como cobertura de solo e 14% incorporam-nos diretamente na terra. Apenas 10% não utilizam os resíduos, com 6% dos produtores queimando-os e 4% colocando-nos no lixo comum (**Fig. 11B**).

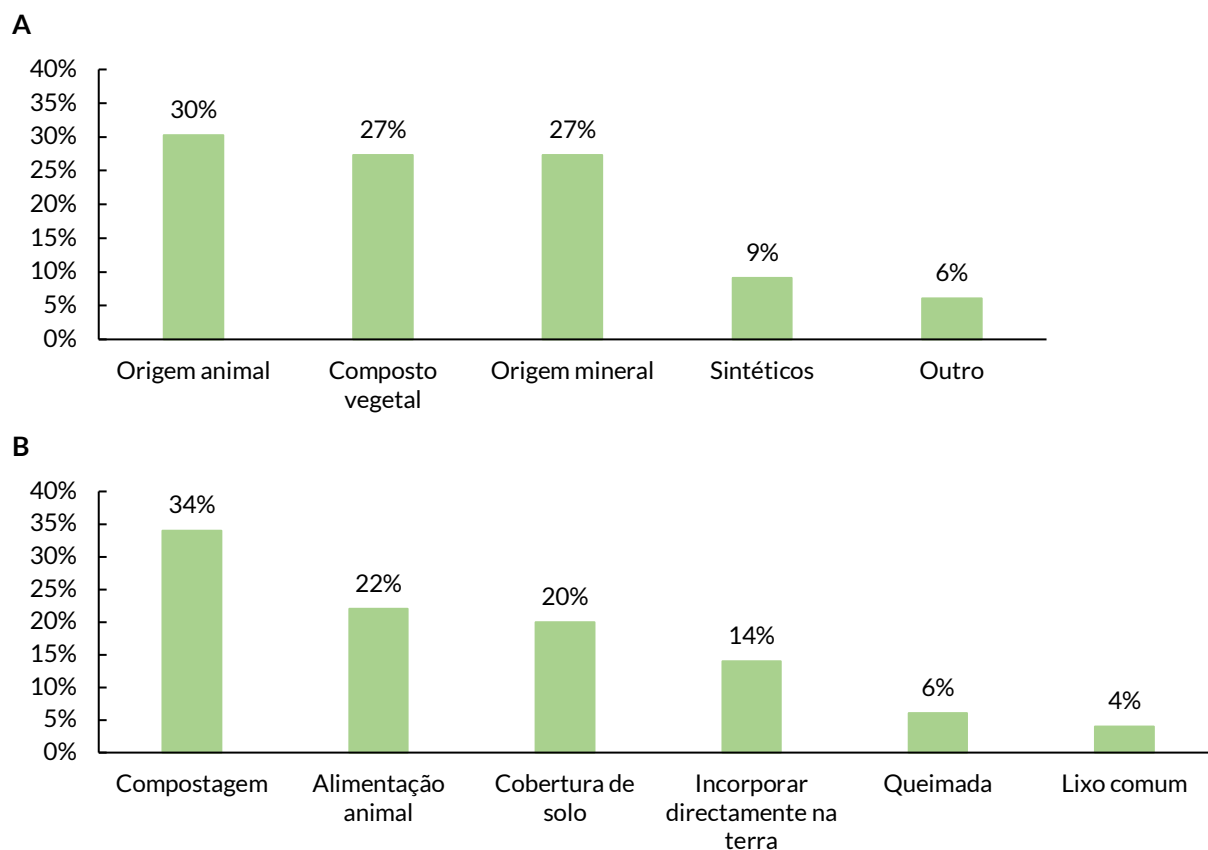


Figura 11. Caracterização das práticas agrícolas dos inquiridos relativamente aos tipos de fertilizante e/ou corretivos de solo mais frequentemente utilizados (A) e ao destino dado aos resíduos orgânicos (B).

Quando questionados relativamente aos tipos de técnicas aplicadas no combate a pragas e doenças, 57% dos inquiridos diz utilizar várias técnicas. Estas incluem a aplicação de pesticidas biológicos (38%) ou sintéticos (15%), luta biológica (62%), luta biotécnica (38%), práticas culturais (38%) (**Fig. 12**).

Finalmente, ao perguntar aos produtores sobre a importância da biodiversidade nas suas propriedades agrícolas, todos os grupos são considerados muito importantes por 50% ou mais dos produtores. Os insetos foram os mais valorizados, com 73% dos inquiridos considerando-os muito importantes e 23% algo importantes, seguidos das aves e répteis, cada um com 68% dos produtores considerando-os muito importantes e 23 e 27%, respetivamente, achando-os algo importantes (**Fig. 13**).

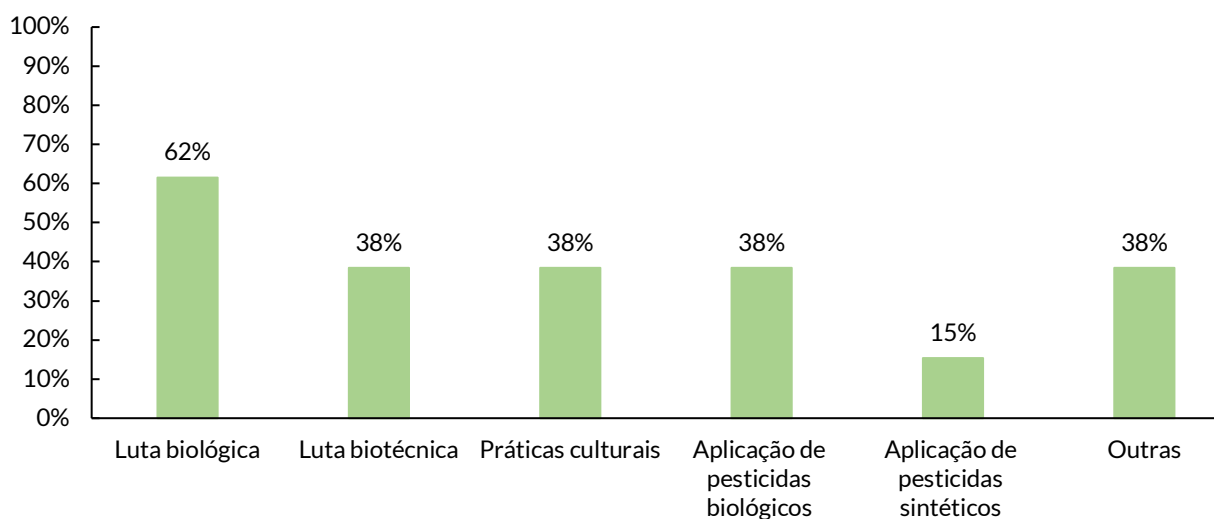


Figura 12. Tipos de técnicas aplicadas pelos inquiridos no combate a pragas e doenças. De notar que cada categoria pode incluir diferentes exemplos de práticas: “Luta Biológica” inclui largadas, sebes, faixas coloridas, etc.; “Luta biotécnica” refere-se a armadilhas, difusores de feromonas, etc.; “Práticas culturais” é relativo a práticas como a lavra ou desfolha, entre outros; “Aplicação de pesticidas biológicos” inclui inseticidas e/ou fungicidas, enquanto a “Aplicação de pesticidas sintéticos” está associada a herbicidas, inseticidas, fungicidas. De notar também que a categoria “Outras” inclui práticas como a observação e eliminação manual, preparados realizados na quinta, rotação de culturas e culturas auxiliares ou terra diatomácea.

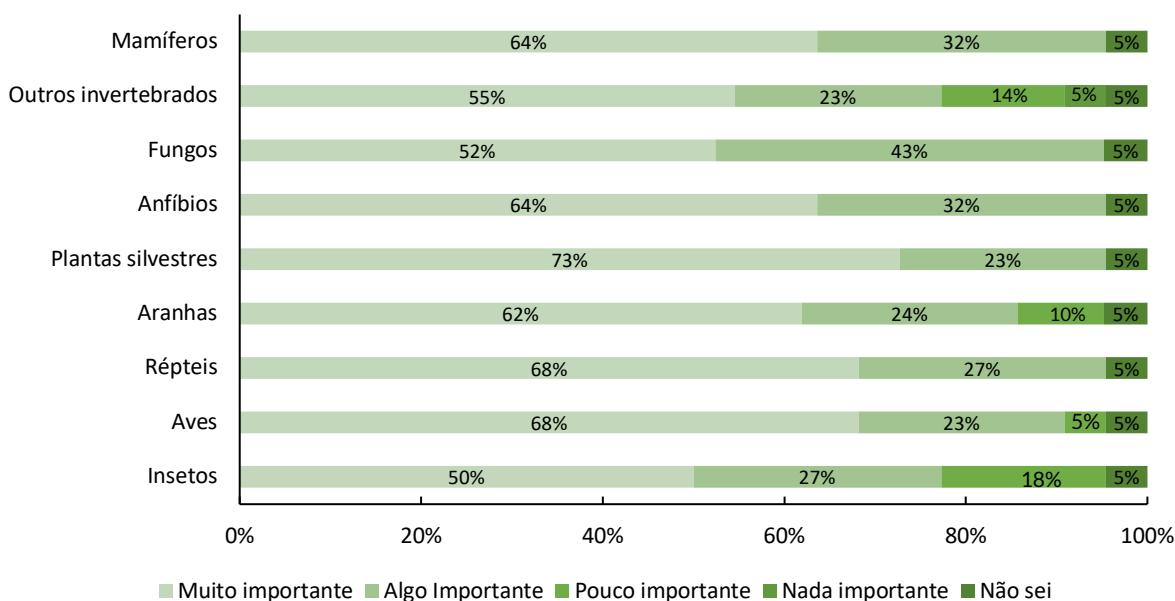
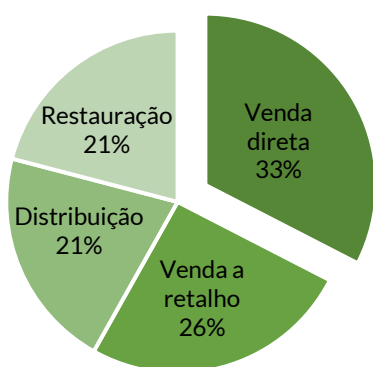


Figura 13. Importância atribuída pelos inquiridos à manutenção de cada categoria de seres vivos na sua exploração agrícola.

Estratégias de venda/rendimentos

Em relação à distribuição de venda dos alimentos que são produzidos, 32% dos produtores afirmaram realizar vendas diretas (**Fig. 14A**). Destes, 27% afirmaram vender diretamente na exploração, 22% através de cabazes, mercados ou feiras, seguidos de 18% que afirmaram vender online. Aqueles que responderam vender os seus produtos de outra forma (10%) dizem fazê-lo através de Associações para a Manutenção da Agricultura Proximidade, grupos de consumo ou na beira de estrada (**Fig. 14B**). Para além das vendas diretas, 26% dos produtores diz escoar os seus produtos através de venda a retalho, 21% vende para distribuição e 21% para a restauração (**Fig. 14A**).

A



B

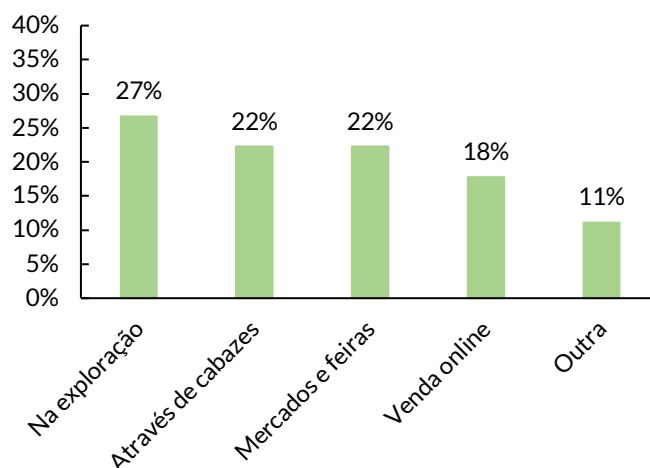


Figura 14. Formas de venda dos produtos da exploração dos inquiridos (A). No caso dos inquiridos que praticam venda direta, formas/locais da mesma (B).

Relativamente ao sucesso de vendas, mais de 80% dos produtores dizem conseguir escoar todos os produtos produzidos, mas apenas metade (41%) fá-lo ao preço planeado, enquanto os restantes acabam por o fazer a um preço inferior (41%). Apenas 9% tem dificuldade em escoar a produção e os restantes 9% têm excesso de procura (**Fig. 15**). Para além da venda dos próprios produtos, 3 dos 23 inquiridos responderam que vendem produtos de outras produções, incluindo hortícolas, produtos animais, entre outros. As razões para vender estes produtos prendem-se com a necessidade de ter diversidade de produtos ou garantir a qualidade dos mesmos.

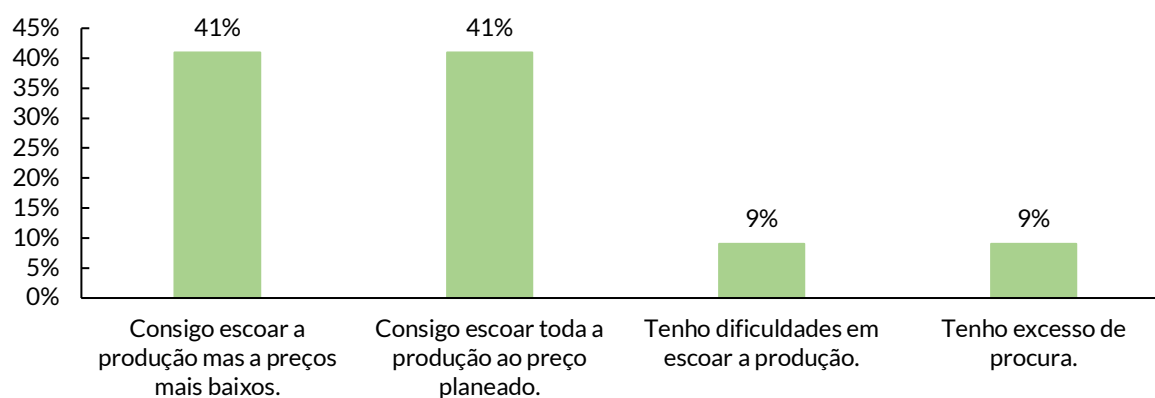


Figura 15. Sucesso de vendas dos inquiridos.

Para além disto, a grande maioria dos produtores (91%) tem outras fontes de rendimento associadas à sua exploração agrícola, em particular subsídios e apoios agroambientais (39%), turismo (30%), cursos de formação/workshops (26%) e outras (35%) (Fig. 16).

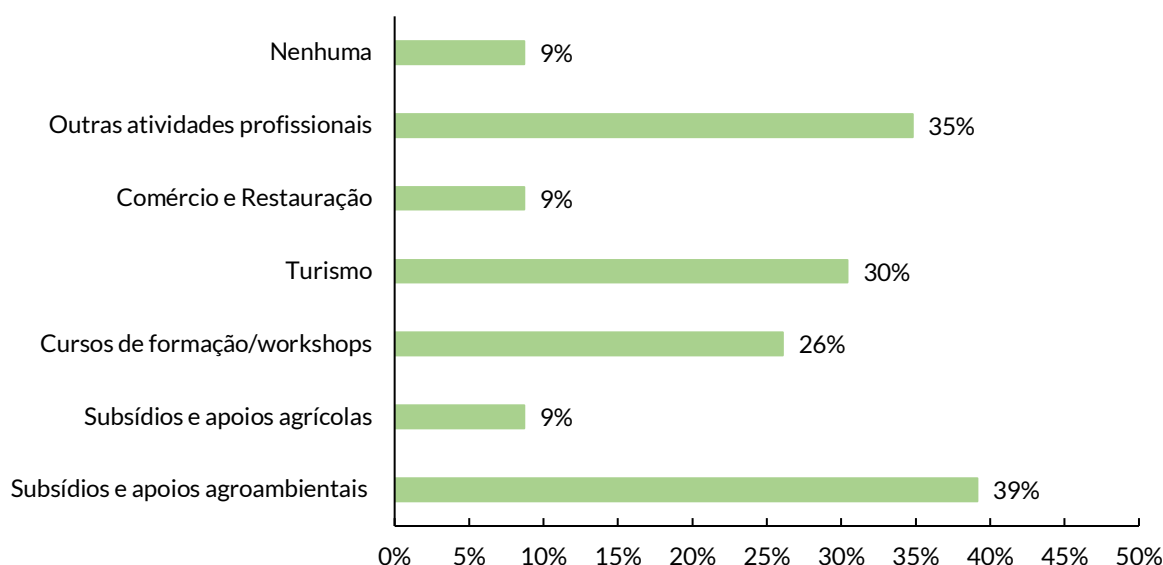


Figura 16. Fontes de rendimento associadas às explorações agrícolas dos inquiridos.

Conclusões

Os resultados presentes neste relatório evidenciam vários aspetos importantes da realidade do sistema alimentar português a considerar durante o desenvolvimento das atividades do GrowLIFE.

Em particular, destacam-se os resultados evidenciados pelas **Figuras 3 e 4**, que demonstram uma clara necessidade de promover uma aproximação entre produtores e consumidores. Efetivamente, a maioria dos consumidores inquiridos declarou nunca comprar cabazes ou deslocar-se a explorações agrícolas para comprar alimentos, sendo que muitos que o declaram fazer, fazem-no menos de uma vez por mês (**Fig. 3**). É importante referir também que a grande maioria dos consumidores compra os seus alimentos em supermercados e mercearias e lojas de bairro com elevada frequência (**Fig. 3**), sendo que estes correspondem também aos locais que se encontram mais perto e, portanto, mais acessíveis aos consumidores (**Fig. 4**). Estes resultados evidenciam a necessidade da criação e consolidação de cadeias curtas de abastecimento locais, bem como de promover iniciativas que facilitem o acesso dos consumidores a produtos sustentáveis e respetivos produtores.

Para além disto, os resultados presentes nas **Figuras 15 e 16** demonstram também a necessidade de promover a sustentabilidade económica e social da produção alimentar, uma vez que 41% dos produtores inquiridos declara não conseguir vender os seus produtos ao preço planeado (**Fig. 15**), e apenas 9% declara não ter uma fonte de rendimento para além da venda dos seus produtos (**Fig. 16**). Estes resultados evidenciam a necessidade de desenvolver iniciativas e políticas locais que promovam a sustentabilidade da produção agrícola, de forma que a mesma seja económica e socialmente viável, valorizando os produtores e a sua subsistência.

De acordo com a estratégia *Farm-to-Fork* da Comissão Europeia e a *Agricultural European Innovation Partnership*, a consolidação de cadeias curtas de abastecimento, bem como a proximidade dos consumidores aos produtores, são essenciais para a promoção de um sistema alimentar sustentável a nível económico, social e ambiental^{1,5}. Ao promover o contacto entre estes atores do sistema alimentar e a criação de cadeias curtas de abastecimento em várias regiões de todo o país, o plano de trabalhos do projeto GrowLIFE está adequadamente alinhado com as necessidades dos consumidores e produtores identificadas neste relatório, e contribuirá significativamente para o objetivo da promoção da sustentabilidade do sistema alimentar português em todas as suas vertentes.

Importa, no entanto, salientar que a amostra de inquiridos na realização nesta análise de necessidades pode não ser suficientemente representativa da generalidade dos consumidores e produtores portugueses. De facto, a quase totalidade dos consumidores inquiridos declaram ter interesse em conhecer explorações agrícolas sustentáveis perto da sua área de residência (**Fig. 8**). Do mesmo modo, 32% dos produtores inquiridos declaram aplicar o Modo de Produção Biológico nas suas explorações (**Fig. 10**), sendo que apenas 1,4% das explorações agrícolas do país praticam o mesmo³. Nesse sentido, ao longo do projeto, será necessária uma particular atenção e esforço relativo a uma ampla disseminação das atividades e resultados, de forma a consencionalizar e envolver o maior número de diferentes atores possível.

3. Decisores políticos

Contexto geral

Este inquérito teve como objetivos mapear as estratégias existentes a nível municipal para a implementação de circuitos curtos agroalimentares, identificar barreiras e potenciais formas de as ultrapassar, determinar os atores e partes interessadas mais relevantes no processo e recolher ideias e *feedback* dos decisores políticos.

Uma cadeia curta de abastecimento alimentar (CCAA), tal como definida pela UE, é uma cadeia de abastecimento que envolve um número limitado de operadores económicos, empenhados na cooperação, no desenvolvimento económico local e na manutenção de relações geográficas e sociais estreitas entre produtores, transformadores e consumidores de alimentos⁶.

O inquérito foi distribuído eletronicamente a técnicos municipais e decisores políticos locais dos 308 Municípios de Portugal (278 em Portugal Continental, 19 na Região Autónoma dos Açores e 11 na Região Autónoma da Madeira) e esteve aberto de 28 de fevereiro a 4 de junho de 2024. Foram recebidas um total de 34 respostas válidas de vários municípios a nível nacional (**Fig. 17**), incluindo um município dos Açores (não apresentado). Os dados foram recolhidos através de um questionário *online*, composto por perguntas de escolha múltipla e perguntas abertas para recolher *feedback* qualitativo.

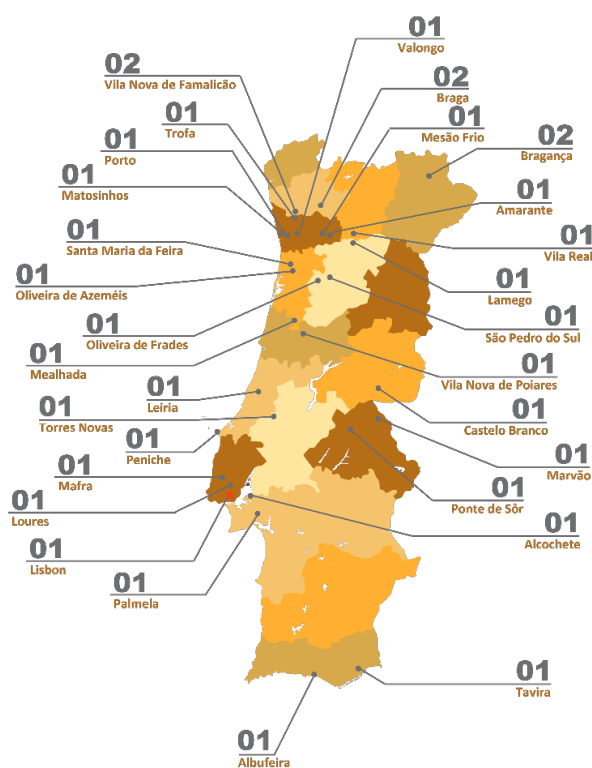


Figura 17. Localização, por município, dos funcionários municipais inquiridos.

As respostas ao inquérito foram recolhidas junto de um grupo diversificado de funcionários municipais e decisores políticos, incluindo Chefes de Divisão, Técnicos Superiores e Vereadores. Além disso, foram recebidas respostas de Vice-Presidentes, Gestores de Projetos, Diretores de Departamento, Chefes de gabinetes agrícolas municipais e secretários. Esta ampla representatividade garantiu uma compreensão abrangente das estratégias atuais e dos desafios relacionados à implementação das cadeias curtas de abastecimento no âmbito municipal.

Modalidades existentes de Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar em Portugal

Os resultados do inquérito revelam que existem várias modalidades de cadeias curtas de abastecimento alimentar já implementadas nos municípios portugueses. As formas mais comuns incluem a venda direta aos consumidores em feiras e mercados locais, destacada por 94% dos inquiridos. As vendas em lojas e supermercados locais, bem como vendas diretas aos consumidores na exploração agrícola ou nas lojas físicas dos produtores, também foram significativas, tendo sido citadas por 50% dos inquiridos. Tanto os cabazes alimentares e as plataformas *online* para produtos locais, como as vendas diretas a restaurantes e/ou hotéis, foram referidos por 41% dos inquiridos. As vendas diretas a estabelecimentos de restauração coletiva, como cantinas escolares, foram mencionadas por 26% dos inquiridos, enquanto as comunidades de consumidores e os grupos de compras coletivas foram identificados por 18% dos inquiridos. Os métodos menos comuns incluem a venda direta a potenciais consumidores em locais estratégicos e a venda *online* em plataformas de *marketplace* como o Hortee, ambos mencionados por 3% dos inquiridos (Fig. 18).

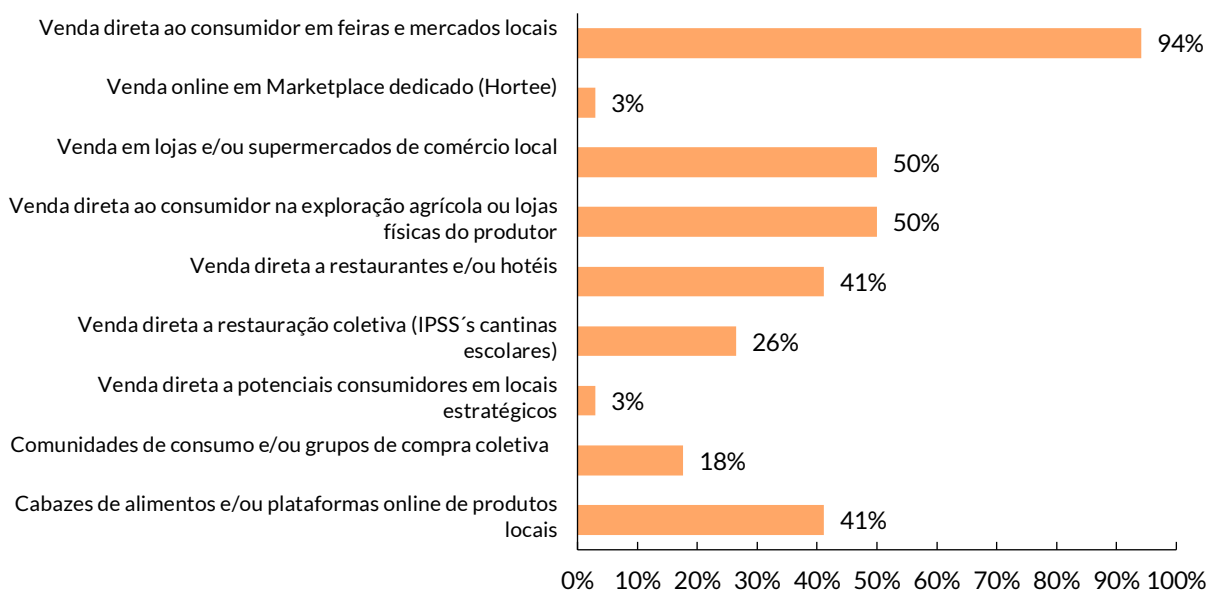


Figura 18. Modalidades de Cadeias Curtas de Abastecimento identificadas.

Principais desafios à implementação de CCAA nos municípios

Foram identificados vários desafios e barreiras à implementação de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos municípios inquiridos (Fig. 19).



Figura 19. Barreiras à implementação de Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar identificadas.

A concorrência das cadeias longas de abastecimento agroalimentar, em particular dos supermercados, foi identificada como o desafio mais significativo para a implementação de CCAA, identificado por 82% dos inquiridos. A dificuldade em estabelecer parcerias entre agricultores e consumidores foi identificada por 68% dos inquiridos. A falta de organização entre agricultores e a falta de informação ou conhecimento sobre os circuitos curtos de abastecimento agroalimentar foram obstáculos considerados significativos, mencionados por 62% e 59% dos inquiridos, respetivamente. As barreiras legais ou regulatórias foram citadas por 56% dos inquiridos. A iliteracia digital na utilização de plataformas *online*/virtuais para a venda de produtos locais foi referida por 50% dos inquiridos. As dificuldades logísticas na distribuição dos produtos foram identificadas por 41% dos inquiridos. A resistência ou falta de interesse dos agricultores como dos consumidores foram ambas mencionadas por 29% dos inquiridos. As barreiras económicas à implementação do circuito curto foram referidas por 26% dos inquiridos. A falta de estruturas e/ou infraestruturas adequadas, tais como mercados ou outros locais de comercialização, foi mencionada por 18% dos inquiridos. Entre os desafios menos comuns contam-se a falta de sensibilização dos consumidores, a falta de agricultores e o abandono das terras, a falta de incentivos diretos aos produtores para criarem os seus próprios mercados e a falta de oferta e de empreendedorismo, cada um referido por 3% dos inquiridos.

Estratégias para ultrapassar os desafios à implementação de CCAA

Foram sugeridas várias estratégias para ultrapassar os desafios à implementação de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos municípios. A estratégia mais frequentemente mencionada, identificada por 74% dos inquiridos, é o desenvolvimento de parcerias entre atores locais, como produtores, consumidores, associações e municípios. Segue-se a promoção de campanhas de valorização dos produtos locais, apoiada por 71% dos inquiridos. O investimento em logística e distribuição eficiente dos produtos locais foi destacado por 59% dos inquiridos. A criação de incentivos financeiros ou subsídios para os agricultores e consumidores na compra e/ou venda de produtos locais foi apoiada por 56% dos inquiridos. A promoção de *workshops* ou formações para agricultores sobre venda direta foi destacada por 50% dos inquiridos. Tanto a criação de feiras e mercados para valorização dos produtores locais como os investimentos na melhoria das infraestruturas logísticas foram destacados por 41% dos inquiridos. A promoção de eventos para a sensibilização e informação sobre os circuitos curtos agroalimentares para consumidores e agricultores foi assinalada por 38% dos inquiridos. A simplificação dos procedimentos legais para a compra de produtos locais recebeu menos ênfase, tendo sido mencionada por 6% dos inquiridos. A promoção de eventos de sensibilização dirigidas aos jovens ou aos pais/encarregados de educação nas escolas foram mencionadas por apenas 3% dos inquiridos (**Fig. 20**).



Figura 20. Estratégias identificadas para ultrapassar os desafios à implementação de CCAA.

Instituições identificadas como adequadas para liderar a implementação de CCAA

Questionados sobre que instituições serão adequadas para liderar a implementação de ações destinadas a promover cadeias curtas de abastecimento agroalimentar, os inquiridos destacaram um leque diversificado de organizações. As instituições mais frequentemente apontadas como potenciais líderes para esta implementação foram os próprios municípios, identificados por 76% dos inquiridos. As cooperativas agrícolas, as associações de agricultores e as organizações de produtores também obtiveram um apoio substancial, sendo cada uma mencionada por 74% dos inquiridos. O Ministério da Agricultura foi considerado significativo por 35% dos inquiridos. As juntas de freguesia receberam uma menção mínima, tendo sido referidas por 6% dos inquiridos. As associações de desenvolvimento local e universidades, os coletivos de consumidores e o governo central foram identificados por apenas 3% dos inquiridos. Estas respostas destacam a necessidade de promover uma abordagem descentralizada e colaborativa para garantir o sucesso dos circuitos curtos agroalimentares (Fig. 21).

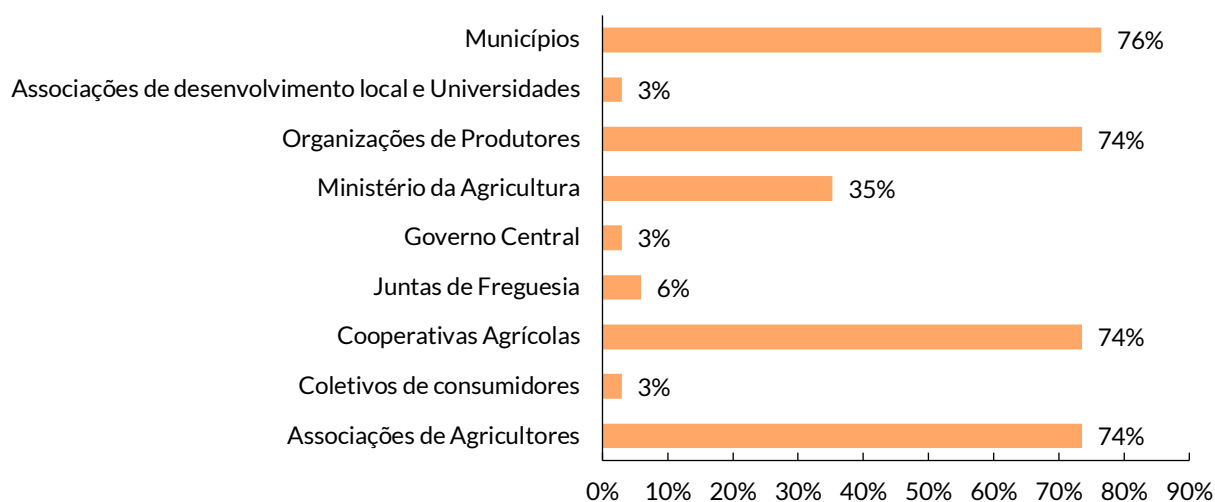


Figura 21. Opinião dos inquiridos sobre quais devem ser as principais instituições para liderar a implementação prática de CCAA.

Desafios adicionais identificados para a criação de CCAA

Para além dos desafios anteriormente mencionados, os inquiridos destacaram várias outras questões cruciais para o estabelecimento de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos seus municípios. Estas incluem a idade avançada e a desmotivação dos agricultores, agravadas pela falta de formação e apoio direto em métodos técnicos e científicos e processos de gestão. As complexidades regulamentares no sector alimentar foram também citadas como um obstáculo, especialmente para os agricultores locais não familiarizados com as suas exigências. Além disso, as preferências dos consumidores por alimentos processados, bem como a falta de planeamento urbano que integre a alimentação como componente central foram também apontadas como desafios. Questões como o envelhecimento da população, a distância nos municípios com maior extensão geográfica e a necessidade de melhorar as estruturas e a união entre produtores foram também sublinhadas como impedimentos críticos. Os inquiridos enfatizaram a necessidade de programas de incentivo, maior coordenação interministerial e a promoção de organizações de produtores para aumentar a viabilidade das cadeias curtas de abastecimento alimentar.

Medidas e ações para a implementação de CCAA

Os inquiridos propuseram uma série de medidas e ações para promover a criação e manutenção de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos seus municípios. As principais sugestões incluem a criação de plataformas de interação entre empresas, e entre empresas e consumidores, para facilitar as vendas diretas entre produtores e consumidores, juntamente com iniciativas para incentivar o consumo de produtos locais, em especial produtos frescos e vegetais. Também foram destacadas a criação de pequenos mercados e a adaptação dos mercados existentes para competir com os grandes retalhistas. Foram ainda salientados como ações cruciais as alterações à legislação, no sentido de simplificar os processos de aquisição de produtos, as atividades de formação para agricultores e empresários, e o desenvolvimento de campanhas para promover os produtos locais. Foi recomendada a colaboração entre os diversos intervenientes – produtores, consumidores, associações, municípios e universidades – para aumentar a consciencialização e a motivação, bem como para coordenar a logística de distribuição e armazenamento dos produtos. Outras propostas incluíram o desenvolvimento de uma rede intermunicipal, o aumento da produção agrícola utilizando práticas sustentáveis e o apoio a produtores ao nível de questões burocráticas. Em suma, os inquiridos sublinharam a importância de um planeamento abrangente e do desenvolvimento de parcerias para implementar eficazmente cadeias curtas de abastecimento agroalimentar.

Conclusões

As respostas ao inquérito fornecem informações valiosas sobre os desafios e oportunidades associados à implementação de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos municípios de Portugal. As principais conclusões destacam um conjunto de diversos obstáculos, incluindo complexidades regulamentares, restrições logísticas e a necessidade de consciencialização dos consumidores. Apesar destes desafios, existe um consenso claro sobre a importância dos esforços de colaboração entre as partes interessadas — produtores, consumidores, municípios e instituições de ensino — para ultrapassar estas barreiras e promover os produtos agrícolas locais. As soluções propostas destacam o desenvolvimento de infraestruturas de apoio, a adaptação das políticas locais para agilizar os processos e ações de sensibilização para incentivar a mudança das preferências dos consumidores. Estas propostas sublinham o potencial das cadeias curtas de abastecimento alimentar para melhorar as economias locais, as práticas sustentáveis e a saúde das comunidades, através de estratégias adaptadas às especificidades regionais e da coordenação interministerial.

1. **Existem vários desafios:** O inquérito destacou uma vasta gama de desafios enfrentados pelos municípios na implementação de cadeias curtas de abastecimento alimentar. Estes incluem barreiras regulamentares, questões logísticas na distribuição, falta de consciencialização dos consumidores e a idade avançada e desmotivação dos agricultores.
2. **Importância da colaboração entre os intervenientes:** Existe um consenso claro sobre a necessidade de colaboração entre as várias partes interessadas - produtores, consumidores, municípios, universidades e associações. Esta colaboração é crucial para ultrapassar barreiras, promover produtos locais e estabelecer estratégias logísticas e de venda eficazes.
3. **Necessidade de medidas de apoio:** Os inquiridos identificaram várias medidas de apoio necessárias para promover as cadeias curtas de abastecimento alimentar, tais como a criação de plataformas de interação entre empresas, e entre empresas e consumidores, a simplificação dos procedimentos legais, a disponibilização de incentivos financeiros e a promoção da formação e sensibilização dos agricultores e consumidores.
4. **Adaptação das infraestruturas e dos mercados:** A melhoria das infraestruturas, incluindo os mercados e as redes de distribuição, foi considerada fundamental para apoiar os produtores locais e satisfazer a procura dos consumidores. A adaptação dos mercados existentes e a criação de pequenos mercados foram consideradas medidas essenciais.
5. **Adaptação das políticas e regulamentos vigentes:** Foi identificada a necessidade de adaptação das políticas vigentes para melhor apoiar os produtores locais, simplificar os processos burocráticos e garantir condições equitativas entre os pequenos produtores e os grandes retalhistas.
6. **Ações educativas e de sensibilização:** A sensibilização dos consumidores para os benefícios dos produtos locais e para a importância de cadeias curtas de abastecimento é considerada fundamental. Foram sugeridas ações de sensibilização dirigidas às escolas e aos locais de trabalho para incentivar os consumidores a dar preferência a produtos locais e sazonais.

7. **Especificidade regional:** Os desafios e soluções propostos variaram consoante a região e a dimensão do município, salientando a necessidade de adaptar as abordagens aos contextos e recursos locais.
8. **Coordenação interministerial:** A coordenação entre diferentes ministérios (por exemplo, Agricultura, Economia, Finanças) foi identificada como necessária para abordar os constrangimentos e simplificar os processos que afetam os produtores locais.

Em conclusão, embora existam desafios significativos a ultrapassar, há também uma forte base de ideias e propostas dos intervenientes para o desenvolvimento e a implementação de políticas e iniciativas de apoio às cadeias curtas de abastecimento alimentar nos municípios. A colaboração, a adaptação das políticas, a melhoria das infraestruturas e os esforços educativos serão fundamentais para concretizar os potenciais benefícios destas iniciativas para as economias locais, a sustentabilidade e a saúde das comunidades.

4. Estudantes de restauração

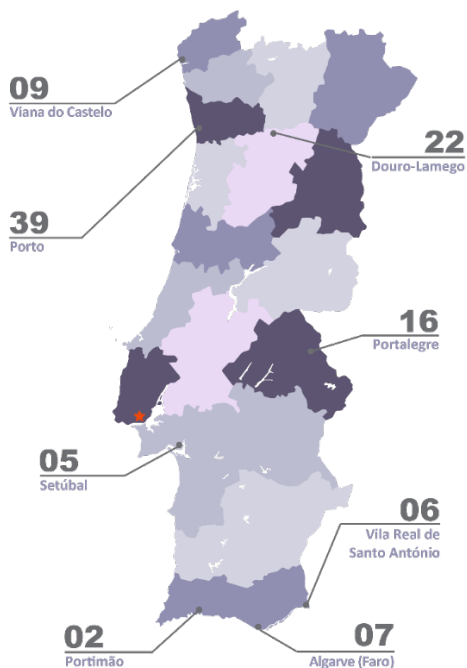
Contexto geral

O inquérito abaixo foi lançado pelo Turismo de Portugal, e esteve aberto de 27 de novembro de 2023 a 20 de janeiro de 2024, para os 1000 alunos inscritos nos cursos de nível 5 (cursos de especialização tecnológica) das 12 Escolas de Hotelaria e Turismo (EHT) em todo o território nacional. Este inquérito foi desenvolvido com o intuito de avaliar o nível de conhecimento e compreensão dos futuros gestores e chefes de cozinha sobre áreas-chave, como o impacto ambiental das suas escolhas de produção alimentar no setor da Hotelaria, Restauração e Catering (HoReCa). Foram também abrangidos conceitos importantes como a alimentação saudável e sustentável, a biodiversidade, o desperdício alimentar, a economia circular, entre outros. O objetivo deste inquérito foi de avaliar a compreensão geral dos estudantes relativamente a estes conceitos fundamentais e identificar necessidades de melhoria. Os resultados do inquérito servirão de base para a conceção de uma unidade de competência e materiais de apoio fornecidos nas Escolas de Hotelaria e Turismo, no âmbito da WP5 do GrowLIFE.

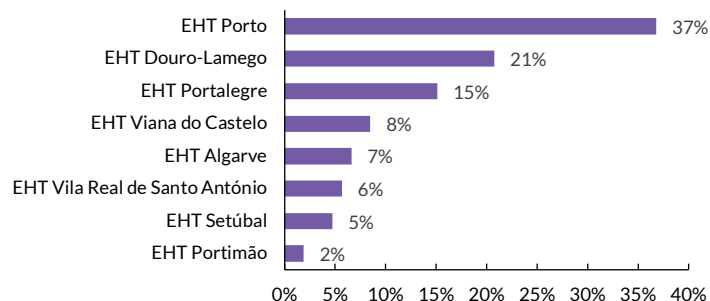
Caracterização da população inquirida

Conta-se um total de 106 inquiridos, pertencentes a 8 das 12 Escolas de Hotelaria e Turismo (EHT) do Turismo de Portugal (**Fig.22A**). A maioria das respostas provém de alunos de Escolas localizadas no norte do país, nomeadamente da EHT do Porto (37%) e de Douro-Lamego (21%) (**Fig.22B**). Os alunos inquiridos frequentam sobretudo o curso Gestão de Restauração e Bebidas (30%) e Gestão e Produção de Cozinha (25%), havendo ainda uma quantidade considerável de alunos a frequentar Gestão de Turismo (14%) e Gestão e Produção de Pastelaria (14%) (**Fig.22C**).

A



B



C

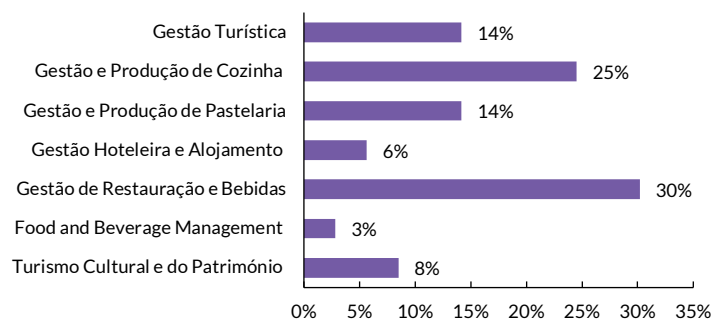


Figura 22. Localização geográfica das Escolas de Hotelaria e Turismo (EHT) onde estudam os alunos inquiridos (A), percentagem de inquiridos em cada EHT (B) e cursos frequentados pelos inquiridos (C).

A faixa etária dos inquiridos concentra-se entre os 18 e 20 (60%) e os 21 a 24 (20%) (**Fig. 23A**), sendo muito similar a percentagem de inquiridos do sexo feminino (51%) e do sexo masculino (47%) (**Fig. 23B**). Em termos de habilitações literárias, a grande maioria dos inquiridos conta com o 12º ano (87%) (**Fig. 23C**).

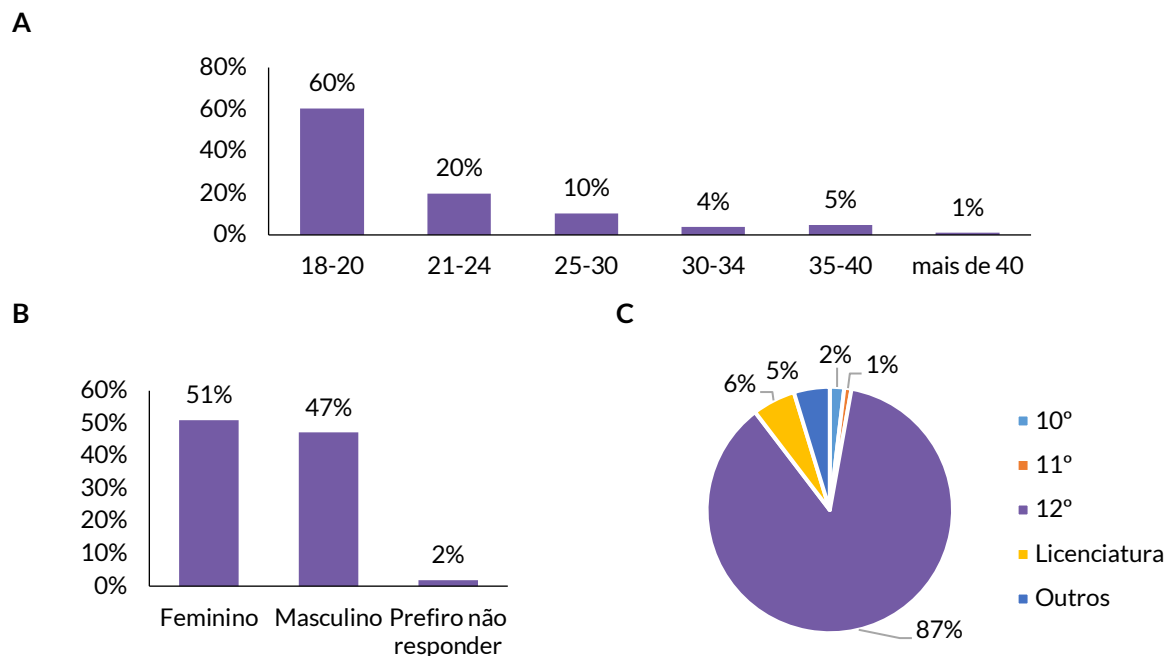


Figura 23. Caracterização dos alunos inquiridos em termos de idade (anos) (A), género (B) e qualificações académicas (C).

Perceção dos alunos

Conceitos relacionados com sustentabilidade

Foi avaliado o conhecimento dos inquiridos relativamente a vários conceitos relacionados com sustentabilidade, com vários resultados chave (**Fig. 24**). Os inquiridos apresentam elevada sensibilidade relativamente a conceitos como impacto ambiental (97%), alimentação sustentável (91%) e biodiversidade (91%). Sobre os conceitos como emissões de gases com efeito de estufa (87%) e responsabilidade social (84%) os inquiridos também revelaram um reconhecimento significativo. Por outro lado, verificou-se uma menor familiaridade com termos como cadeias curtas de abastecimento alimentar (27%), água verde-água azul (32%) e água invisível (27%), com mais de metade dos inquiridos a desconhecerem ou tendo ouvido falar, sem saber o que significam. Para além disto, embora 97% dos inquiridos conheçam conceitos como desperdício alimentar e 75% compreendam o que é a pegada ecológica, apenas 45% estão familiarizados com o conceito de economia circular, e 49% diz conhecer a valorização de subprodutos.

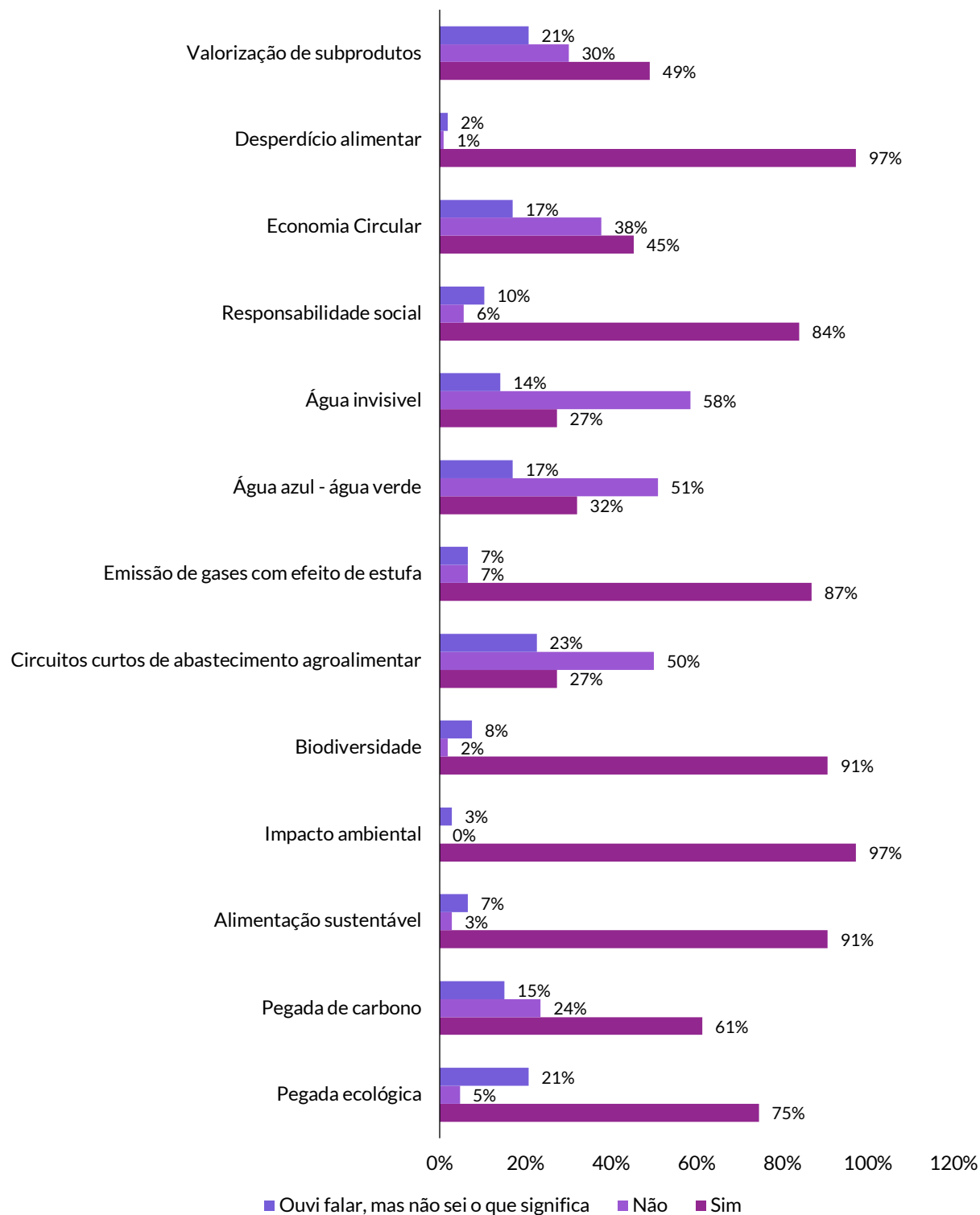


Figura 24. Perceção dos alunos inquiridos sobre conceitos relativos a Sustentabilidade.

De notar que uma parte significativa dos inquiridos admitiu ter ouvido certos termos, mas não saber o seu significado, destacando áreas em que é necessária mais educação e sensibilização. Nesse sentido, para fins educativos, os esforços devem centrar-se no aumento da compreensão relativamente a conceitos menos conhecidos, como “Água Invisível”, “Água Azul - Água Verde”, “Valorização de Subprodutos”, “Economia Circular” e “Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar”. Reforçar os conhecimentos nestas áreas não só ajudará os futuros cozinheiros e gestores a desenvolver uma compreensão mais abrangente dos princípios de sustentabilidade, como também contribuirá para aumentar a sua sensibilização para conceitos e práticas relacionados com sistemas alimentares sustentáveis, promovendo a adoção destas práticas no seu sector.

Conceitos relacionados com alimentação sustentável

No sentido de compreender quais os fatores considerados mais importantes para uma alimentação sustentável, foi pedido aos inquiridos que classificassem vários fatores de 1 a 5 (nada importante a muito importante). De modo a facilitar a interpretação e apresentação das respostas, estas foram categorizadas em três grupos: o aspeto ambiental da produção dos alimentos (**Fig. 25**), os fatores sociais e económicos (**Fig. 26**) e o tipo de alimentação e confeção (**Fig. 27**).

Relativamente aos aspetos ambientais, o respeito pela biodiversidade foi considerado o fator mais importante para uma alimentação sustentável, sendo que 59% dos inquiridos consideraram este fator Muito Importante, e 26% consideram-no Bastante Importante. (**Fig. 25**). O cultivo em modo de produção biológico foi também muito valorizado, com 49% dos inquiridos a considerá-lo como Muito Importante e 22% a classificá-lo como Bastante Importante. Além disso, o baixo impacto ambiental foi uma preocupação significativa, com 49% dos participantes a classificarem-no como Muito Importante e 22% como Bastante Importante. Estes dados revelam uma forte preferência dos inquiridos por práticas que protejam a biodiversidade, utilizem métodos de produção biológicos e minimizem o impacto ambiental.

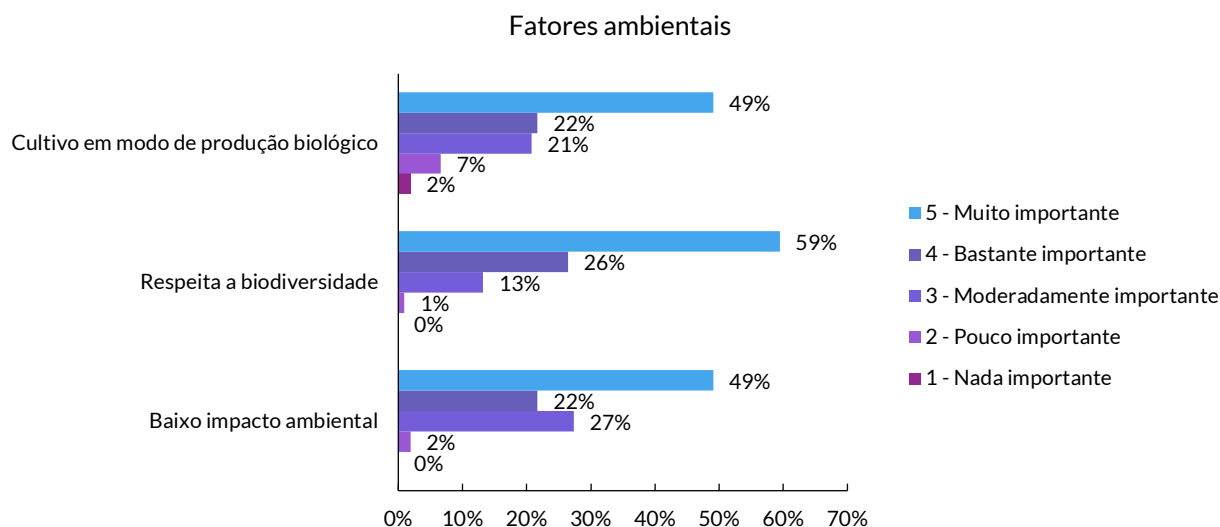


Figura 25. Perceção dos alunos inquiridos sobre conceitos relativos ao aspeto ambiental da produção dos alimentos, classificados de 1 – Nada Importante a 5 – Muito Importante.

Relativamente aos aspetos socioeconómicos (**Fig. 26**), os fatores avaliados incluíram o preço acessível, a transparência na cadeia de distribuição e as práticas de comércio justas, classificadas pelos inquiridos numa escala de 1 (Nada Importante) a 5 (Muito Importante). O preço acessível foi classificado como muito importante por 56% dos inquiridos, com 19% a classificá-lo como bastante importante e 22% como moderadamente importante. A transparência da cadeia de distribuição também foi significativa, com 37% dos inquiridos classificando-a como muito importante, 28% como bastante importante e outros 28% como moderadamente importante. As práticas de comércio justas foram altamente valorizadas, com 43% dos inquiridos a classificá-las como muito importantes, 22% como bastante importantes e 27% como moderadamente importantes. Apenas uma pequena percentagem de inquiridos classificou estes fatores como não muito importantes ou nada importantes (1-5%).

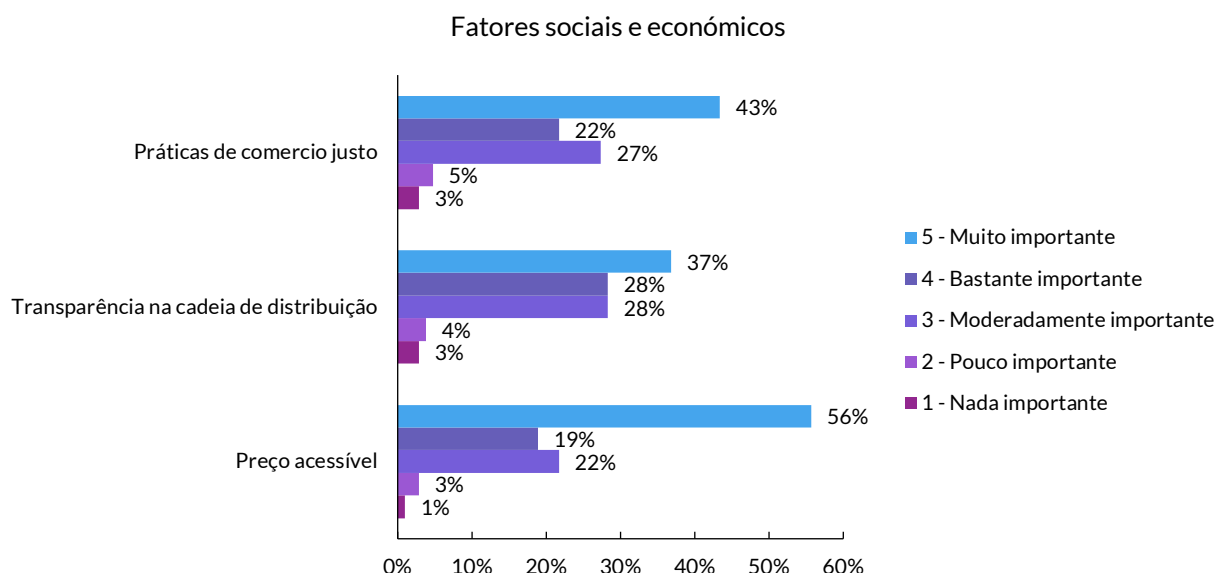


Figura 26. Perceção dos alunos inquiridos sobre conceitos relativos aos fatores sociais e económicos associados à sustentabilidade alimentar, classificados de 1 – Nada Importante a 5 – Muito Importante.

No que respeita aos fatores relacionados com o tipo de alimentação e confeção, o consumo de leguminosas foi altamente valorizado, com 48% dos inquiridos a considerarem-no Muito Importante e 29% Bastante Importante (**Fig. 27**). A inclusão de muitos produtos frescos foi também considerada crucial, com 51% a considerarem-na Muito Importante e 25% Bastante Importante. O consumo de produtos típicos da cultura da região foi bastante valorizado, com 43% a considerarem-no Muito Importante e 27% Bastante Importante. As refeições fáceis de confeccionar foram importantes para 34% dos inquiridos (Muito Importante) e 25% (Bastante Importante). O consumo de carne recebeu uma resposta mista, com 31% a classificarem-no como Muito Importante, 30% como Bastante Importante e outros 30% como Moderadamente Importante. Fatores como o uso de alimentos pouco processados (38% Muito Importante, 27% Bastante Importante) e sem aditivos (37% Muito Importante, 22% Bastante Importante) também foram sublinhados. No entanto, a quantidade de ingredientes teve uma importância variável, sendo que 48% dos inquiridos classificou a confeção com “Poucos ingredientes” como tendo importância moderada. Estes resultados sugerem uma forte ênfase em alimentos frescos, culturalmente significativos e minimamente processados, com uma importância moderada colocada na simplicidade da quantidade de ingredientes e opiniões mistas sobre o consumo de carne.

Tipo de Alimentação e Confeção

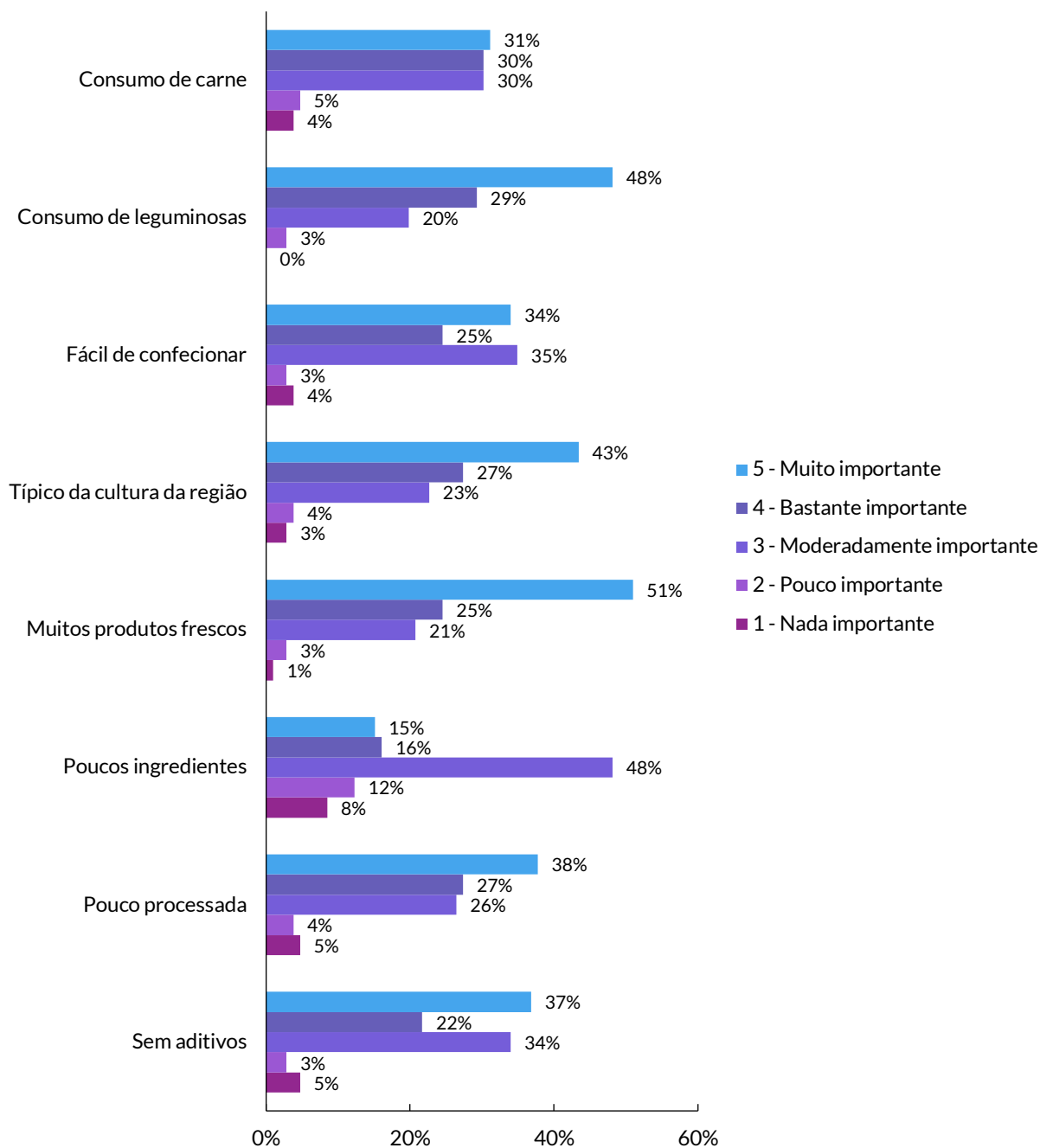


Figura 27. Perceção dos alunos inquiridos sobre conceitos relativos ao tipo de alimentos e sua confeção, classificados de 1 – Nada Importante a 5 – Muito Importante.

Quando questionados se os termos “alimentação sustentável” e “alimentação saudável” estão relacionados, 69% dos inquiridos concordaram que estão de facto relacionados (**Fig. 28**). Para além disto, 23% dos inquiridos foram mais longe, afirmando tratar-se de conceitos dependentes, indicando a convicção de que uma alimentação sustentável e uma alimentação saudável não só estão relacionadas, como dependem uma da outra. Apenas 8% dos inquiridos não vêem uma relação entre os dois termos. Estes dados sugerem uma forte percepção entre a maioria de que a sustentabilidade e a saúde na alimentação estão interligadas, com uma parte significativa a reconhecer uma interdependência entre os conceitos.

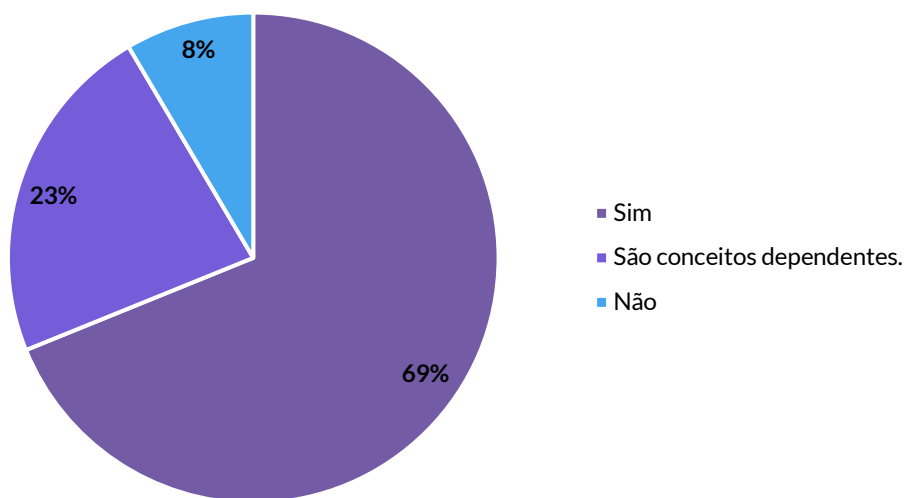


Figura 28. Percepção dos alunos inquiridos sobre a interdependência dos conceitos “alimentação sustentável” e “alimentação saudável”.

Os resultados do inquérito referentes à percepção dos alunos inquiridos relativamente ao gasto de água na produção alimentar, particularmente entre alimentos de origem animal e vegetal, são bastante interessantes. No que diz respeito aos alimentos de origem animal, as respostas distribuem-se num espectro de convicções: 8% dos inquiridos consideram que a produção destes alimentos requer muito pouca água, classificando-os no nível mais baixo. Da mesma forma, 10% dos inquiridos colocam-nos no segundo nível mais baixo em termos de consumo de água. No entanto, 47% dos inquiridos expressaram uma posição neutra, não considerando o gasto de água nem alto nem baixo. Por outro lado, 17% dos inquiridos classificaram os alimentos de origem animal no quarto nível de consumo de água, o que sugere uma percepção moderada. Finalmente, 18% dos inquiridos classificaram estes alimentos no nível mais elevado de consumo de água, indicando a percepção de que a utilização de água durante a sua produção é muito significativa (**Fig. 29**).

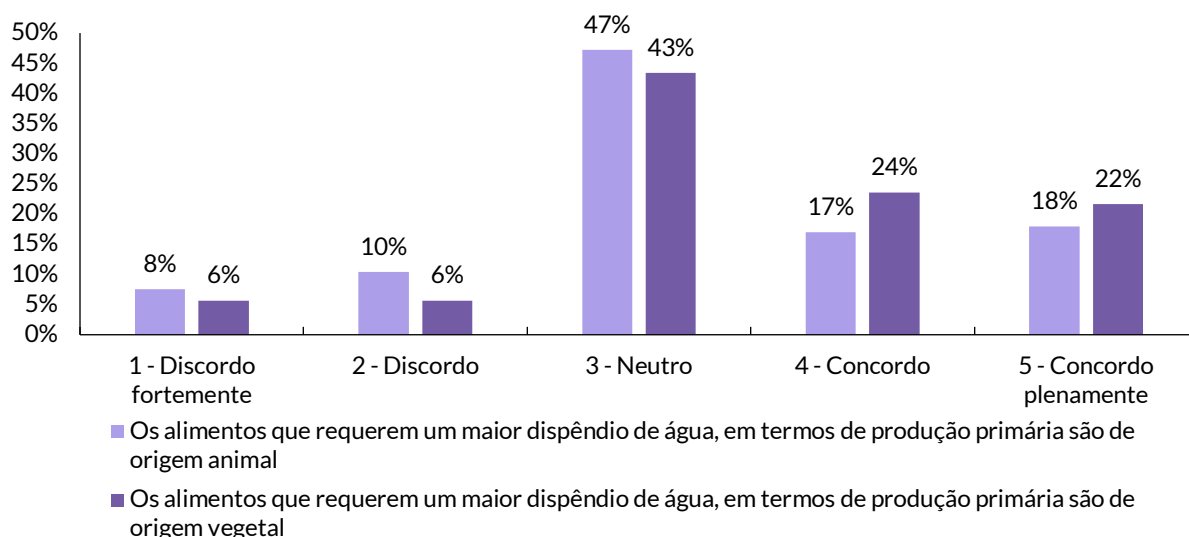


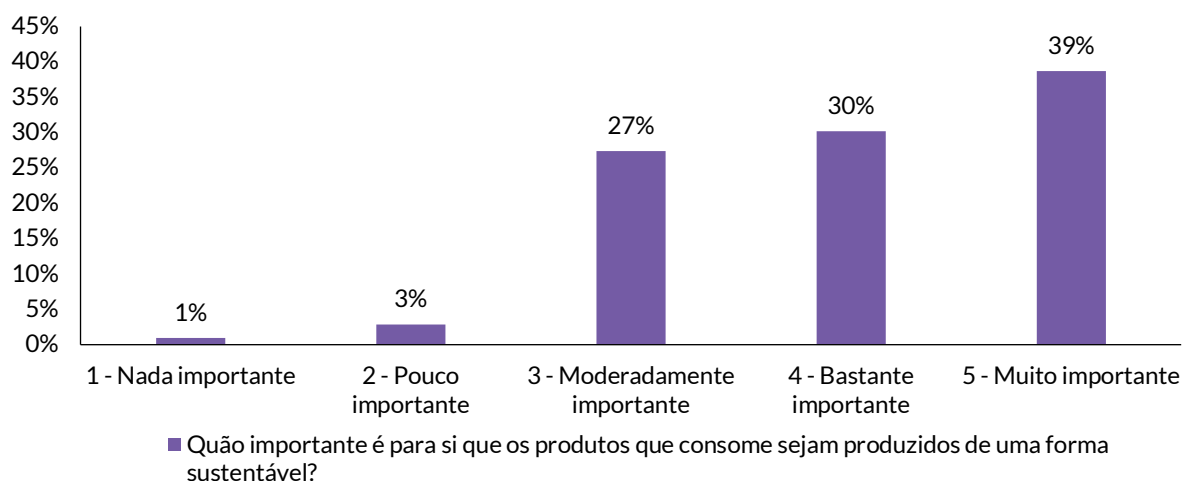
Figura 29. Percepção dos alunos inquiridos relativamente à utilização de água na produção de alimentos de origem animal vs. vegetal, classificados de 1 – Discordo fortemente a 5 – Concordo plenamente.

Por outro lado, de acordo com as percepções dos inquiridos, os alimentos de origem vegetal apresentam níveis variáveis de gasto de água na produção primária. Uma parte significativa dos inquiridos, 6% cada, considera que estes alimentos necessitam de muito pouca água, classificando-os nos níveis mais baixos de 1 e 2, respetivamente. Em contraste, 43% dos inquiridos têm uma posição neutra relativamente ao gasto de água na produção de alimentos de origem vegetal. Adicionalmente, 24% dos inquiridos acreditam que os alimentos de origem vegetal necessitam de uma quantidade considerável de água, classificando-os no nível 4. Finalmente, 22% dos inquiridos atribuem o nível mais elevado de gasto de água aos alimentos de origem vegetal, classificando-os no nível 5.

Estas percepções diversas realçam a complexidade da consciência e das opiniões dos estudantes relativamente aos impactos ambientais dos alimentos de origem animal e vegetal, particularmente em termos de gestão dos recursos hídricos. Apostar na educação sobre estes assuntos pode capacitar os futuros profissionais de restauração a contribuir positivamente para os esforços de conservação da água através das suas decisões, promovendo uma melhor gestão ambiental e eficiência de recursos.

Quando questionados sobre a sustentabilidade e o preço dos produtos, a maioria dos inquiridos (39%) dá grande importância a que os produtos sejam produzidos de forma sustentável (classificação 5 – muito importante), com uma proporção significativa (67% combinados das classificações 4 e 5) a considerá-la bastante ou muito importante (**Fig. 30A**). No entanto, embora 42% dos inquiridos estejam moderadamente dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis (classificação 3 – moderadamente importante), apenas 44% (resultados combinados das classificações 4 e 5) está bastante ou muito disposta a pagar mais por estes produtos (**Fig. 30B**). Em geral, existe uma preocupação considerável entre os inquiridos relativamente à sustentabilidade no consumo de produtos, com uma parte significativa a mostrar vontade de apoiar práticas sustentáveis através das suas decisões de compra. Estes resultados demonstram uma crescente consciencialização e vontade de dar prioridade à sustentabilidade, embora com diferentes níveis de disposição para pagar mais por estes produtos.

A



B

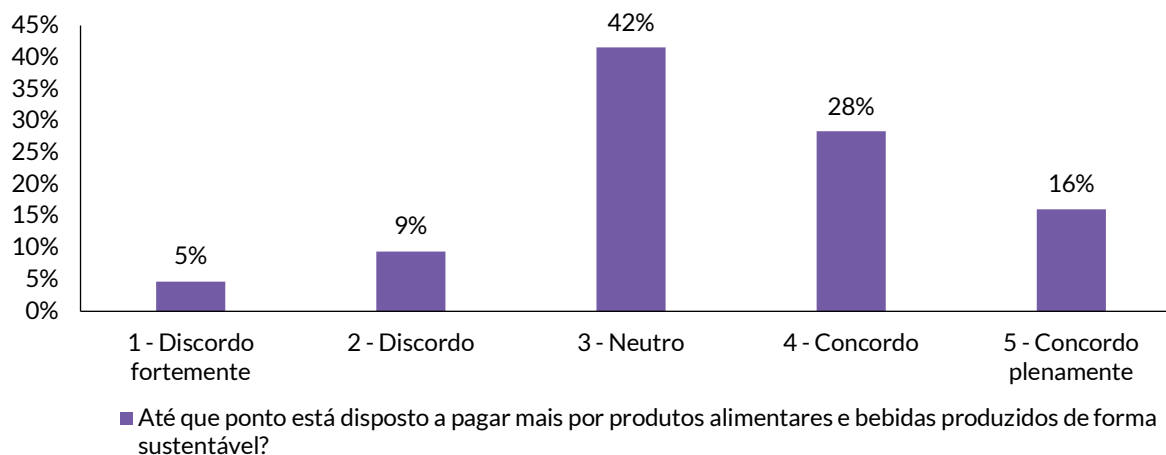


Figura 30. Importância atribuída pelos inquiridos à Sustentabilidade dos produtos consumidos (A) e o compromisso financeiro relativamente a esse consumo (B), classificados de 1 – Nada importante a 5 – Muito importante, ou 1 – Discordo fortemente a 5 – Concordo plenamente, respetivamente.

Hábitos alimentares relacionados com consumo sustentável

Foram obtidos vários resultados interessantes relativamente aos hábitos alimentares dos alunos inquiridos, incluindo preferências ao nível da sustentabilidade, consumo de produtos frescos e sazonais, utilização eficiente da energia e consciência ambiental (**Fig. 31**):

Preferências ao nível da sustentabilidade: Os resultados do inquérito indicam uma forte inclinação para escolhas alimentares sustentáveis entre os inquiridos. Na sua maioria, 66% dos participantes expressam vontade de comprar produtos alimentares sustentáveis com mais frequência se estes estivessem prontamente disponíveis. Para além disto, uma parte substancial dos inquiridos, 69%, afirma evitar ativamente produtos que são transportados de longe, refletindo a vontade de apoiar o abastecimento local e regional. Finalmente, uma maioria significativa de 73% dos inquiridos indica fazer um esforço consciente para minimizar o desperdício alimentar, sugerindo uma consciência crescente das implicações ambientais no desaproveitamento dos alimentos e vontade de adotar estratégias de redução de resíduos no seu quotidiano.

Acesso a produtos frescos e sazonais: O acesso a produtos frescos e sazonais surge como uma consideração fundamental para os inquiridos quando fazem escolhas alimentares. Uma proporção substancial, representando 69% dos participantes, afirma aceder facilmente a produtos alimentares frescos quando assim pretendem, indicando satisfação com a disponibilidade de produtos sazonais e de origem local. Além disso, 59% dos inquiridos referem ter preferência pelo consumo de produtos sazonais, subentendendo uma apreciação do sabor, da qualidade nutricional e dos benefícios de sustentabilidade associados ao consumo de alimentos da época.

Eficiência energética e consciência ambiental: Os resultados do inquérito revelam um nível misto de envolvimento dos inquiridos com métodos de confeção eficientes em termos energéticos e consciência ambiental relativamente à produção e transporte de alimentos. Apesar de 55% dos inquiridos manifestarem o seu empenho em utilizar métodos energeticamente eficientes quando cozinham, há ainda espaço para maior promoção de práticas culinárias sustentáveis. Da mesma forma, os inquiridos demonstram níveis variáveis de consciencialização relativamente ao impacto ambiental de certas práticas de produção e transporte de alimentos. Enquanto alguns manifestam preocupação com a produção de vegetais em estufas e com o consumo de produtos transportados por avião, outros indicam menos consciência ou urgência relativamente a estas questões. Além disso, há uma grande variedade de atitudes em relação ao consumo de carne e produtos lácteos, com 51% a mostrarem um elevado grau de consciencialização sobre as implicações ambientais, enquanto outros demonstram menor preocupação.

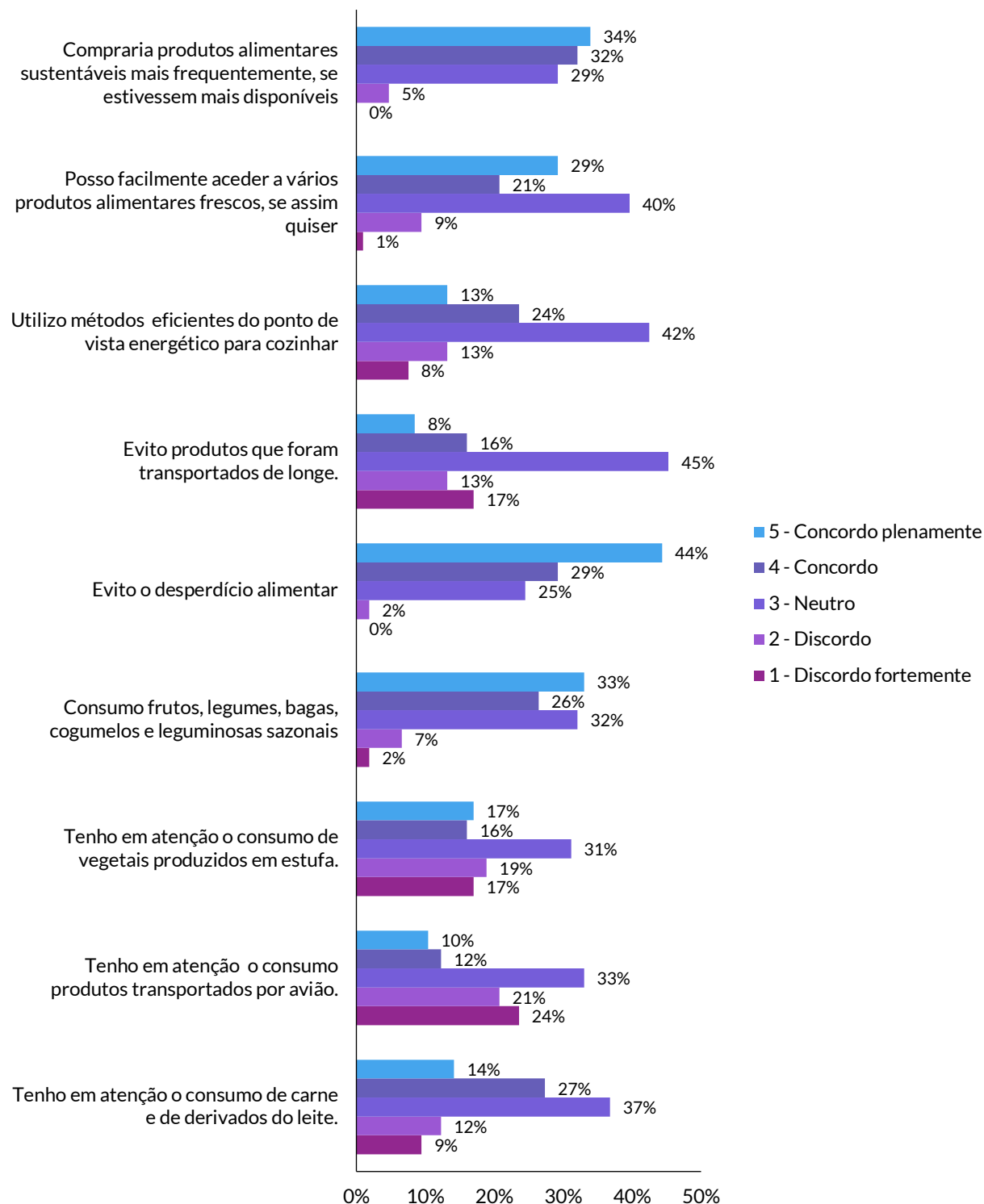


Figura 31. Perceção e comportamentos dos alunos inquiridos relativamente aos seus hábitos alimentares, incluindo preferências ao nível da sustentabilidade, consumo de produtos frescos e sazonais, e eficiência energética e consciência ambiental, classificados de 1 – Discordo fortemente a 5 – Concordo plenamente.

Finalmente, os alunos foram questionados relativamente à importância atribuída à aquisição de conhecimentos sobre sistemas alimentares sustentáveis durante a sua formação nas EHTs (Fig. 32). De acordo com os resultados, há um interesse notável entre os estudantes em adquirir conhecimentos sobre sistemas alimentares sustentáveis durante a sua formação profissional. Uma parte significativa dos inquiridos (31%) classificou este conhecimento como moderadamente importante (classificação 3), enquanto uma percentagem semelhante (34%) considerou-o bastante importante (classificação 4) e outros 34% consideraram-no muito importante (classificação 5). Estes resultados indicam uma forte abertura entre os estudantes para compreender as complexidades dos sistemas alimentares, incluindo os papéis e interações de todos os intervenientes envolvidos. Estes resultados indicam um reconhecimento crescente da importância da sustentabilidade nas práticas de produção e consumo de alimentos no contexto educacional para além do ensino secundário.

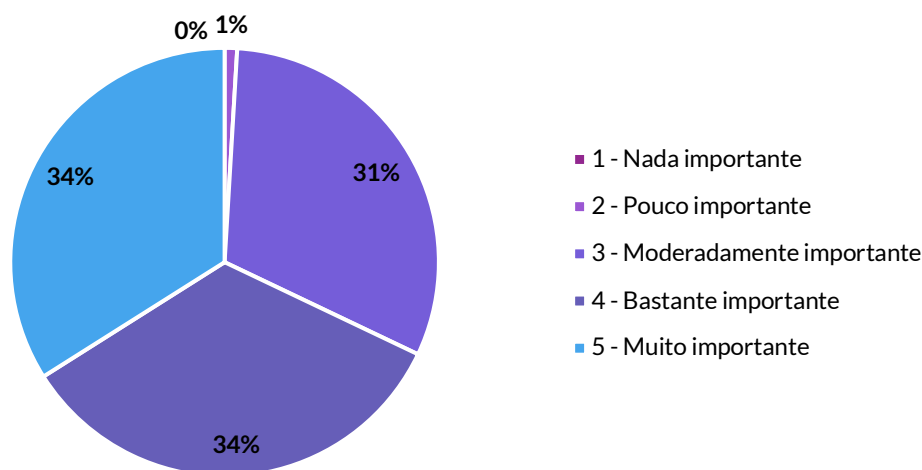


Figura 32. Importância atribuída pelos inquiridos à aquisição de conhecimentos sobre sistemas alimentares sustentáveis durante a sua formação nas EHTs, classificados de 1 – Nada importante a 5 – Muito importante.

Conclusões

A educação dos estudantes, seja em restauração ou áreas relacionadas, desempenha um papel fundamental na transição para sistemas alimentares mais sustentáveis. Tal como os dados do inquérito sugerem, os alunos demonstram uma crescente consciencialização e priorização da sustentabilidade, mas ainda persiste uma divergência significativa entre valores e ações. A sua formação pode colmatar esta lacuna ao incutir uma compreensão mais profunda sobre práticas de produção alimentar sustentáveis e as suas implicações ambientais, sociais e económicas. Os alunos devem estar equipados com conhecimentos e competências para adquirir e preparar ingredientes sazonais, de origem local, e produzidos de forma sustentável, e simultaneamente compreender os princípios da agroecologia. Isto implica educá-los sobre a importância das práticas agrícolas regenerativas, da conservação da biodiversidade e da promoção de sistemas alimentares resilientes em harmonia com a natureza. Ao integrar os princípios da sustentabilidade, incluindo a agroecologia, no currículo dos alunos, estes programas educativos podem capacitar os futuros gestores e chefes de cozinha a tomar decisões informadas que dão prioridade à saúde das pessoas e do planeta.

5. Considerações finais

Esta análise abrangente do sistema alimentar português contribui com informações cruciais que servirão de base às atividades do GrowLIFE. Existe um desencontro significativo entre produtores e consumidores, com muitos consumidores dependendo maioritariamente dos supermercados e lojas locais para a compra dos produtos alimentares, em vez de se abastecerem diretamente através das explorações agrícolas mais próximas. Isto evidencia uma oportunidade para desenvolver e reforçar as cadeias de abastecimento curtas, promovendo o acesso dos consumidores a produtos sustentáveis e apoiando os produtores locais.

Para além disto, os resultados do inquérito indicam que muitos produtores enfrentam desafios económicos, com um número significativo dos inquiridos incapaz de vender os seus produtos aos preços previstos. Este resultado sublinha a importância de promover a sustentabilidade económica e social na produção alimentar para garantir a viabilidade da pequena agricultura. Os resultados estão em concordância com a perspetiva da Comissão Europeia de melhorar os sistemas alimentares locais através de uma maior colaboração e acessibilidade, algo que o GrowLIFE procura ativamente ao estabelecer ligações entre os diferentes atores chave em Portugal.

Para além dos desafios económicos, as complexidades regulamentares e os constrangimentos logísticos colocam obstáculos significativos à implementação de cadeias curtas de abastecimento alimentar nos municípios portugueses. A colaboração dos intervenientes no sistema alimentar - entre produtores, consumidores, municípios, universidades e associações - é identificada como crucial para ultrapassar estas barreiras. As soluções propostas incluem o desenvolvimento de infraestruturas de apoio, a simplificação dos procedimentos legais, a concessão de incentivos financeiros e a sensibilização através de campanhas educativas.

Os esforços educativos são também essenciais, particularmente em cozinha, restauração e áreas afins, para fazer a ponte entre os valores e as ações relativas à sustentabilidade. A integração dos princípios da agroecologia no ensino pode capacitar os futuros profissionais de cozinha a dar prioridade a ingredientes de origem local, sazonais e produzidos de forma sustentável, promovendo assim sistemas alimentares resilientes e a conservação da biodiversidade.

Em suma, embora persistam desafios no desenvolvimento de cadeias curtas de abastecimento alimentar, as informações recolhidas através desta análise de necessidades fornecem uma base sólida para a conceção e desenvolvimento das atividades do projeto. Identificamos os esforços de colaboração, as ações educativas direcionadas e os ajustes estratégicos das políticas públicas como essenciais para beneficiar as economias locais, a sustentabilidade e a saúde das comunidades. Para avançar com uma abordagem holística e criar sinergias inovadoras, o GrowLIFE irá promover a partilha de conhecimento entre pares, *workshops* e conversas com vários atores chave para incentivar a implementação de práticas sustentáveis ao longo da cadeia de abastecimento. Com isto, pretendemos promover um sistema alimentar mais integrado e sustentável, que satisfaça as diversas necessidades dos consumidores e contribua para a subsistência dos produtores locais em Portugal.

6. Literatura citada

- 1 - *Farm to Fork Strategy: For a fair, healthy and environmentally-friendly food system*. COM/2020/381 final.
- 2 - European Environment Agency, *Trends and drivers of EU greenhouse gas emissions*, Publications Office, 2020, <https://data.europa.eu/doi/10.2800/19800>.
- 3 - European Environment Agency Infographic: *What are the sources of greenhouse gas emissions in the EU?* INF-180-en.
- 4 - Instituto Nacional de Estatística - *Recenseamento Agrícola. Análise dos principais resultados: 2019*. Lisboa: INE, 2021. ISBN 978-989-25-0562-6.
- 5 - EIP-AGRI Service Point publication Brochure: *Innovation in short food supply chains: creating value together*, February 2019.
- 6 - Short food supply chains: reconnecting producers and consumers, <https://www.eufic.org/en/food-production/article/short-food-supply-chains-reconnecting-producers-and-consumers>, 21/06/2024