



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção**  
**Mestrado Acadêmico em Engenharia de Produção**  
**Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas**  
**Escola de Minas**



**A RELAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES COM O COMÉRCIO DE  
CIRCUITOS CURTOS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**Antônia Auxiliadora Ferreira Gomes**

**Orientador: Prof. Dr. André Luis Silva**

**Coorientador: Sérgio Evangelista Silva**

**OURO PRETO**  
**Agosto de 2021**

ANTÔNIA AUXILIADORA FERREIRA GOMES

**A RELAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES COM O COMÉRCIO DE  
CIRCUITOS CURTOS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Ouro Preto, como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Mestra em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Dr. André Luis Silva  
Coorientador: Prof. Dr. Sérgio Evangelista Silva

Ouro Preto  
2021

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

G633r Gomes, Antônia Auxiliadora Ferreira.

A relação dos agricultores familiares com o comércio de circuitos curtos [manuscrito]: uma análise comparativa. / Antônia Auxiliadora Ferreira Gomes. - 2021.

108 f.

Orientador: Prof. Dr. André Luis Silva.

Coorientador: Prof. Dr. Sérgio Evangelista Silva.

Dissertação (Mestrado Acadêmico). Universidade Federal de Ouro Preto. Departamento de Engenharia de Produção. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

1. Produtos agrícolas - Comercialização. 2. Agricultura familiar. 3. Cadeia produtiva. I. Silva, André Luis. II. Silva, Sérgio Evangelista. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 658.5:631.11



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
REITORIA  
ESCOLA DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO,  
ADMINISTRAÇÃO E ECON



**FOLHA DE APROVAÇÃO**

**Antônia Auxiliadora Ferreira Gomes**

A relação dos agricultores familiares com o comércio de diferentes circuitos curtos: uma análise comparativa

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Engenharia de Produção

Aprovada em 06 de agosto de 2021

**Membros da banca**

Dr. André Luís Silva - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Dr. Sérgio Evangelista Silva - Co-Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Dr. Francisca Diana Ferreira Viana - Convidada (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Dr. Luciana Rosa de Souza - Convidada (Universidade Federal de São Paulo)

Dr. André Luís Silva, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito no Repositório Institucional da UFOP em 06/09/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Andre Luis Silva, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/08/2021, às 17:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0204999** e o código CRC **51613EBF**.

Dedico este estudo à minha mãe Elizabeth, ao meu irmão William (in memoriam) e às minhas tias Geralda (in memoriam) e Matilde (in memoriam).

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por permitir a concretização de mais este sonho, por me sustentar em tantos momentos difíceis e me dar forças para seguir em frente!

À minha mãe, agradeço por todo o apoio e orações constantes. A senhora é a minha base forte e tudo o que sou e conquistei é reflexo da sua força e dedicação! Mãe, essa conquista também é sua!

Ao meu irmão William (in memoriam) e às minhas tias Geralda (in memoriam) e Matilde (in memoriam). Tenho certeza que estão ao lado de Deus e da Virgem de Nazareth orgulhosos e felizes!

Aos familiares e amigos que me motivaram e acreditaram no meu potencial. Especialmente, à minha prima Jussara!

Aos meus orientadores André e Sérgio, obrigada por todos os ensinamentos durante esse percurso!

Aos agricultores familiares que participaram desta pesquisa o meu agradecimento e admiração!

Agradeço aos professores, funcionários e colegas de turma do PPGEP-UFOP!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Agradeço à agência de fomento pelo suporte financeiro, sem o qual seria impossível a concretização deste sonho!

*“Combati o bom combate, acabei a carreira,  
guardei a fé”.*

(2 Timóteo. 4:7).

## RESUMO

A agricultura familiar desempenha um papel muito importante perante a sociedade Brasileira. A atividade contribui positivamente em diversos aspectos, como exemplo pode-se citar a manutenção da segurança alimentar, fornecimento de alimentos saudáveis, diversificação produtiva e econômica, geração de emprego e renda. Existem políticas públicas focadas em amparar e dar assistência aos agricultores. A agricultura familiar vem sendo debatida tanto na academia quanto na política. No entanto, os seus atores ainda não possuem a notoriedade que faça jus à sua representatividade. Por se tratar de uma atividade tipicamente rural, grande parte dos envolvidos não possui o treinamento adequado para alavancar a produtividade de seu empreendimento. Diante desse contexto, o presente trabalho teve como objetivos mapear os diferentes circuitos curtos de comercialização utilizados na cadeia produtiva a jusante, da agricultura familiar, e analisar as relações entre os agricultores e demais agentes da cadeia produtiva. Foram realizados estudos de múltiplos casos de famílias que compõem uma associação de moradores e agricultores familiares de um subdistrito situado em uma cidade Mineira. Os dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada. Existem diversos trabalhos que tratam da agricultura familiar, mas ainda nota-se uma lacuna quando se diz respeito a maneira que se dão as relações entre os agentes envolvidos na cadeia produtiva com a comercialização dos produtos em seus respectivos circuitos. O estudo de caso é importante para aprofundar a unidade de análise. Como resultados obteve-se o mapeamento dos canais de escoamento da produção, totalizando seis circuitos curtos de comercialização. Foram verificadas as vantagens e desvantagens da inserção dos empreendimentos dos produtores em cada um dos circuitos curtos. Ao analisar as relações que ocorrem entre esses agricultores familiares com os demais elos da cadeia produtiva, foi constatado que a confiança exerce papel fundamental nos relacionamentos humanos e comerciais desses atores.

**Palavras-chave:** Agricultura familiar, Circuitos curtos de comércio, Cadeia produtiva.



## ABSTRACT

Family farming plays a very important role in Brazilian society. The activity contributes positively in several aspects, such as maintaining food security, providing healthy food, productive and economic diversification, generating employment and income. There are public policies focused on supporting and assisting farmers. Family farming has been debated both in academia and in politics. However, its actors still do not have the notoriety that lives up to their representativeness. As it is a typically rural activity, most of those involved do not have adequate training to leverage the productivity of their enterprise. Given this context, the present study aimed to map the different short commercialization circuits used in the downstream productive chain, from family farming, and to analyze the relationships between farmers and other agents in the production chain. Studies were conducted on multiple cases of families that make up an association of residents and family farmers in a sub-district located in a city in Minas Gerais. Data were collected through a semi-structured interview. There are several works that deal with family farming, but there is still a gap when it comes to the way in which the relationships between the agents involved in the production chain and the commercialization of products in their respective circuits occur. The case study is important to deepen the unit of analysis. As a result, the mapping of production flow channels was obtained, totaling six short commercial circuits. The advantages and disadvantages of the insertion of producers' enterprises in each of the short circuits were verified. By analyzing the relationships that occur between these family farmers with the other links in the production chain, it was found that trust plays a fundamental role in the human and commercial relationships of these actors.

**Keywords:** Family farming, Short commercialization circuits, Productive chain.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - PARTICIPAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA NO BRASIL E EM MINAS GERAIS.....	16
FIGURA 2 - PARTICIPAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NOS ESTABELECIMENTOS COM CRIAÇÃO DE ANIMAIS NO BRASIL E EM MINAS GERAIS.....	17
FIGURA 3 - CADEIA PRODUTIVA DO CARVÃO VEGETAL.....	29
FIGURA 4 - LOCALIZAÇÃO DO ESTADO DE MINAS GERAIS.....	34
FIGURA 5 - IDENTIFICAÇÃO DOS CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	40
FIGURA 6 - ALGUMAS DAS VARIÁVEIS RELACIONADAS À MÃO DE OBRA.....	43

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PRODUÇÃO AGRÍCOLA BRASILEIRA DE DETERMINADOS PRODUTOS.....	18
TABELA 2 - PRODUÇÃO AGRÍCOLA DO ESTADO DE MINAS GERAIS DE DETERMINADOS PRODUTOS .....	18
TABELA 3 - DIFERENTES CONFIGURAÇÕES DE COMÉRCIO NO CONTEXTO DA AGRICULTURA FAMILIAR .....	24
TABELA 4 - INFORMAÇÕES GERAIS DOS ENTREVISTADOS.....	36
TABELA 5 - INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA PARA ATUAÇÃO NOS CIRCUITOS CURTOS.....	47
TABELA 6 - EXIGÊNCIAS ESTABELECIDAS PELO MERCADO NOS RESPECTIVOS CIRCUITOS CURTOS.....	55
TABELA 7 - CERTIFICAÇÃO OU ALVARÁ NECESSÁRIOS PARA ATUAÇÃO NOS CIRCUITOS .....	63
TABELA 8 - DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS AGRICULTORES PARA ATUAÇÃO NOS CIRCUITOS CURTOS.....	67
TABELA 9 - PERCEPÇÕES DAS RELAÇÕES DE CONFIABILIDADE ESTABELECIDAS ENTRE OS AGENTES .....	76
TABELA 10 - PERCEPÇÕES SOBRE A HONESTIDADE DO COMPRADOR.....	81
TABELA 11 - PERCEPÇÕES DAS RELAÇÕES DE PODER ENTRE OS AGENTES.....	82
TABELA 12 - NEGOCIAÇÃO DOS PREÇOS NOS CIRCUITOS .....	84

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 Problemática e relevância.....	19
1.2 Objetivo geral .....	20
1.3 Objetivos específicos.....	20
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>21</b>
2.1 Agricultura Familiar e a comercialização da produção .....	21
2.2 Circuitos curtos de comercialização .....	25
2.3 Capital social .....	27
2.4 Cadeia produtiva.....	27
2.5 Os programas governamentais de assistencialismo à agricultura familiar .....	29
2.5.1 O PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.....	30
2.5.2 O PAA – Programa de Aquisição de Alimentos .....	30
2.5.3 O PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar.....	31
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>32</b>
3.1 Caracterização da pesquisa.....	32
3.2 Contextualização da pesquisa e área de estudo .....	33
3.3 A associação .....	34
3.4 Coleta de dados.....	35
3.5 Tratamento e análise dos dados .....	38
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>39</b>
4.1 Mapeamento dos circuitos curtos de comercialização .....	39
4.2 Requisitos necessários para atuação em cada circuito curto de comercialização.....	42
4.3 Percepção das relações com os demais agentes da cadeia produtiva .....	75
4.4 Percepção das relações de cooperação entre os produtores.....	86
4.5 Perspectivas futuras .....	89
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>98</b>

<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>102</b>
--------------------------	------------

## 1. INTRODUÇÃO

A Agricultura Familiar desempenha um papel fundamental no sistema social e econômico do Brasil. Nesse sentido, segundo o Censo Agro (2017) a participação da produção da agricultura familiar no país representa 23% do total da produção agrícola brasileira, resultando em aproximadamente US\$ 332<sup>1</sup> bilhões de dólares. A área destinada à atividade equivale a 80,9 milhões de hectares, ou seja, 23% da área de todos os estabelecimentos agropecuários do Brasil. Oliveira Júnior *et al.* (2018) afirmam que os agricultores familiares são aqueles cujas atividades comuns são as atividades agrícolas, nas quais é utilizada exclusivamente a mão de obra de seus familiares.

A Lei nº 11.326 estabelece as diretrizes para formular a Política Nacional da Agricultura Familiar e da Empresa Familiar Rural (BRASIL, 2006). De acordo com a Lei, é considerado agricultor familiar e empresário rural a pessoa física que possui até 4 (quatro) módulos fiscais; utiliza predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; possui renda familiar predominantemente proveniente de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento; e, por fim, dirige seu estabelecimento ou empresa com sua família. Esse conceito definido por Lei também é mencionado por Winckler, Santos e Machado (2012), Guanzioli e Vinchon (2019) e Costa, Amorim Júnior e Silva (2015).

Cerca de 10,1 milhões de pessoas trabalham com Agricultura Familiar no Brasil, o que representa 67% do total de pessoal ocupado na agricultura no país e o percentual relacionado ao número de estabelecimentos caracterizados como agricultura familiar é de aproximadamente 77%, o que equivale a 3,9 milhões de estabelecimentos (IBGE, 2017). No país, a produção

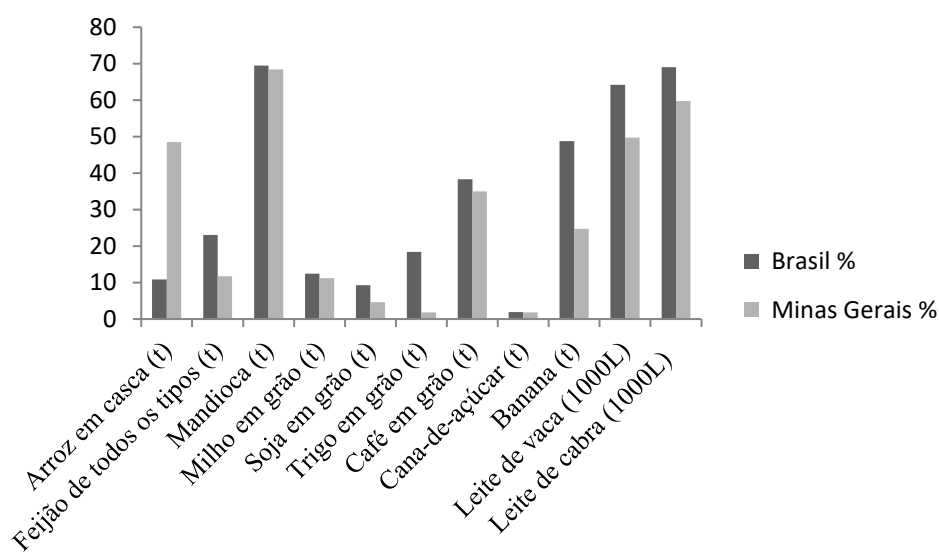
---

<sup>1</sup> Esse valor é baseado na cotação do dólar de 31 de janeiro de 2017, informada pela Receita Federal.

agropecuária predominante é aquela relacionada aos meios de produção do agronegócio, que atua contrariamente aos métodos de produção da agricultura familiar, mais relacionados à pequena produção e com uso exclusivo do trabalho familiar, além do uso de métodos alternativos em sua produção (DALMORO *et al.*, 2017).

Na figura 1 vê-se a participação significativa da agricultura familiar no país e em Minas Gerais. Nota-se que há a participação do segmento na produção da maioria dos produtos listados como básicos. No caso da farinha tem-se a mandioca, o milho, a soja e o trigo em grãos. E a cana-de-açúcar como base para a produção do açúcar.

Figura 1 - Participação da agricultura familiar na produção agrícola no Brasil e em Minas Gerais

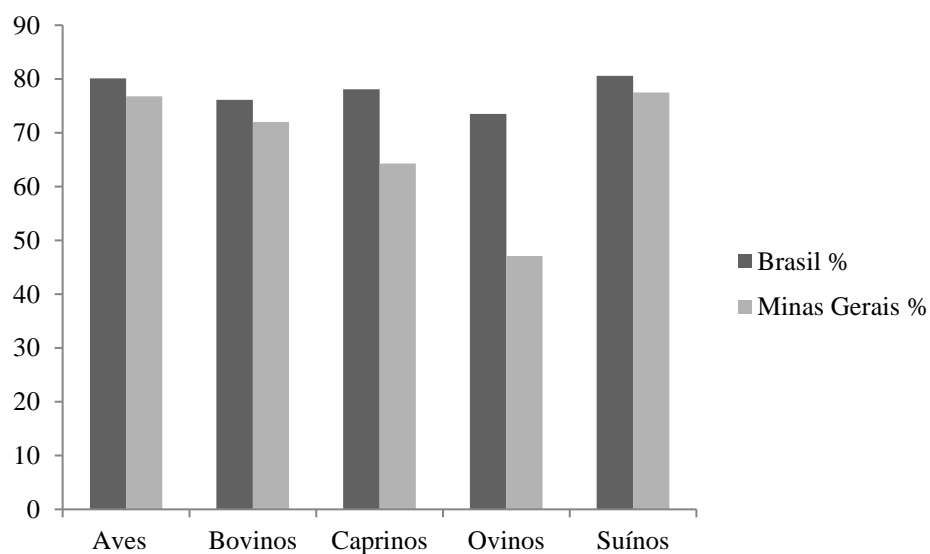


Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do IBGE (2017)

Em relação aos estabelecimentos com criação de animais, percebe-se que apenas na criação de ovinos em Minas Gerais que o percentual da participação da agricultura familiar é

inferior a 50%. Nos demais tipos de criação de animais, tanto no país quanto no estado o segmento tem uma participação superior a 50%.

Figura 2 - Participação da agricultura familiar nos estabelecimentos com criação de animais no Brasil e em Minas Gerais



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do IBGE (2017)

As tabelas 1 e 2 permitem verificação mais ampla dos produtos apresentados acima e de mais alguns. Pode-se comparar os dados referentes à produção total de cada produto e a respectiva participação da agricultura familiar em cada um deles. A tabela 1 refere-se à produção agrícola nacional e a tabela 2 diz respeito à produção agrícola no Estado de Minas Gerais.



Tabela 1 - Produção agrícola brasileira de determinados produtos

<b>Produto</b>	<b>Produção total</b>	<b>Produção familiar</b>	<b>Participação da agricultura familiar %</b>
Arroz em casca (t)	11 056 719	1 207 534	10,9
Feijão de todos os tipos (t)	2 214 966	511 849	23,1
Mandioca (t)	6 559 289	4 562 821	69,5
Milho em grão (t)	88 099 622	10 972 012	12,4
Soja em grão (t)	103 156 255	9 558 657	9,3
Trigo em grão (t)	4 681 069	861 984	18,4
Café em grão (t)	2 381 647	912 399	38,3
Cana-de-açúcar (t)	638 689 875	12 306 409	1,9
Banana (t)	4 068 800	1 986 440	48,8
Cacau (t)	161 677	92 011	56,9
Laranja (t)	15 716 344	1 114 981	7
Leite de vaca (1000L)	30 156 279	19 350 675	64,2
Leite de cabra (1000L)	26 100	18 025	69
Ovos de galinha (dz)	4 672 363 414	578 850 230	12,4

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do IBGE (2017)

Tabela 2 - Produção agrícola do Estado de Minas Gerais de determinados produtos

<b>Produto</b>	<b>Produção total</b>	<b>Produção familiar</b>	<b>Participação da agricultura familiar %</b>
Arroz em casca (t)	6 044	2 933	48,5
Feijão de todos os tipos (t)	433 881	50 793	11,7
Mandioca (t)	283 634	194 053	68,4
Milho em grão (t)	5 953 820	669 445	11,2
Soja em grão (t)	4 666 585	215 902	4,6
Trigo em grão (t)	187 345	3 344	1,8
Café em grão (t)	1 456 558	510 566	35
Cana-de-açúcar (t)	65 984 683	1 190 023	1,8
Banana (t)	666 497	164 669	24,7
Cacau (t)	48	15	31,2
Laranja (t)	919 431	23 087	2,5
Leite de vaca (1000L)	8 746 559	4 354 048	49,7
Leite de cabra (1000L)	4 098	2 450	59,7
Ovos de galinha (dz)	391 391 764	38 391 069	9,8

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do IBGE (2017)

Segundo Silva (2013), para que haja o desenvolvimento integral do país é necessário que os grupos que compõem a Agricultura Familiar se desenvolvam econômica e socialmente, uma vez que o número de famílias que a compõem é bastante significativo. Marchetti (2018) destaca que a Agricultura Familiar vem apresentando certa notoriedade, dada sua importância e representatividade na parte que compõe a agricultura, por sua capacidade de geração de emprego e renda no país. O segmento tem estimulado estudos no campo das políticas públicas, uma vez que a agricultura familiar pode desempenhar um papel crucial na redução da pobreza e das disparidades sociais (MARCHETTI, 2018).

### **1.1 Problemática e relevância**

Esta pesquisa tem como ponto de partida o seguinte questionamento: Como são as relações dos agricultores familiares com outros agentes da cadeia produtiva no comércio de circuito curto? No que diz respeito às formas de comercialização dos produtos pelos agricultores familiares, Bischof (2016) analisou os pontos de venda coletivos no varejo de produtos da agricultura familiar. O autor destacou que, nesse tipo de circuito curto de comercialização, a confiança, o compartilhamento, o afeto e a ajuda mútua são tão importantes quanto os resultados financeiros das trocas de mercado.

Dias (2017), por outro lado, relatou várias dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares na formação de circuitos curtos para a comercialização de hortaliças. O autor afirma que a presença do intermediário é o principal problema do processo produtivo enfrentado pelos agricultores familiares. Segundo ela, esses produtores estão fragilizados e dependem desses intermediários para escoar sua produção.

Em relação às cadeias produtivas no contexto da Agricultura Familiar, pode-se destacar o artigo de Winckler *et al.* (2013), que analisa as relações de cooperação e competição entre

produtores familiares da cadeia produtiva do leite e outros agentes. Os autores afirmam que, nessa produção, a cooperação e a competição entre produtores podem ocorrer conjuntamente e que cooperativas e associações fortalecem essas relações e ampliam o poder desses produtores. Também merece destaque o artigo de César (2011) que propõe e aplica um modelo de análise de competitividade para a cadeia produtiva do biodiesel. Ele apontou diversos fatores considerados barreiras para a produção de biodiesel, a partir da mamona, a ser desenvolvida no país. Uma das várias dificuldades apontadas pelo autor é a considerável influência exercida por intermediários na cadeia rícino-química.

Diante do exposto, pôde-se notar que faltam pesquisas que aprofundem os dois assuntos envolvidos na problemática deste estudo. Ou seja, pesquisas que busquem compreender mais detalhadamente como os agricultores se relacionam com os demais agentes da cadeia produtiva em que estão inseridos. Mais especificamente, na comercialização de seus produtos por meio dos circuitos curtos.

## **1.2 Objetivo geral**

O presente estudo teve como objetivos principais mapear os diferentes circuitos curtos de comercialização utilizados na cadeia produtiva a jusante da agricultura familiar, e analisar as relações entre os agricultores e os demais agentes da cadeia produtiva.

## **1.3 Objetivos específicos**

A fim de alcançar os objetivos principais estabelecidos neste estudo, os objetivos específicos eram:

- Verificar os requisitos necessários para a atuação dos agricultores familiares em cada canal ao qual estavam inseridos;

- Identificar as percepções de cada agricultor em relação aos demais agentes envolvidos no processo de comercialização dos produtos;
- Investigar como se dão as relações de cooperação entre os produtores, nos canais que permitem esse tipo de relação;
- Descrever as perspectivas de futuro de cada agricultor familiar no que se refere aos canais de comercialização.

Por se tratar de uma atividade tipicamente rural, pressupõe-se que os núcleos familiares enfrentam dificuldades na gestão produtiva de seus empreendimentos rurais por falta de formação adequada. Para compreender algumas das variáveis envolvidas em uma parte do processo produtivo da agricultura familiar no Brasil, as pesquisas foram direcionadas a uma associação de moradores e agricultores familiares situada em um subdistrito de uma cidade Mineira.

A associação é composta por 25 membros, onde o principal circuito curto de comercialização utilizado pelos agricultores é o mercado institucional. O procedimento metodológico adotado nesta pesquisa foi o estudo de múltiplos casos, por meio de entrevistas semiestruturadas. Na próxima seção, será apresentada a revisão bibliográfica e o enquadramento teórico.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Agricultura Familiar e a comercialização da produção**

As pessoas que vivem no campo estão inseridas em locais em que possuem hábitos com características particulares, em decorrência de fatores como, estratégias de manutenção, luta pela terra e de sua história de formação. Uma parte de fundamental importância para o

crescimento das pequenas cidades e também a repercussão desse crescimento no campo, é atribuída ao espaço rural (SILVA, 2013).

A Agricultura Familiar promove desenvolvimento nos ambientes rurais através da geração de empregos e renda, produção de alimentos, do estilo de vida próprio, novas atividades econômicas, produção de alimentos orgânicos entre outros fatores (MANFIO *et al.*, 2019). Os agricultores familiares são aqueles cujas atividades em comum são as atividades agrícolas, onde é utilizada exclusivamente a mão de obra de membros de suas famílias. De acordo com o autor, a atividade agrícola referente à pecuária leiteira vem se destacando ao longo dos anos quando se trata de geração de emprego e renda (OLIVEIRA JÚNIOR *et al.*, 2018).

A produção agrícola familiar está intimamente ligada aos meios produtivos que buscam pela obtenção de produtos orgânicos e agroecológicos. Para Abreu *et al.* (2012), a Agroecologia e a Agricultura Orgânica possuem relação direta com a segurança alimentar e a preservação ambiental, respectivamente. Ademais, partilham do mesmo propósito, o de contestação do modelo tecnológico que foi instituído no século XX. São consideradas agriculturas alternativas ao modelo tradicional e poderão auxiliar no enfrentamento dos obstáculos que dizem respeito às crises ambiental, alimentar, econômica, climática e social.

Gusmão (2019) afirma que a agricultura familiar tem conseguido acessar os mercados com mais facilidade com a venda de seus produtos no comércio de circuito curto ou em mercados próximos. Por meio desses circuitos, eles têm vantagens garantidas em relação às grandes empresas do setor agroalimentar, pois seus produtos são reconhecidos por suas características próprias como cultura, produção familiar e escolha alimentar.

A agricultura familiar no Brasil produz grande variedade de produtos. Portanto, pode atuar direta ou indiretamente em ramos diversificados, tais como a produção de leite (DORREGÃO; SALVARO; ESTEVAM, 2019), do biodiesel (CÉSAR; BATALHA, 2011) e do guaraná (TRICAUD; PINTON; PEREIRA, 2016). A tabela 3, abaixo, mostra mais alguns

exemplos de produtos. Vale ressaltar que a produção da agricultura familiar é bastante vasta e a tabela 3 mostra alguns exemplos do que pode ser encontrado na literatura sobre o tema.

Pode-se assim observar que diferentes produtos envolvem diferentes agentes e diferentes configurações de comercialização da produção. O produto define o canal de comercialização que deve ou pode ser utilizado. Permitindo assim a utilização de apenas um ou vários canais. Alguns dos exemplos que deixam isso evidente são a produção de flores, que, neste caso específico, permite apenas uma configuração de venda (ABUD *et al.*, 2019) e a produção de uva orgânica (SCHULTZ; SOUZA; JANDREY, 2017) que permite a comercialização do produto por meio de cinco configurações diferentes.

No que diz respeito aos agentes envolvidos no processo de comercialização dos produtos da agricultura familiar, quando a venda não ocorre diretamente, esses agentes podem ser diferentes em cada caso. Porém, depende novamente do tipo de produção estabelecida, conforme mostra a tabela 3. Nas vendas indiretas, temos como exemplos de agentes atuantes neste processo, intermediários e cooperativas / associações. Cada um trabalha de maneira diferente, alguns de forma organizada e em grupo, e outros individualmente.

Tabela 3 - Diferentes configurações de comércio no contexto da agricultura familiar

<b>Produto</b>	<b>Tipos de comercialização</b>	<b>Fonte</b>
<b>Mamona</b>	Agricultor – produtores de biodiesel	César e Batalha (2011)
<b>Mamona</b>	Agricultor – cooperativa – produtores de biodiesel	César e Batalha (2011)
<b>Banana</b>	Agricultor – agente individual local – comerciantes	Chiodi, Almeida e Assis (2020)
<b>Banana</b>	Agricultor – agente individual local – atacadistas	Chiodi, Almeida e Assis (2020)
<b>Banana, Vegetais</b>	Agricultor – cooperativa (mercado institucional)	Chiodi, Almeida e Assis (2020)
<b>Banana</b>	Agricultor – agente individual – médios e grandes atacadistas – varejistas ou consumidores finais	Chiodi, Almeida e Assis (2020); Santos <i>et al.</i> (2015)
<b>Uva orgânica, Vegetais</b>	Agricultor – feiras	Schultz, Souza and Jandrey (2017); Manfio, Pierozan e Medeiros (2019); Santos <i>et al.</i> (2015)
<b>Uva orgânica</b>	Agricultor – supermercados	Schultz, Souza e Jandrey (2017)
<b>Uva orgânica</b>	Agricultor – lojas especializadas	Schultz, Souza e Jandrey (2017)
<b>Uva orgânica</b>	Agricultor – na propriedade	Schultz, Souza e Jandrey (2017)
<b>Uva orgânica</b>	Agricultor – residência (visitantes, vizinhos)	Manfio, Pierozan e Medeiros (2019)
<b>Leite, Óleo de dendê</b>	Agricultor – cooperativa	Dorregão, Salvaro e Estevam (2019); Mota, Ribeiro e Schmitz (2019)
<b>Guaraná</b>	Agricultor – cooperativa – companhia de bebidas	Tricaud, Pinton e Pereira (2016)
<b>Óleo de dendê</b>	Agricultor (em estabelecimento próprio) – intermediário	Mota, Ribeiro e Schmitz (2019)
<b>Flores</b>	Agricultor – mercado local	Abud <i>et al.</i> (2019)
<b>Leite</b>	Agricultor – laticínio	Borges, Guedes e Castro (2015)
<b>Leite</b>	Agricultor – produtor de queijo	Borges, Guedes e Castro (2015)
<b>Leite</b>	Agricultor – porta a porta	Dorregão, Salvaro e Estevam (2019); Borges, Guedes e Castro (2015)

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

## 2.2 Circuitos curtos de comercialização

Não existe um conceito oficial de circuito curto no Brasil, mas a designação está relacionada à proximidade das relações entre produtores e consumidores. As vendas realizadas por meio desses circuitos são classificadas em diretas e indiretas. As diretas são aquelas em que existe uma relação imediata entre produtores e consumidores, enquanto as indiretas são aquelas caracterizadas pela mediação de um único intermediário entre produtores e consumidores (DAROLT, LAMINE, BRANDENBURG; 2013).

Segundo Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), as vendas diretas são realizadas na propriedade (cestas para grupos ou individuais; colheita na propriedade; agroturismo, gastronomia, pousada, esporte, lazer e atividades educativas) e fora da propriedade (feiras ecológicas - compra direta do produtor; lojas de associações de produtores); vendas para grupos organizados de consumidores; cestas em casa e para empresas; vendas na estrada; feiras, salões e eventos agrícolas.

Por outro lado, as vendas indiretas são realizadas fora da propriedade (lojas especializadas independentes; lojas de cooperativas de produtores e consumidores ecológicos; restaurantes coletivos e individuais; pequenas feiras de produtos naturais; lojas virtuais; vendas para programas governamentais), segundo os mesmos autores. O comércio de circuitos curtos traz não só lucros econômicos, mas também vantagens socioculturais, pois potencializam a relação de confiança entre produtores e consumidores, ao aumentar a circulação de produtos, serviços e capitais, contribuindo para o desenvolvimento local. Tais circuitos apresentam vantagens quando relacionados aos convencionais, pois reduzem a intermediação entre produtores e consumidores (GUSMÃO, 2019).

Darolt *et al.* (2016) compararam o nível de desenvolvimento de circuitos ecológicos de comercialização de alimentos na França e no Brasil. Os autores afirmam que em relação ao



Brasil, nota-se que a maioria dos produtores rurais está inserida simultaneamente em mais de um canal, com destaque para as feiras de produtores, cestas em casa e, mais recentemente, programas governamentais (Programa de Aquisição de Alimentos e Programa Nacional de Alimentação Escolar).

Os resultados sobre a França indicam quatro níveis principais de desenvolvimento de circuitos de comercialização de alimentos ecológicos, a saber: pontos de venda coletivos, lojas orgânicas independentes, acolhimento na propriedade (gastronomia, lazer, desportivo, alojamento, propriedade educacional) e, associação de consumidores (DAROLT *et al.*, 2016).

Ainda segundo os autores acima citados, de forma inovadora, há presença de venda em propriedades associadas em circuitos de turismo rural e restaurantes em áreas rurais, lojas especializadas e pontos de venda para agricultores, cooperativas de consumo, vendas em rede por circuitos de circulação (caso participativo da rede de certificação Ecovida), além das vendas em lojas virtuais pela internet.

Mendes (2017) apontou algumas das dificuldades dos agricultores familiares em acessar uma espécie de circuito curto de comercialização, a feira livre. A autora destaca, por exemplo, as dificuldades de transporte de produtos em vias de difícil acesso, estocagem de produtos na feira, a presença de intermediários que atuam como comerciantes e que geralmente vendem produtos com preços abaixo do custo de produção, impossibilitando a continuidade desses produtores neste tipo de circuito curto de comércio.

No que diz respeito ao perfil sociocultural dos agricultores familiares, no que se refere à faixa etária, encontrou-se um percentual de agricultores com mais de 40 anos e percebeu-se pouco interesse por parte desses indivíduos em mudar a forma como realizavam as atividades. Havia certo conservadorismo nesse grupo, com muitos deles já vendendo seus produtos em seus próprios estabelecimentos e preferindo não sair da zona de conforto (DIAS, 2017).

A autora observou que o baixo nível de escolaridade, a falta de conhecimento profundo sobre as políticas públicas e o visível conservadorismo, por parte dos agricultores mais velhos, foram fatores considerados restritivos na utilização de políticas públicas na atividade agrícola. A participação nesses programas valoriza tanto os processos quanto os produtos e, conseqüentemente, agrega valor à comercialização em circuitos curtos (DIAS, 2017).

### **2.3 Capital social**

A agricultura família é responsável por movimentar grande parte da economia brasileira. No entanto, os agricultores familiares enfrentam alguns obstáculos frequentemente. Como exemplos tem-se, distância física para acessar mercados, baixa massa crítica, restrição ao crédito, grandes jornadas de trabalho, sazonalidade, variação climática, legislação ambiental. Estudos científicos apontam para o Capital Social como um conceito capaz de medir o bem-estar rural. No entanto, deve-se analisar em quais níveis de maturidade de Capital Social se encontram as comunidades (QUEDEVEZ, 2016).

Almeida (2015) constatou que os níveis de Capital Social presentes nas relações entre os agricultores familiares, como confiança, solidariedade e reciprocidade, se mostraram bastante significativos. O autor apontou a importância do Capital Social para formar e manter as associações dos agricultores familiares. E dessa forma, fortalecendo esses grupos e assegurando benefícios que talvez não seriam alcançados se esses indivíduos atuassem de forma solitária e individualizada.

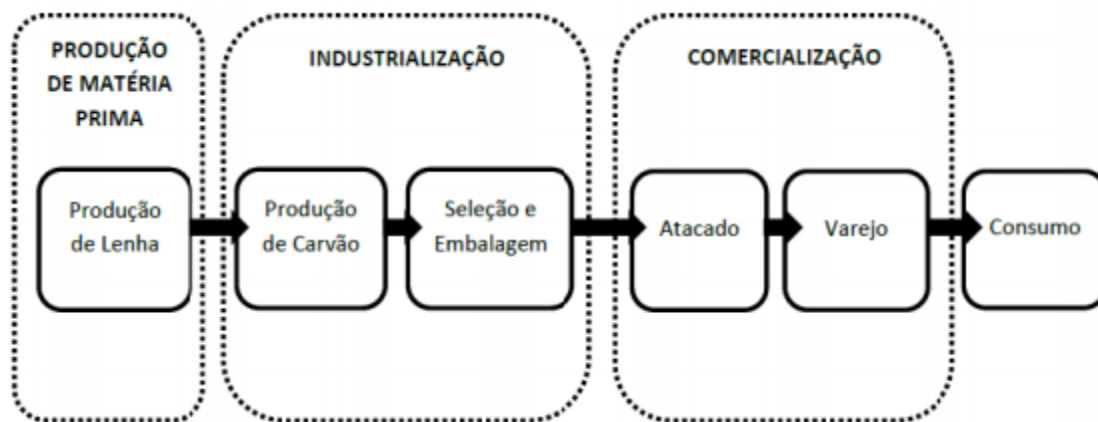
### **2.4 Cadeia produtiva**

Cada cadeia produtiva possui características próprias, principalmente devido ao tipo de produto que é produzido, mas também vale lembrar que, além disso, existem características como a região onde as atividades são desenvolvidas, o nível de instrução dos produtores, o acesso aos mercados, que também influenciam os modos produtivos. Chiodi, Almeida e Assis (2020) apresentam duas percepções dos agricultores sobre o mercado que utiliza intermediários.

Na primeira percepção, os agricultores destacam o fato de que costumam receber preços baixos por seus produtos. E na segunda relaciona à falta de confiança do agricultor nos agentes intermediários da cadeia de abastecimento familiar. Com base nisso, os autores apontam que seria mais provável uma atitude desonesta do intermediário do que do agricultor (CHIODI, ALMEIDA, ASSIS; 2020).

Outros autores analisaram as implicações da confiança nas estratégias produtivas dos agricultores do Altiplano Oeste Potosino, no México, tendo mostrado que para os produtores da região a confiança influencia as estratégias agrícolas desenvolvidas por eles (RAMÍREZ LOPEZ *et al.*, 2018). A figura 3 mostra os processos da cadeia produtiva do carvão vegetal na agricultura familiar no sul do Brasil.

Figura 3 - Cadeia produtiva do carvão vegetal



Fonte: Carrieri-Souza *et. al.* (2014)

Carrieri-Souza *et. al.* (2014) analisaram como ocorrem as três etapas principais do processo produtivo do carvão vegetal. Com base na figura 3 pode-se supor que uma cadeia produtiva de um produto genérico, se constitui das três macro etapas mostradas neste processo produtivo. Ou seja, produção de matéria prima e/ou aquisição de insumos, produção e/ou industrialização, e por fim a etapa da comercialização. Esta pesquisa considerou a etapa do processo da cadeia produtiva que se refere à comercialização dos produtos dos agricultores familiares da associação. Buscou-se compreender como ocorrem as vendas, os agentes envolvidos nesse processo e como se dá o relacionamento entre eles.

## 2.5 Os programas governamentais de assistencialismo à agricultura familiar

Estudos corroboram a importância das políticas públicas para a agricultura familiar, apontam que tais políticas contribuem para a segurança alimentar e nutricional, estendendo-se às áreas da saúde e meio ambiente (FERIGOLLO *et al.*, 2017; SCHWARTZMAN *et al.*, 2017).

Sousa *et al.* (2018) enfatizam a importância da criação de programas de aquisição de alimentos que garantam o acesso dos agricultores familiares.

Por outro lado, em uma perspectiva comunitária, estudos enfatizam a importância da agricultura familiar no estímulo à economia regional, incentivando o consumo dos alimentos produzidos na região (ROCKETT *et al.*, 2019) e moldando uma nova cultura de consumo por meio da compra institucional da produção agrícola familiar para alimentação escolar (ASSIS; FRANÇA; COELHO, 2019).

### **2.5.1 O PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar**

A resolução nº 2191 de 24 de agosto de 1995 instituiu o Programa Nacional de Fortalecimento da agricultura Familiar - PRONAF na esfera do crédito rural. O programa é destinado a apoiar financeiramente as atividades agropecuárias exploradas por agricultores e suas respectivas famílias. Para ter acesso aos financiamentos ao amparo do PRONAF, o beneficiário (produtor rural) deve atender simultaneamente a alguns quesitos, comprovado mediante Declaração de Aptidão ao PRONAF – DAP (MAPA, 2017).

Segundo o MAPA (2020), a DAP é um documento de identificação e qualificação das Unidades Familiares de Produção Agrícola e suas formas associativas organizadas em pessoas jurídicas. Podem utilizar o documento, aqueles indivíduos em conformidade com a Lei nº 11.326 de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e da Empresa Familiar Rural.

### **2.5.2 O PAA – Programa de Aquisição de Alimentos**

O Programa de Aquisição de Alimentos tem como objetivos principais incentivar a agricultura familiar e oferecer acesso à alimentação. Para atingir a esses objetivos, são comprados os produtos advindos da produção familiar, dispensando processos licitatórios. Esses produtos são destinados pelo programa aos indivíduos em situação de insegurança alimentar e nutricional, e também àqueles que são atendidos pela rede socioassistencial e pelos equipamentos públicos de alimentação e nutrição (MDS, 2012).

Conforme o MDS (2012), os beneficiários do PAA são divididos entre os fornecedores e os consumidores. Os beneficiários fornecedores podem participar de forma individual ou por meio de suas cooperativas, ou outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado. Para acessar ao programa de forma individual é necessária a DAP, enquanto as organizações devem apresentar a DAP Especial Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos pelo Grupo Gestor do PAA. Além disso, esse público deve atender aos requisitos previstos no art. 3º da Lei 11.326, de 24 de julho de 2006.

Já os beneficiários consumidores, devem entrar em contato com a rede socioassistencial ou com os equipamentos de alimentação e nutrição em seus municípios. As entidades por sua vez, devem contatar as Unidades Executoras a fim de que seja realizada a sua inclusão como beneficiárias. Além disso, estas entidades podem também procurar por grupos da agricultura familiar para o desenvolvimento de projetos juntamente com as Unidades Executoras (MDS, 2012).

### **2.5.3 O PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar**

A Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009 estabelece que no mínimo 30% do valor disponibilizado pelo FNDE deve ser utilizado obrigatoriamente na compra de produtos

alimentícios advindos da agricultura familiar. Esse valor é repassado a estados, municípios e Distrito Federal para o PNAE. Os procedimentos licitatórios para a aquisição dos alimentos são dispensados, assim como no PAA.

O fornecimento de alimentos saudáveis a alunos de escolas públicas de educação básica no país e o incentivo a agricultura familiar de forma simultânea, são os objetivos principais do PNAE. A alimentação escolar por meio dos produtos provenientes da agricultura familiar sofreu uma mudança muito importante ao proporcionar aos alunos refeições com alimentos saudáveis e vinculados à região.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nesta seção, serão apresentados os sujeitos de estudo, bem como as técnicas de coleta e análise dos respectivos dados. Para alcançar os objetivos propostos na pesquisa, percebeu-se a necessidade do emprego de uma metodologia que permitisse ao pesquisador um conhecimento aprofundado do contexto analisado. Será apresentado a seguir o caminho que foi percorrido pelos procedimentos metodológicos. Assim, os circuitos curtos de comercialização da produção e as relações entre os agricultores familiares e demais elos da cadeia produtiva são o objeto de estudo neste trabalho e a unidade de análise, a associação de moradores e agricultores familiares de uma cidade situada no interior de Minas Gerais.

#### **3.1 Caracterização da pesquisa**

A abordagem da pesquisa é caracterizada como qualitativa. Nesse tipo de abordagem, é importante considerar a realidade subjetiva das pessoas envolvidas na pesquisa. Numa

perspectiva positiva, essa realidade subjetiva pode interferir na elaboração da pesquisa e criar uma realidade concreta (CAUCHICK-MIGUEL *et al.*, 2018).

O estudo de caso é um dos métodos qualitativos mais importantes. Envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou mais objetos de forma que permita ao pesquisador seu conhecimento amplo e detalhado. A entrevista, o questionário, a leitura de documentos e a observação são alguns exemplos de técnicas que podem ser utilizadas simultaneamente neste método (TURRIONI; MELLO, 2012).

Nesta pesquisa, a técnica de coleta de dados utilizada foi a entrevista semiestruturada para a realização de estudos de múltiplos casos. Ainda segundo Turrioni e Mello (2012), o roteiro ou formulário de entrevista é utilizado para caracterizar um conjunto de perguntas que serão feitas e escritas por um entrevistador, em uma situação face a face com outra pessoa.

### **3.2 Contextualização da pesquisa e área de estudo**

O rompimento da barragem de Fundão, em Mariana-MG, além de interromper a atividade de mineração, também afetou a economia de diversas formas. As atividades agrícolas também foram afetadas. No entanto, vale ressaltar que a cidade possui pequena diversificação econômica e é considerada altamente dependente da atividade mineradora, há baixa atividade agrícola e comercial na área referenciada, conforme relatório elaborado por (SEDRU, 2016).

A pesquisa foi realizada em um subdistrito situado no interior do estado de Minas Gerais, próximo à cidade de Mariana. A fim de preservar a identidade dos entrevistados, não serão divulgados o local nem a identificação da associação e dos entrevistados.

De uma forma geral, essa tragédia afetou de forma significativa a todo o Estado de Minas Gerais. Vale ressaltar que em decorrência da proximidade entre a cidade de Mariana e a área de estudo, o impacto da ruptura da barragem para a economia e a comercialização do que



é produzido por esses indivíduos foi bastante significativo. A figura 4, abaixo, mostra a localização do estado de Minas Gerais.

Figura 4 - Localização do estado de Minas Gerais



Fonte: IBGE (2010)

### **3.3 A associação**

A escolha dos casos se deu primeiramente por se tratar de um grupo que atua de forma organizada para a comercialização dos seus produtos. Logo, a seleção dos participantes foi feita com base em dois critérios. Todos os entrevistados se configuram como agricultores familiares e são membros da associação. Optou-se por estudar cada caso de forma individualizada com a finalidade de obter dados diversificados e específicos de cada forma de comercialização utilizada por cada um dos produtores.

A associação é composta por 25 membros e atua unicamente na comercialização institucional por meio do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Atualmente a

associação comercializa verduras, legumes, quitandas e ovos. Todos os membros possuem a DAP. Um ponto a ser considerado diz respeito à diversificação produtiva dos empreendimentos rurais. Alguns possuem uma gama diversa de produtos para oferecer ao mercado, outros já se encontram em condições menos favoráveis. Isso influencia na diversificação dos circuitos curtos aos quais estão inseridos, como será mostrado na seção dos resultados.

O tempo de atuação dos entrevistados na agricultura familiar varia entre 6 e 17 anos. Nenhum dos entrevistados soube estimar as quantidades que produzem, seja por dia, semana, mês ou ano. Não existe um controle bem definido dessas quantidades. A atividade é para alguns a única fonte de renda da família, para outros é complementar. Todos os entrevistados são naturais de cidades do estado mineiro.

### **3.4 Coleta de dados**

Os dados foram coletados por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado. No total, foram entrevistados 10 dos 25 agricultores familiares que compõem a associação. As questões foram divididas em três blocos. As entrevistas foram realizadas entre os dias 09 de setembro e 22 de outubro de 2020, após a aprovação do projeto pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFOP no dia 07 de setembro de 2020. Projeto cuja identificação na plataforma Brasil é CAEA: 31621220.7.0000.5150. A fim de fornecer maiores informações sobre os entrevistados ao leitor, tem-se a tabela 4, abaixo.

Tabela 4 - Informações gerais dos entrevistados

Identificação	Idade	Gênero	Nível de escolaridade
AF1	35 anos	Feminino	Ensino fundamental incompleto
AF2	51 anos	Feminino	Ensino fundamental completo
AF3	37 anos	Feminino	Ensino médio completo
AF4	49 anos	Feminino	Ensino fundamental incompleto
AF5	42 anos	Feminino	Ensino médio completo
AF6	48 anos	Feminino	Ensino fundamental incompleto
AF7	36 anos	Feminino	Ensino médio completo
AF8	35 anos	Masculino	Ensino médio completo
AF9	46 anos	Masculino	Ensino médio completo
AF10	37 anos	Feminino	Ensino médio completo

Fonte: Elaborada pela autora com base nas entrevistas (2020)

As entrevistas tiveram duração de aproximadamente 11 horas, equivalente a uma média aproximada de 1 hora e 10 minutos por entrevista. Os agricultores foram entrevistados por meio de ligações efetuadas via aplicativo de internet (*whatsapp*). Essas ligações foram gravadas simultaneamente e armazenadas na nuvem, em uma conta pessoal da pesquisadora. As ligações foram realizadas no modo viva-voz, e gravadas com auxílio do gravador de outro celular.

A princípio as entrevistas seriam realizadas presencialmente, mas em decorrência da pandemia do novo coronavírus optou-se por essa forma de contato. Isso foi feito com a finalidade de manter a segurança dos envolvidos, obedecendo às práticas utilizadas no distanciamento social que o momento exigia.

O roteiro foi construído com base na literatura, foram abordados pontos considerados relevantes no processo de comercialização dos produtos da agricultura familiar e nas relações

desses atores com os membros da cadeia produtiva. Como exemplo, podem ser citadas as relações de confiança que são estabelecidas nesses circuitos, bem como os canais de escoamento mais utilizados por esses produtores para escoarem sua produção. Não foi realizado o pré-teste do questionário, dada a dificuldade de entrar em contato com outra associação. Isso foi inviabilizado por causa da pandemia do COVID-19.

A divisão das questões foi categorizada da seguinte forma. O primeiro bloco referia-se ao perfil sócio demográfico e profissional do agricultor familiar. No segundo bloco, as dúvidas foram direcionadas aos objetivos desta pesquisa. Logo, foram realizadas com a finalidade de mapear os canais de venda utilizados pelos produtores rurais e entender como eles se relacionam com os demais agentes da cadeia produtiva. Para isso, foram subdivididas em três tópicos: 01. Requisitos necessários para atuar no respectivo canal de distribuição; 02. Percepção das relações com os agentes da cadeia e 03. Relações cooperativas com outros produtores. Dentro de cada parte foram levantadas questões relacionadas ao tema principal e ao respectivo canal em que cada agricultor estava inserido. Por fim, os agricultores familiares foram questionados sobre suas perspectivas de futuro.

A principal dificuldade observada durante a condução das entrevistas foi que o discurso dos entrevistados não se dá de forma linear. Ou seja, nem sempre as questões foram respondidas seguindo uma ordem. Muitas das vezes, os entrevistados ao responderem determinada pergunta acabavam por complementar outra que já haviam respondido anteriormente.

A maneira como as respostas surgiam no decorrer das entrevistas não se deu totalmente conforme o que era previsto quando foi feita a construção do roteiro. Por outro lado, permitiu uma coleta de dados com uma maior riqueza de detalhes, possibilitando a obtenção de resultados além dos que eram esperados. Surgiram aspectos que não estavam previstos, como conflitos, problemas políticos e sociais.

Outro ponto observado em relação aos discursos dos participantes refere-se à forma como cada um respondeu ao que foi questionado. Nem todos os agricultores desenvolveram suas falas. Pôde-se constatar a presença de extremos entre eles. Alguns detalharam bastante as suas repostas, enquanto outros, em algumas passagens da entrevista responderam de forma muito direta e em alguns casos não foi possível obter informações totalmente consistentes. Logo, as falas com maior riqueza de detalhes foram as mais exploradas e destacadas nos resultados da pesquisa.

Talvez com a realização do pré-teste algumas dessas dificuldades pudessem ter sido sanadas. Como por exemplo, dividir as questões em abertas e fechadas. O que de certa forma, direcionaria melhor as respostas dos entrevistados. No entanto, o distanciamento social exigido pelo momento não permitiu a realização do pré-teste.

### **3.5 Tratamento e análise dos dados**

Os dados foram codificados minuto a minuto. Isso quer dizer que inicialmente foi feita uma catalogação dos pontos que se referem a cada questão que compunha o roteiro da entrevista. Essa codificação foi feita a fim de facilitar a segunda parte do tratamento dos dados, a transcrição.

A transcrição dos áudios foi realizada de forma parcial, com a finalidade primeiramente verificar os trechos mais relevantes de cada entrevista, os quais estavam relacionados com a obtenção dos objetivos desta pesquisa.

Ademais, foram transcritas as falas que complementaram este trabalho. Os dados foram organizados por categorias e dispostos em quadros que permitiram a visualização e comparação

de cada resposta. Todos os dados que emergiram ao longo das entrevistas, sem planejamento, foram categorizados separadamente.

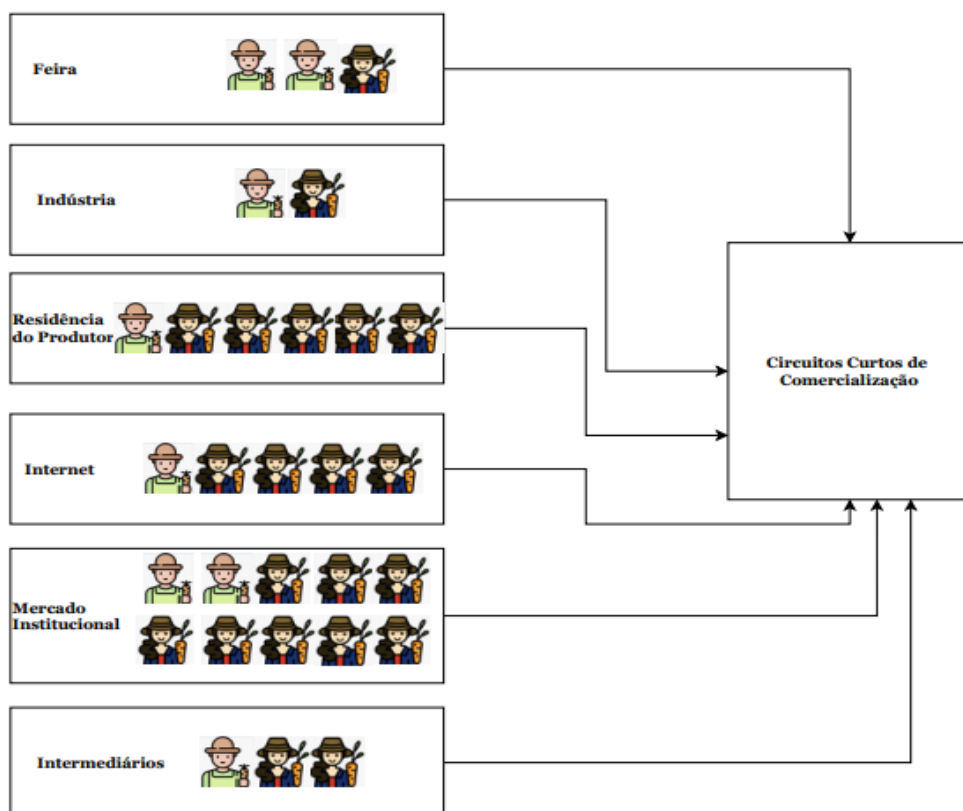
#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Nesta seção foram catalogados e analisados os resultados obtidos no estudo dos múltiplos casos, por meio das entrevistas. Esses resultados foram divididos em cinco tópicos representando os objetivos descritos nesta pesquisa. Alguns dos resultados possibilitaram estabelecer algumas conexões entre os discursos dos entrevistados com o que está documentado na literatura.

##### **4.1 Mapeamento dos circuitos curtos de comercialização**

Foram identificados seis tipos de circuitos curtos de comercialização utilizados pelos agricultores familiares para o escoamento da produção. Os circuitos aqui identificados são caracterizados conforme descrito por Darolt, Lamine e Brandenburg (2013). Logo, os circuitos em que são realizadas as vendas diretas são aqueles em que existe uma relação imediata entre produtores e consumidores. Já, naqueles em que predominam as vendas indiretas há uma relação de mediação de um único intermediário entre produtores e consumidores. A figura 5 apresenta quais são esses circuitos e quantos agricultores atuam em cada um deles.

Figura 5 - Identificação dos circuitos curtos de comercialização<sup>2</sup>



Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

A feira é realizada em uma única cidade, nela não são comercializados apenas produtos da agricultura familiar. O espaço é compartilhado por outros vendedores, que ofertam produtos advindos de outras práticas. Na indústria é comercializado apenas um tipo de produto, o leite. Os produtores fornecem o leite para uma empresa de laticínios do estado de Minas Gerais.

O mercado institucional é o único circuito em que a associação é atuante. Nele, todos os associados atuam. A associação é o elo entre a prefeitura e os produtores. Em decorrência da pandemia do novo coronavírus, esse circuito é caracterizado também pela entrega de cestas. Os

---

<sup>2</sup> Figura elaborada com ícones disponíveis na página [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

produtores comercializam hortaliças, leguminosas, ovos e quitandas. Os produtos são destinados às escolas. As hortaliças, leguminosas e ovos são produzidos de forma individual por cada uma das famílias. Já, na produção das quitandas eles atuam em conjunto. Um grupo composto por quatorze mulheres é responsável pelas atividades.

No circuito em que as vendas são realizadas via intermediários, esses agentes compram os produtos dos agricultores familiares e revendem para diferentes tipos de consumidores. Os intermediários comercializam os produtos na feira e no *delivery*. Há também aqueles que compram os produtos e o consumidor final é desconhecido. O Produtor sabe que os produtos serão revendidos, mas não sabe quem irá adquiri-los.

Na residência do produtor são realizadas as vendas entre o agricultor e o consumidor. E finalmente, o circuito de vendas pela internet. Neste circuito, a internet é uma das principais ferramentas utilizadas pelos agricultores para comercializar sua produção. Ela serve para atender canais como varejo, entrega de cestas e *delivery*. Aqui, tratamos a venda pela internet como uma fusão desses canais. De forma análoga, é o que ocorre no circuito do mercado institucional. Há uma fusão entre os canais entrega de cestas, mercado institucional e associação.

Darolt *et. al.*, (2016) comparou os circuitos curtos de comercialização de base agroecológica no Brasil e na França e constatou que a maioria dos produtores brasileiros atua simultaneamente em mais de um canal. Silva (2015) também verificou a inserção dos agricultores entrevistados em Pará de Minas, em mais de um circuito. Grande parte dos entrevistados se inseria em mais de um circuito simultaneamente. Segundo a autora, isso se deve pelo fato da diversidade dos produtos comercializados ou pela necessidade de escoar a produção.



Este estudo reitera essas constatações. Aqui, todos os entrevistados atuam em mais de um circuito curto ao mesmo tempo. Acredita-se que os agricultores familiares se inserem em mais de um canal de comercialização simultaneamente, dadas às especificidades de cada canal e também pela necessidade de comercialização dos produtos para mercados diversificados. Uma vez que existem produtos que são comercializados apenas em determinado canal.

Há casos de produtores que atuam em mais circuitos que outros, por possuírem uma diversificação maior da produção. E, no entanto, há aqueles que têm sua comercialização restrita em decorrência da dificuldade de oferecer uma maior gama de produtos. Ou seja, como será mostrado ao longo desta seção, cada circuito curto de comercialização tem suas características próprias e bem definidas. Logo, supõe-se que cada produtor atua nos circuitos que se aproximam mais da sua forma de produção e comercialização. A seguir, são apresentados os requisitos necessários mencionados pelos agricultores para a atuação em cada circuito.

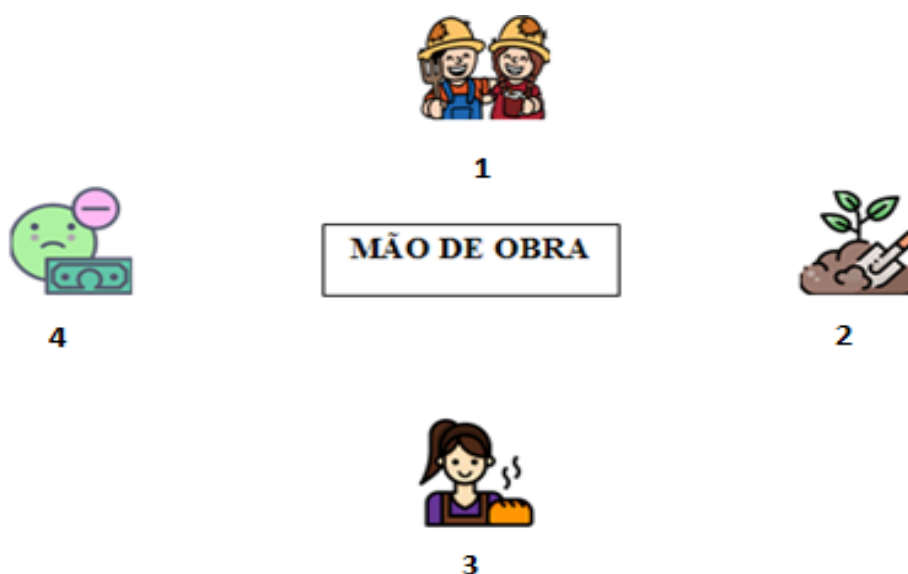
#### **4.2 Requisitos necessários para atuação em cada circuito curto de comercialização**

Os requisitos aqui analisados referem-se à mão de obra utilizada para o desenvolvimento das atividades, a infraestrutura necessária para a produção e para a comercialização dos produtos, os requisitos exigidos pelo mercado, a necessidade ou não de certificação ou alvará para a produção e/ou comercialização. E por fim, as dificuldades encontradas pelos produtores para atuarem em cada um dos circuitos curtos de comercialização.

A mão de obra necessária para a realizar as tarefas sofre poucas variações de circuito para circuito. Em decorrência disso, aqui são tratados de forma geral os aspectos que têm relação com a mão de obra necessária para atender a todos os canais de distribuição. No entanto, serão destacadas as particularidades existentes para a produção de cada tipo de produto.

Logo, é possível que alguns desses aspectos sejam identificados nos canais em que são comercializados esses produtos. No mais, não há como dissociar a mão de obra necessária para atender a cada circuito curto específico. Uma vez que na maioria dos casos, a mesma força de trabalho é aplicada para realizar as tarefas do que os produtores produzem em sua totalidade. Na figura 6 são representadas algumas das principais variáveis relacionadas ao requisito mão de obra.

Figura 6 - Algumas das variáveis relacionadas à mão de obra<sup>3</sup>



**Legenda:**

1 - Contratação de mão de obra em caráter eventual;

2 - Tarefas relacionadas ao plantio;

3 - Tarefas relacionadas à produção das quitandas;

4 - Dificuldades financeiras para contratação de mão de obra extra.

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

---

<sup>3</sup> Figura elaborada com ícones disponíveis na página [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

Quando questionados sobre os desafios envolvidos com a mão de obra para atenderem aos canais nos quais estão inseridos, os produtores citaram a carência de pessoas para auxiliar nas tarefas referentes ao plantio, dificuldades financeiras para contratação de mão de obra extra, contratação eventual de mão de obra auxiliar e a mão de obra como um dos gargalos da produção.

*“Mão de obra na região tem, mas o problema nosso é financeiro. É aguentar pagar a mão de obra. Porque a venda tá muito pouco aqui. (...) De vez em quando a gente troca dia ou vem alguém ajudar a gente, entendeu?”.*  
(AF8, 2020).

Retière (2014) entrevistou agricultores familiares do estado de São Paulo. Logo, observou que tanto a mão de obra quanto a gestão dos empreendimentos rurais era realizada especialmente pelos membros dos núcleos familiares. No entanto, a contratação de mão de obra externa em caráter eventual ou contínuo, podia vir a ocorrer.

Para se enquadrar na definição que caracteriza o produtor como agricultor familiar conforme Lei 11.326, uma das condições é que o agricultor realize as tarefas do seu empreendimento rural utilizando mão de obra exclusivamente familiar. Alguns agricultores contratam mão de obra esporadicamente e talvez isso possa influenciar na caracterização desses indivíduos como agricultores familiares.

*"A mão de obra a gente dá conta. Mais a gente sempre é, contrata uma pessoa às vezes, uma vez por semana assim, pra tá ajudano na produção de verduras né! De legumes!".* (AF3, 2020).

Em São Paulo foi verificado também que a contratação de mão de obra, neste caso, assalariada, se dava especialmente para a execução de dois tipos de atividades. A primeira se referia à produção hortícola, e a segunda à venda direta em feiras ou varejões municipais. Na produção hortícola, as tarefas tinham a finalidade de auxiliar na capina e de forma eventual nas tarefas que dizem respeito ao plantio, com a frequência de uma a duas vezes por semana (RETIÈRE, 2014). Pode ser feita uma analogia com o que foi relatado pela AF3.

Além disso, alguns relataram que às vezes recebem a ajuda extra de familiares não atuantes no segmento para desempenharem as atividades.

*"(...) Ês (os filhos) trabalha na roça, mas é pros outro. Me ajuda, quando tem uma folga, me ajuda". (AF4, 2020).*

Outra característica importante é que existem tarefas que são realizadas apenas por determinado membro da família, como a produção de quitandas e requeijão.

*"Como é só eu fazendo a massa, a minha filha ajuda com... lavar as vasilhas, questão de higienização! Mas a questão das massas, modelagem de pão, sou eu quem faço sozinha!". (AF7, 2020).*

A produção de quitandas ocorre de forma individualizada em alguns canais, ou seja, apenas no núcleo familiar. E também em grupo para atender ao canal referente ao mercado institucional. Sete dos dez entrevistados que atuam nesse canal produzem as quitandas, seis participam diretamente dessa produção, e um deles atua indiretamente. A atuação indireta quer

dizer que um dos membros de sua família é quem atua de forma efetiva na produção. Então ele participa de outros processos auxiliares, como a comercialização das quitandas.

O grupo que produz as quitandas é constituído por quatorze mulheres que são membros da associação. Os produtores pretendem expandir a produção das quitandas, e conseqüentemente aumentar a quantidade de mão de obra para a execução das tarefas. Até o dia da realização das entrevistas não era possível aumentar a quantidade de pessoas trabalhando, em decorrência do espaço disponível para a produção. No momento a mão de obra que possuem é suficiente. Há também os casos em que os produtores relataram que conseguem atender aos canais com a mão de obra que possuem.

*"Hoje pra produção não daria mais pessoas, porque o espaço é pequeno. (...) Na realidade, a gente sonha em produzir mais né! Atender mais mercados. Mas, no momento o que a gente tá atendendo, o pessoal dá conta". (AF6, 2020).*

Pode-se inferir que a mão de obra utilizada pelos agricultores familiares é distribuída de forma intuitiva. Ou seja, de acordo com as necessidades de produção e comercialização de cada um dos circuitos dos quais participa cada um desses indivíduos. Conforme se pôde constatar, todos os membros atuantes da família participam de todas as atividades envolvidas na produção e na comercialização dos produtos. A única exceção se dá para aquelas tarefas que requerem exclusivamente da mão de obra de determinado membro. No mais, tudo o que é genérico conta com a disponibilidade de todos os membros dos núcleos familiares que são atuantes no segmento, conforme apontado pelos entrevistados neste estudo.

A infraestrutura necessária para atender às demandas da produção e da comercialização ocorre em parte de forma semelhante ao que ocorre com a mão de obra. A infraestrutura necessária para o plantio não varia de um canal para o outro. Cada agricultor possui uma única plantação que é destinada a atender às necessidades de todos os canais.

Todos os canais comercializam produtos advindos do plantio, exceto o canal que fornece para a indústria. Já na comercialização e produção de outros tipos de produtos, pode-se verificar algumas mudanças que serão discutidas logo mais. A tabela 5 apresenta a infraestrutura necessária para a atuação nos respectivos circuitos curtos.

Tabela 5 - Infraestrutura necessária para atuação nos circuitos curtos

Circuito curto	Mercado				Residência	
	Feira	Indústria	institucional	Intermediário	do produtor	Internet
	Plantio	Retirada do leite	Plantio	Plantio	Plantio	Plantio
	Transporte	Transferência	Transporte	Transporte		Transporte
	Produção	do leite	Produção	Produção das		Produção
Infraestrutura	das	Armazenamento	das	quitandas		das
	quitandas	do leite	quitandas			quitandas
			Padaria			Internet e celular

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

No que diz respeito ao plantio, foram citados como parte componente da infraestrutura o sistema de irrigação, motocultivador, estufa, mão de obra, área coberta, tela de sombreamento, adubação e transporte para o adubo. Vale ressaltar que nem todos os agricultores possuem tudo o que foi citado como importante para compor essa infraestrutura. Para alguns, os itens seriam importantes para se ter uma infraestrutura adequada, outros já possuem esses itens em sua infraestrutura.

O sistema de irrigação adequado é essencial para que os agricultores consigam desenvolver as atividades relacionadas ao processo produtivo.

*"Iguar a nossa água essa época... Eu preciso de água, mas eu tenho muito pouca. Né, a gente precisa de água..."*.  
(AF4, 2020).

Aqui o sistema de irrigação foi apontado como parte importante para a composição da infraestrutura referente ao plantio. Segundo Thomé (2017) a irrigação adequada foi mencionada por um dos agricultores feirantes como um dos aspectos fundamentais para a obtenção de produtos de qualidade e boa aparência. Logo, sua importância torna-se evidente principalmente para aqueles que carecem ou têm dificuldades relacionadas à obtenção desse sistema.

A estufa e a tela de sombreamento fazem toda a diferença, especialmente em épocas chuvosas e de calor intenso. Foi relatada a perda de parte do plantio, em consequência da ausência de uma estufa para proteger os alimentos de uma tempestade. Em um dos relatos foi mencionado que o transporte do adubo é realizado pela prefeitura.

*"A estufa... Como é que eu te falo? Pra época de chuva é uma coisa que protege muito a plantação"*. (AF7, 2020).

Como pode ser visto na tabela 5, o transporte e a produção das quitandas está presente na feira, no mercado institucional, no circuito via intermediários e no canal da internet. Na feira, o transporte é realizado pelos próprios produtores. O transporte é extremamente necessário,

pois, a feira é realizada na cidade vizinha à qual pertence o subdistrito. Na indústria, o transporte não aparece na tabela por que ele é feito pela empresa.

*“(...) Hoje eu tô tendo o prejuízo de levar pra feira. Se tivesse o transporte, não era prejuízo! Entendeu?”.* (AF8, 2020).

O transporte dos produtos dos agricultores assentados do município de Piratini – RS que participam de uma determinada associação era realizado em parceria com a prefeitura (PRANKE, 2016). Por meio dessa parceria, eram recolhidos os produtos de todos os agricultores que participavam da feira em um único transporte. Segundo a autora, dessa forma foram atenuados alguns dos problemas vivenciados pelos assentados, pois, anteriormente realizar esse transporte era algo mais complicado.

Pranke (2016) apontou que ainda assim existiam entraves relacionados ao transporte dos produtos até a feira, em decorrência da frequência mensal que era disponibilizado devido a fatores como a distância dos assentamentos e más condições das estradas. E também foram observados problemas relacionados ao acordo firmado com a prefeitura. No entanto, vale apontar essa forma de organização para realizar o transporte como algo que talvez pudesse vir a ocorrer com os agricultores desta pesquisa. Ou seja, não significa que deva acontecer da mesma forma, até mesmo por causa das falhas observadas. Mas sim como uma possibilidade a ser avaliada diante do contexto em que estão inseridos os produtores.

O transporte dos produtos que atendem às demandas do mercado institucional, em períodos letivos, era realizado pela prefeitura. Após o fechamento das escolas, devido à necessidade do distanciamento social por causa da pandemia do COVID-19, as entregas passaram a ser realizadas pela associação. Os produtos que eram anteriormente entregues nas



escolas, passaram a ser distribuídos para os alunos no formato de cestas. O presidente da associação era quem realizava o transporte em seu caminhão.

*"Não! A cesta a gente tem que entregar! Eles não busca não. A gente entrega também. Faz e ele enche no caminhão e leva. (...) Do presidente da associação". (AF4, 2020).*

A associação não possui um veículo próprio. Os agricultores dividem igualmente os gastos com a gasolina entre os membros, e o presidente não cobra pelo serviço. Quando há uma quantidade grande de produtos, solicitam o serviço de transporte extra e os gastos são repassados aos associados. Nesse caso, há o incremento do gasto com o trabalho do motorista.

*"(...) Num cabe, o caminhão não é caminhão grande! A gente tem que pagar dois! Se a gente conseguisse um caminhão grande, aí ficava mais barato, a gente pagava só ele né!". (AF4, 2020).*

Santos (2014) afirmou que o transporte das mercadorias destinadas ao mercado institucional em Viçosa-MG é responsabilidade dos agricultores familiares. E ao contrário do que foi apontado nesta pesquisa, o autor disse que a opção de se fazer o transporte em conjunto com os demais agricultores é reduzida pelo fato de cada um dos produtores firmarem acordos com escolas diferentes e horários exclusivos. É importante ressaltar que aqui, o transporte era realizado em grupo em decorrência da pandemia, até a data de realização das entrevistas. Anteriormente, esse transporte era realizado pela prefeitura.

No estudo referenciado acima, quando questionados sobre dificuldades relacionadas com a comercialização dos produtos, mais da metade dos produtores indicou a falta de um veículo de transporte próprio como a dominante. E problemas relacionados às más condições das estradas, foram apontados por 25% dos entrevistados. Logo, diferentemente do que foi apontado aqui neste estudo, a maioria dos agricultores entrevistados na cidade de Viçosa - MG não possui condições de acessar a tal circuito.

Alguns produtores mencionaram a necessidade do transporte dos produtos até um ponto de coleta. Isso deve pelo fato de suas propriedades serem distantes do local onde está situada a associação. Nesse caso, eles se referiam aos produtos que são escoados para o mercado institucional.

*"Bom, às vezes eu tenho que fazer o transporte até o local de... coleta, é!". (AF7, 2020).*

No canal dos intermediários, o transporte é feito na maioria dos casos por conta do atravessador. No entanto, também foi relatado um caso em que a produtora faz esse transporte, caso seja necessário.

*"(...) Vai, ou eu levo pra ela na cidade! (...) Eu levo também, às vezes meus filhos se tá aqui, leva também!". (AF2, 2020).*

A realização do transporte dos produtos pelo atravessador foi apontada como a principal vantagem deste circuito (SANTOS, 2014). O entrevistado relatou que essa, entre outras vantagens, existe quando se compara a inserção dos produtos neste circuito com a inserção dos produtos no varejo.

No circuito caracterizado como internet, o transporte é feito pelos agricultores. Como o canal é uma mistura do varejo e entrega de cestas/*delivery*, os produtos são entregues diretamente aos consumidores em suas residências. A indústria é o único circuito onde a infraestrutura é específica do canal e não foi mencionada em nenhum dos demais. Isso se deve ao fato de se produzir um único tipo de produto no circuito, o leite.

Os entrevistados citaram como componentes importantes da infraestrutura os utensílios para retirar e transferir o leite, e o tanque de armazenamento. No circuito da internet, há produtores que produzem requeijão e queijos, porém não foi mencionado por eles nenhum tipo de componente para a infraestrutura. Isso não quer dizer que não exista, apenas não foi relatado.

A produção das quitandas é realizada na feira, no mercado institucional, no circuito via intermediários e no circuito da internet. Os itens mencionados como necessários para compor a infraestrutura estão relacionados aos utensílios e eletrodomésticos utilizados na confecção dos alimentos. Foi mencionada a necessidade de trabalhar com equipamentos de porte maior e também uma cozinha adaptada, mas as dificuldades financeiras não permitem que isso ocorra.

*"A gente hoje, trabalha no salão da igreja. Mas, a gente precisa de uma estrutura, de cozinha né! Com os equipamentos pra fazer essa, essa quitanda. Tanto pra produzir, quanto pra guardar tudo. (...) Hoje nós trabalhamos com três fornos industriais pequenos né! (...) Então, a gente precisa de fornos maiores e de uma estrutura melhor". (AF6, 2020).*

No mercado institucional, o grupo das agricultoras possui os utensílios e eletrodomésticos para a produção das quitandas. Elas utilizam o centro de pastoral da igreja, cedido pelo padre, e contribuem com o pagamento das contas de energia elétrica. Foi relatado também que na cozinha existem alguns utensílios e/ou equipamentos que não são da associação, mas que são disponibilizados para uso na produção das quitandas.

O grupo carece de um local próprio para a produção e o armazenamento dos produtos. Até o momento da entrevista, os produtores já tinham posse de um terreno para a construção da padaria, porém faltavam recursos financeiros para a compra dos materiais de construção e para o pagamento da mão de obra.

E por fim, o acesso à internet e a posse de aparelho de celular são de fundamental importância para a composição da infraestrutura necessária para a comercialização dos produtos no canal denominado internet. Os produtores disponibilizam periodicamente uma lista de produtos para os clientes via internet, pelo aplicativo de troca de mensagens *whatsapp*. Esses consumidores selecionam os produtos e as quantidades que desejam, encaminham para os produtores e eles realizam as entregas nas residências desses clientes.

*"(...) Antes eu nem tinha como fazer isso né! (...) Depois que eu tive acesso à internet, facilitou muito. Porque em questão que aí eu... a perda d'eu também levar é pequena. Porque eu só levo aquilo mesmo que tá encomendado, fiz as entregas, volto e retorno pra minha casa!". (AF5, 2020).*

Em Santa Rosa - RS foi verificada a presença de agricultores que utilizam o *whatsapp* como uma ferramenta para a comercialização dos seus produtos (THOMÉ, 2017). O autor

identificou os canais utilizados pelos agricultores feirantes para escoamento da produção. Esses produtores atuam de forma semelhante aos que foram entrevistados neste estudo. Os pedidos são encaminhados pelos consumidores e em seguida são realizados os acordos para a realização das entregas.

Ainda segundo o autor, no canal denominado em seu estudo como “porta a porta”, os produtores vendem o que levam para as entregas. Ou seja, característica também apontada pela AF5 no canal da internet. Isso se justifica pelo fato de o canal referente à internet ser tratado aqui neste estudo como uma fusão de entrega de cestas, *delivery* e internet.

Mais uma vez pode-se fazer referência ao tipo de produto comercializado com os circuitos curtos de comercialização aos quais os agricultores familiares estão inseridos. Isso fica evidente, se os olhares forem direcionados ao circuito referente à indústria, por exemplo. O leite é o único produto comercializado neste circuito. Logo, conclui-se que conseguem atuar em determinado circuito, os agricultores que possuem a infraestrutura e a diversificação produtiva necessária para atender às demandas específicas de tal canal.

Não se deve atribuir apenas esses fatores como justificativas para atuação ou não atuação dos agricultores em determinado circuito curto de comercialização. Uma vez que possam existir outras razões para tal. No entanto, fica evidente que tanto a infraestrutura quanto a diversificação produtiva podem ser considerados aspectos excludentes ou inclusivos. Isso vai depender da análise de cada um dos casos.

Quanto às exigências estabelecidas pelo mercado, pode-se observar na tabela 6 que a qualidade e a higiene foram mencionadas em todos os circuitos curtos de comercialização. Logo, são exigências comuns a todos os canais e independem do tipo de produto comercializado. Por se tratar de produtos alimentícios, esses aspectos são extremamente necessários.

Uma das principais exigências apontadas pelos agricultores familiares de Viçosa – MG para acessarem aos mercados, referia-se à qualidade dos produtos (SANTOS, 2014). Essa exigência, assim como nesta pesquisa, foi mencionada em todos os circuitos acessados por esses agricultores.

Tabela 6 - Exigências estabelecidas pelo mercado nos respectivos circuitos curtos

Circuito curto	Residência do produtor					
	Feira	Indústria	Mercado institucional	Intermediário	Internet	
Requisitos de mercado	Qualidade	Qualidade	Qualidade	Qualidade	Qualidade	Qualidade
	Higiene	Higiene	Higiene	Higiene	Higiene	Higiene
	Cultura	Contagem de células somáticas	Fiscalização	Tamanho		Cultura
	Fiscalização	Antibiótico	Tamanho	Aparência		Tamanho
		Gordura	Peso	Empacotamento		Aparência
		Bactérias	Aparência			Produtos livres de agrotóxicos
			Produtos livres de agrotóxicos			
			Empacotamento			Fidelidade
			Cronograma			

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

As questões culturais estão presentes na feira e no circuito da internet. Sobre a cultura, é importante destacar a experiência de uma das produtoras que mencionou o requisito. Ela atuava antes da pandemia em duas feiras situadas em cidades diferentes e próximas espacialmente. Segundo o relato, as cidades possuem públicos completamente diferentes e para ela essas diferenças estão associadas à cultura local.

*"Depende do público. São duas cidades próximas, porém com o público totalmente diferente. (...) A questão é cultura". (AF7, 2020).*

Os aspectos visuais para o público da cidade X se sobrepõem a quaisquer outros, preocupam-se com tamanho e aparência dos produtos. Já a cidade Y possui um público preocupado com a procedência dos produtos, se são naturais e saborosos. Ela disse que isso se aplica a todos os produtos, quitandas, queijos e etc. A produtora atua também no circuito da internet. Com o fechamento da feira da cidade Y, as entregas passaram a ser realizadas por meio de cestas no *delivery*. A feira da cidade X também fechou, mas foi reaberta no mês de agosto de 2020. Até a data das entrevistas ela ainda se mantinha em funcionamento.

*“A cidade X tem um público que olha tamanho, tamanho e buniteza! Tem que ser coisa de vitrine. Na cidade Y, não! Em Y... o que eu tô oferecendo é orgânico, e eles quer uma coisa pura, uma coisa limpa, entendeu? Independente se tá uma coisa feinha ou não, se tá grande ou tá pequeno, eles quer é aquele sabor! Se eu cheguei com aquele produto que remete àquele sabor que é de qualidade, não importa a cara...”*. (AF7, 2020).

Santos (2014) verificou um relato que se aproxima ao que foi mencionado pela AF7. Os principais critérios adotados por compradores que atuam em restaurantes no estudo realizado pelo autor, segundo relatado por uma produtora são os preços e a aparência dos produtos, independente se foram produzidos com ou sem o uso de agrotóxicos. São circuitos diferentes, mas a situação é comum aos dois.

A feira e o mercado institucional foram os únicos circuitos em que foi mencionada a fiscalização como um dos requisitos de mercado. Essa fiscalização é realizada pela vigilância sanitária. Conforme relatado, na feira não podem ser vendidos produtos de origem animal, vivos

ou mortos. Além disso, a vigilância fiscaliza questões relacionadas à higiene. Esses cuidados com a higiene foram redobrados por causa da pandemia.

*"A única exigência é da vigilância sanitária né. Não pode vender produto de origem animal, vivo e nem morto. E tomar alguns cuidados de higiene né. Ainda mais agora com a pandemia né!". (AF8, 2020).*

Thomé (2017) discorreu sobre como a legislação é rigorosa com os agricultores feirantes que atuam em Santa Rosa – RS. Segundo o autor, os feirantes acreditam que especialmente a vigilância sanitária age de forma injusta. Para esses produtores, as exigências feitas pelo órgão são semelhantes às aquelas feitas para a agroindústria. Isso acontece tanto na produção, quanto na comercialização dos produtos. Por se tratar de um sistema familiar, há uma limitação para que eles se adequem a essas normas.

Aqui, foi citada a fiscalização da vigilância sanitária como um requisito de mercado para a atuação dos produtores na feira. No entanto, não foram detalhadas nem especificadas vantagens ou desvantagens que essa fiscalização poderia causar. Isso não significa que não ocorra, apenas não foi mencionado pelos entrevistados.

No mercado institucional as quitandas devem ter uma certificação da vigilância sanitária, que é utilizada para produto de origem animal. As mercadorias advindas das práticas do plantio não têm exigências formalizadas. Contudo, a vigilância sanitária acompanha esporadicamente a forma como são produzidos os alimentos. Mas não há um “selo” que sirva para inibir a comercialização indevida.

*"As quitandas têm que ter o selo da vigilância sanitária". (AF8, 2020).*



*"A prefeitura cobra produtos limpos, sem veneno.  
(...) Eu sei que a prefeitura não tem aquela  
fiscalização em cima disso não". (AF9, 2020).*

Em Viçosa – MG também foi apontada essa exigência de produtos livres de agrotóxicos por parte da prefeitura (SANTOS, 2014). Porém, assim como nesta pesquisa, ainda não havia uma fiscalização atuante. O autor disse que as medidas de controle ainda estavam em fase de efetivação.

No circuito referente à indústria, as exigências são realizadas pela empresa de laticínios. A empresa faz análises para verificar se o leite está higienizado. São realizadas a contagem de células somáticas e bactérias, e também se há a presença de antibióticos. As análises são realizadas periodicamente, assim que o leite é entregue para a empresa. Se o leite estiver sujo, o produtor é notificado de que será feita mais uma análise no próximo mês. Dessa forma, o produtor tem mais um mês para modificar a situação. Caso ele não faça as mudanças necessárias, a empresa para de comprar o produto.

*"A partir desse ano, entrou a lei em vigor. Pararam de adiar a lei e colocaram ela pra funcionar. Então, a empresa só pode comprar leite de quem tem higiene. Se o leite tiver muito sujo ela avisa o cara. Ele tem mais um mês pra mudar. Aí se continuar sujo, aí fala com ele ó, nós vamos fazer mais uma análise no leite se não tiver tem que parar". (AF8, 2020).*

A fala do AF8 corrobora com o que foi observado por Lima (2017), que tinha por finalidade compreender como eram os canais de comercialização do leite, do ponto de vista dos produtores goianos. Assim como foi relatado pelo AF8, a indústria que compra o leite é bastante exigente no que tange a qualidade do produto. A autora apontou também a penalização dos produtores que atuam com níveis de qualidade abaixo dos esperados como uma característica do circuito. Assim como neste estudo, a autora mencionou a exclusão do produtor caso os problemas sejam recorrentes.

Quanto à verificação da presença ou não de antibióticos a empresa é mais rigorosa. Se for constatada a presença de antibióticos no leite, além de perder o produto, o produtor tem que pagar por ele. Por outro lado, se não for detectada a presença de antibióticos no produto, se o leite for considerado de qualidade, tiver níveis altos de gordura, níveis baixos de células somáticas e bactérias, a empresa oferece uma bonificação para o produtor. Essa é uma forma de incentivar o produtor a entregar um leite dentro dos padrões exigidos para que ele seja de qualidade.

Na indústria, as exigências com a qualidade restringem o acesso dos pequenos produtores ao canal de comercialização, e foram apontadas como uma das desvantagens para esses indivíduos acessarem a tal circuito (SILVA, 2015). Essas exigências são feitas, neste caso, pela indústria que compra frango, carne bovina e leite. Já, nesta pesquisa o único produto comercializado para a indústria é o leite. Além disso, a exigência por um produto de qualidade não foi apontada como um aspecto negativo e nem positivo.

Os requisitos, tamanho e aparência foram mencionados como importantes exigências realizadas pelo mercado nos circuitos do mercado institucional, via intermediários e internet. O peso também foi mencionado no circuito do mercado institucional. A preocupação em adquirir

produtos livres de agrotóxicos foi citada como requisito de mercado para atuação no mercado institucional e no circuito da internet.

*“Qualidade, tamanho bom, aspecto bonito, aparência boa. Quitandas feitas com higiene, tamanhos padronizados e qualidade”.* (AF2, 2020).

*“Ser saudável, natural... De boa qualidade”.* (AF10, 2020).

Existe essa preocupação, mas não há como garantir que todos os produtores atuem com a finalidade de produzirem produtos com essas características. Apontou-se o fato de alguns produtores utilizarem agrotóxicos em seus plantios. Isso nem sempre significa que esses produtores agiram de má fé. Às vezes, opta-se por esse caminho por ser o mais economicamente viável nas circunstâncias em que se encontram.

*“Porque hoje tem muita gente como se diz, que faz parte da agricultura familiar, mas não trabalha com nada agroecológico. Usa veneno, e é uma confusão! E fala que é orgânico! Então a gente tem os exemplo aqui por perto da gente. Pessoas que trabalham dessa forma. E é uma forma mais fácil e mais barata de trabalhar”.* (AF9, 2020).

Santos (2014) verificou que uma parcela representativa dos agricultores familiares de Viçosa - MG atuava com o padrão produtivo combinado entre adubação química e orgânica, e com o método convencional. Assim como neste estudo, nem todos os produtores familiares atuavam com o uso de práticas orgânicas e/ou agroecológicas.

A exigência em relação ao empacotamento dos produtos foi mencionada no mercado institucional e no circuito via intermediários. No mercado institucional há outro requisito de extrema importância, seguir o cronograma estabelecido pela prefeitura. As entregas devem ser realizadas nas datas e quantidades solicitadas. Santos (2014) verificou a exigência dos produtos serem embalados para a comercialização no mercado institucional na cidade de Viçosa – MG e isso vai ao encontro do que disse a AF1.

*"Tem que lavar tudo direitinho, empacotar...". (AF1, 2020).*

No estudo desenvolvido por Thomé (2017) foi apontada como uma das características da venda na propriedade o fato de o cliente conhecer o local da produção. Nesta pesquisa, nas vendas realizadas nas residências dos produtores, foi mencionado o contato do consumidor com a horta como um facilitador para a comercialização dos produtos. Isso permite que o cliente verifique como são as plantações dos alimentos que serão consumidos por ele.

*"Ah, geralmente quando eles vêm em casa, eles vão na horta conhecer o produto né! E eles sabem que é um produto... (...) Eles tão vendo o produto então é mais fácil pra vender pra eles". (AF6, 2020).*

E finalmente, no canal da internet, a fidelização dos clientes foi mencionada como um dos requisitos do mercado. Conforme relatado, acredita-se que o fato de os consumidores se relacionarem com os produtores e consumirem seus produtos há mais tempo, subentende-se que para eles as mercadorias são de qualidade.

*"(...) Porque as pessoas igual eu te falei, que já conhece o produto... Sabe que é de boa procedência e assim vai!". (AF5, 2020).*

No que diz respeito às preferências dos consumidores, os relatos de parte dos agricultores familiares apontavam como um dos motivos principais a existência do conhecimento desses consumidores (SANTOS, 2014). Ou seja, a fidelização dos clientes se dava graças ao relacionamento próximo e de confiança entre as partes. Pode-se notar a semelhança entre essa constatação feita pelo autor com a fala da AF5.

Pode-se estabelecer uma conexão entre as exigências estipuladas pelo mercado com o tipo de relacionamento estabelecido entre produtor e consumidor. Existem os circuitos em que os agricultores não se relacionam com os consumidores finais. Nesses circuitos, geralmente nota-se uma maior exigência por parte dos compradores. A indústria e o mercado institucional são exemplos disso. A feira também apresenta uma exigência maior, podendo ser justificada não pelo tipo de relacionamento, mas sim por se tratar de uma feira municipal realizada em espaço público.

Já naqueles circuitos em que há um relacionamento mais próximo entre produtor e cliente, salvo algumas exceções, as exigências são menores. Isso pode ser explicado pela segurança que o consumidor possui ao adquirir produtos cuja produção é feita por pessoas em quem confiam. Essa confiança é adquirida ao longo do tempo por meio de uma relação próxima

e muitas vezes, uma relação de amizade. Apesar disso, nota-se a preocupação de alguns agricultores em fornecer produtos certificados. Isso será mostrado e discutido a seguir.

A tabela 7 mostra em quais circuitos é necessário que se tenha certificação ou alvará para que os agricultores possam produzir e comercializar os seus produtos. Como pode-se observar, a necessidade de possuir certificação ou alvará para atuação nos circuitos curtos foi citada apenas na indústria e no mercado institucional.

Tabela 7 - Certificação ou alvará necessários para atuação nos circuitos

Circuito	Mercado			Residência do			
	curto	Feira	Indústria	institucional	Intermediário	produtor	Internet
		Especificações	DAP				
Certificação		da empresa	Licença da	-----	-----		
ou alvará	-----		vigilância	-	---		-----
			sanitária				

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

Vale dizer que na indústria não é exigido nenhum documento em especial, mas as especificações estipuladas pela empresa devem ser seguidas.

*"Pra indústria, só tem que, é... Encaixar dentro das normas que é ter um leite de qualidade". (AF8, 2020).*

Essa fala do AF8 é condizente com o que foi relatado acerca das exigências do mercado para atuação nesse circuito, anteriormente. Ou seja, mais uma vez a qualidade é citada como um aspecto importante na indústria. Ainda que não haja nenhuma certificação ou documentação exigida por parte da empresa, as especificações determinadas por ela devem ser consideradas, a fim de se obter um produto dentro dos padrões de qualidade.

Para fornecer seus produtos para as escolas, todos os agricultores que participam do mercado institucional devem possuir a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP). Além disso, para a produção das quitandas é necessária a Licença da vigilância sanitária.

*"No caso eu tenho que ter DAP né!". (AF7, 2020).*

*"(...) As quitandas a gente tem que ter o selo da vigilância sanitária né!". (AF5, 2020).*

A Declaração de Aptidão ao PRONAF – DAP é necessária para que os agricultores familiares possam ter acesso ao mercado institucional. O relato da AF7 corrobora com o que descrito no referencial teórico desta pesquisa, no que diz respeito ao Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE.

Há também agricultores que possuem certificação da vigilância sanitária no próprio empreendimento familiar, não por exigência de determinado canal e sim por acreditarem na importância da certificação para atenderem a todos os canais dos quais fazem parte. Disseram que entre os membros da associação eles são os únicos que estão buscando pela obtenção do selo orgânico. Foi relatada também, a importância dessa certificação orgânica para acessarem a novos mercados.

*"A certificação orgânica, a gente tá correndo atrás. (...) Muita gente a gente tem que... A gente tem que provar, não basta só falar". (AF7, 2020).*

Foi relatado também o conhecimento da importância da certificação orgânica. A produtora não possui a certificação, mas tem a consciência de que adquiri-la facilitaria o seu processo de comercialização, dada a valorização dos clientes em consumir produtos naturais.

*"(...) Hoje o consumidor ele tá muito voltado à questão né, das coisas mais naturais. Mas só que eles acreditam no que eles vê ali no papel né! (...) Com o selo é outra coisa. (AF5, 2020).*

Thomé (2017) relatou a presença de entrevistados que atuam com a produção orgânica e possuem a certificação que comprova esse tipo de produção. E segundo o autor, esses produtores apresentavam um diferencial frente ao mercado, quando comparados aos demais. Nas falas da AF7 e AF5, pode-se inferir a preocupação em atender aos consumidores mais exigentes e que requerem essa certificação. Em níveis diferentes, mas de formas semelhantes. Na primeira fala, a produtora relatou que está em processo para adquirir o selo. Já na segunda, sabe-se da relevância da certificação, mas não foi mencionada nenhuma perspectiva de iniciar o processo de posse, até a data de realização da entrevista.

O que foi apontado referente à indústria e ao mercado institucional em relação à necessidade de certificação ou alvará reforça o que foi dito sobre as exigências de mercado. Ou seja, reafirma a conclusão de que o relacionamento próximo entre o produtor e o consumidor reduz as exigências em relação aos produtos fornecidos. No entanto, como foi adiantado no requisito anterior, há a consciência da importância da certificação por parte de alguns agricultores para a atuação no mercado de modo geral. Não apenas demonstrando a



preocupação em atender demandas específicas, mas sim como uma forma de assegurar a todos os clientes que estão consumindo produtos dentro de normas e/ou padrões certificados.

A preocupação com a obtenção da certificação ou alvará por parte dos agricultores familiares de forma individualizada para a atuação nos canais de distribuição foi mencionada por poucos produtores. Ou seja, com exceção dos circuitos em que atuam em conjunto com os demais agricultores. Talvez isso possa ser justificado pela burocracia e os custos envolvidos no processo, como foi mencionado pelos agricultores que buscam pela certificação orgânica, por exemplo.

Os agricultores familiares apontaram as dificuldades que enfrentam em cada um dos circuitos curtos em que atuam. Essas dificuldades são mostradas na tabela 8. Nos circuitos referentes à indústria e aos intermediários não foi mencionada nenhuma dificuldade pelos entrevistados.

Tabela 8 - Dificuldades enfrentadas pelos agricultores para atuação nos circuitos

Circuito curto	curtos					
	Feira	Indústria	Mercado institucional	Intermediário	Residência do produtor	Internet
	Feira compartilhada		Estrutura para plantio		Vendas Público	Transporte Concorrência
	Concorrência		Desvalorização da produção			Maquininha de cartão
	Mão de obra		Gestão			
	Maquinário		Cronograma			
	Organização					
Dificuldades	Vendas	-----	Comprometimento	-----		
	Transporte	-	Diálogo			
			Burocracia			
			Diversificação produtiva			
			Padaria			
			Transporte			

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

Uma das dificuldades mencionadas para atuação na feira consiste no fato de não existir um espaço específico para comercializar produtos da agricultura familiar, o que gera uma concorrência desleal. A feira é compartilhada com outros vendedores que comercializam produtos advindos de outras práticas de produção. Por exemplo, são vendidos produtos adquiridos na Central de Abastecimento de Minas Gerais (CEASA/MG). Segundo relato, esses produtos são produzidos em larga escala e com uso de agrotóxicos.

*"São dezesseis ou dezoito barracas apenas, com os agricultores. A gente tava levando bastante variedades... (...) E tinha gente que chegava no portão e via que não tava o pessoal de fora, virava e voltava! (...) Não*

*conseguimos fazer o que a gente queria. Que era só os produtores... Da agricultura familiar!". (AF7, 2020).*

Em consequência disso, há uma desvalorização dos produtos ofertados pelos produtores familiares. Uma vez que a produção em larga escala permite que os produtos sejam comercializados a um preço mais baixo, quando comparados com os produtos da agricultura familiar onde a produção é realizada em pequena escala. A utilização dos agrotóxicos também permite a oferta de produtos visivelmente maiores e com aparência mais atrativa aos consumidores.

O que foi dito acima corrobora com a afirmação de Dalmoro *et. al.*, (2017). Os autores apontaram que diante do contexto em que estão inseridos a agricultura familiar e o agronegócio, as posições de ambos são desiguais. Não é desacreditada a importância da agricultura familiar, mas suas práticas se distanciam das práticas produtivistas presentes no agronegócio.

Logo, pode-se relacionar essa fala com a questão da escala de produção nos dois segmentos. A produção em larga escala presente no agronegócio é um dos fatores que coloca a agricultura familiar em uma posição menos vantajosa, quando se pensa em lucros maiores com a comercialização da produção.

A oferta por produtos com preços atrativos, às vezes abaixo dos custos de produção, foi apontada por Mendes (2017) no circuito da feira. No entanto, o relato faz referência à forte presença de intermediários que atuam nas feiras livres em Diamantina – MG. Esses agentes exercem a mesma função dos agricultores familiares, comercializando produtos advindos das mesmas práticas utilizadas pela agricultura familiar.

Isso ocorre por se tratar de um circuito cada vez mais aberto, e essa situação torna inviável a participação dos próprios agricultores familiares nas feiras (MENDES, 2017). Pode-

se fazer uma relação com o que foi mencionado anteriormente no que tange à dificuldade de participação dos agricultores na feira, pelo fato de ser uma feira compartilhada com outros agentes.

A mão de obra e a falta de maquinário adequado para a produção de determinados produtos também foi citada como uma dificuldade para atuar na feira. Outro aspecto mencionado como uma das dificuldades relaciona-se à desorganização por parte dos responsáveis pela feira. Conforme relatado, não há um local fixo para os produtores montarem suas barracas. O cliente não consegue estabelecer uma referência da localização dos produtores na feira.

*"O problema maior da feira hoje, é a organização né. Porque eu acho que tudo tem que ter organização e tá muito desorganizado. Cada dia tá pondo a barraca da gente em um lugar. Aí o cliente que comprou na sua mão hoje, amanhã não sabe onde você tá".*  
(AF8, 2020).

Outros fatores que têm dificultado a atuação na feira são a queda nas vendas e os custos com transporte. Muitas das vezes, o que é vendido não supre os gastos com o transporte. Mendes (2017) concluiu que os agricultores feirantes de seu estudo enfrentavam dificuldades semelhantes às dos entrevistados nessa pesquisa. A autora elencou algumas dessas dificuldades e o transporte é considerado um dos principais entraves para que os produtores possam atuar no circuito.

*"(...) Você gasta pra ir, aí chega lá vende muito pouco, entendeu? Quase que não paga é... O gasto*

*de levar! Além do custo das mudas, do trabalho pra plantar, pra colher...". (AF8, 2020).*

No circuito da internet, também foram mencionadas concorrência e dificuldades relacionadas ao transporte. Foi apontado que aquelas pessoas que comercializam os produtos em apenas determinadas épocas, atrapalham as pessoas que comercializam os produtos ao longo do ano. Essas pessoas foram caracterizadas como uma espécie de concorrentes “oportunistas”. Ou seja, enquanto uns agricultores ofertam produtos o ano inteiro, seja em época propícia para colheita ou não, esses “oportunistas” comercializam apenas quando lhes é conveniente.

*“(...) De vez em quando aparece uns querendo fazer a mesma coisa e tal, aí... Por exemplo, nessa pandemia, a gente começou a fazer entrega. Como a gente faz entrega, a gente cobra uma taxa de entrega. Aí muita gente começou a fazer entrega de graça”. (AF7, 2020).*

Conforme mencionado, esse tipo de concorrência acaba desviando alguns dos clientes, por meio de condições mais atrativas. Como por exemplo, realização de entregas sem cobrança de taxas. Quanto ao transporte, foram apontados os custos para a realização das entregas e a manutenção de veículo. Para os que fazem as entregas de moto, constatou-se que um veículo coberto seria mais adequado. Mas, as condições financeiras até o momento da realização da entrevista inviabilizavam a compra. No circuito da internet, a falta de máquina para pagamentos via cartões também é considerada uma dificuldade, pois, a aquisição facilitaria a comercialização dos produtos.

*"O dia que o carro enguiça... (...) Tem que dar manutenção direto". (AF7, 2020).*

O mercado institucional é o circuito curto onde foi mencionada uma quantidade grande de dificuldades para a atuação dos produtores. Alguns desses produtores não possuem uma estrutura adequada para o plantio, o que dificulta que o grupo cumpra com as quantidades e tipos de produtos solicitados no cronograma da prefeitura. Foi relatado que quando um associado não possui o produto ou as quantidades exigidas naquele momento, quem possui em quantidade extra, faz um empréstimo para esse produtor.

*"A gente ajuda, tem horas que eles não têm as verduras. A gente tem aqui, a gente entrega". (AF9, 2020).*

Pode-se notar aqui uma relação semelhante ao que foi concluído por Winckler *et.al.*, (2013). Os autores analisaram como se davam as relações de coopetição e competição entre os agricultores familiares na cadeia produtiva do leite no oeste catarinense. Constataram que a coopetição ocorre por meio da compra de insumos, na produção e no acesso ao mercado. Ou seja, os produtores se ajudam e fortalecem a atividade em ambos os casos.

A prefeitura não valoriza a produção das quitandas em pequena escala, o que dificulta a atuação no circuito. As questões que envolvem gestão, cronograma, e comprometimento possuem certa conexão. As reclamações sobre os responsáveis pelos acordos entre a prefeitura e os produtores têm relação direta com o cronograma. Ou seja, foi mencionada a falta de um cronograma ideal para a colheita e quando esse cronograma é disponibilizado, não são levados em consideração aspectos relacionados com a disponibilidade de entrega.

*"(...) Aí eles não dão muito valor pra produção pouca, porque a gente só vende (as quitandas) pra escola né! Aí como eles já tava acostumado a comprar de padarias, essas coisas... Aí essa dificuldade que a gente tem!". (AF3, 2020).*

Foram apontadas diversas ineficiências referentes a esse cronograma. Questões ligadas à falta de comprometimento por parte da prefeitura em cumprir o que foi determinado no cronograma, acarretando em muitas das vezes em desperdícios e prejuízos para o produtor. Nem sempre a prefeitura compra o que foi solicitado. E há também os casos em que a prefeitura solicita uma quantidade maior do que a estipulada anteriormente no cronograma. Isso complica o planejamento feito pelos produtores.

*"A maior dificuldade que a gente tem na prefeitura hoje, são as pessoas que estão lá dentro da prefeitura. Que não fazem o cronograma, que não fazem a questão da colheita direitinho. Porque a gente tem o período de quarenta e cinco dias, mais ou menos pro alface. Então eles deixam passar noventa dias, por exemplo, e viram procê e fala com ocê assim: - Eu quero 500 quilos de alface! É uma dificuldade muito grande, até pra associação. Porque se você for produzir 500 quilos de alface e eles não pegar, você vai jogar fora! Aí de uma hora pra outra eles chegam e falam pra você: - Eu quero 500 quilos! Então, às vezes*

*deixo de atender por causa disso. Não ter esse cronograma". (AF9, 2020).*

Silva (2015) observou que o fato de a prefeitura não comprar todos os produtos com constância prejudica os produtores na logística utilizada para que efetuem a produção e a venda dos seus produtos. Pode-se relacionar a fala do AF9 com o que foi apontado pelo autor. Aqui, o planejamento da produção também é afetado por determinadas atitudes da prefeitura.

Os produtores feirantes entrevistados por Thomé (2017), que atuam no mercado institucional também informaram a falta de regularidade na realização dos pedidos neste circuito. Assim como relatado pelos agricultores participantes desta pesquisa, os pedidos são agendados anteriormente e as entregas ocorrem de acordo com cada caso, a periodicidade varia.

Problemas em estabelecer um diálogo eficaz e questões burocráticas também foram mencionados como empecilhos para a atuação no canal referenciado. Além disso, a falta de um local próprio para a produção das quitandas e o transporte também foram apontados como fatores que dificultam o processo de comercialização no circuito.

*"Eu acho que o principal hoje é diálogo". (AF8, 2020).*

O transporte quando realizado pela prefeitura, deixa a desejar no sentido do cuidado com os produtos. Muitas vezes, por exemplo, os produtos não chegam ao destino final com uma boa aparência. Os produtores alegaram que os funcionários da prefeitura não têm o cuidado necessário para fazer o transporte dos alimentos.

*"Muitas vezes é... Vc entrega a mercadoria excelente, quando ela chega no final, da escola. (...) Aí o aspecto já*



*não fica bom! (...) Tipo assim, os funcionário às vezes joga as verdura, num trata adequadamente. Não têm o zelo, o cuidado!". (AF2, 2020).*

Na residência do produtor as dificuldades dizem respeito à queda nas vendas em decorrência da pandemia. Muitas pessoas que compravam os produtos não residem no subdistrito. Como por exemplo, os professores que saíam de outras localidades para lecionar no lugarejo. E também ao fato de que muitas das pessoas que residem no subdistrito possuem suas próprias plantações. Logo, o público consumidor é bem reduzido.

*"Dificuldade, em termos de clientela né! Porque, é... Com essa pandemia diminuiu muito as pessoas, a procura de hortaliças né! E muitas pessoas também estão plantando no seu quintal!". (AF10, 2020).*

As dificuldades apresentadas pelos agricultores familiares são condizentes com o que foi relatado por eles quando indagados sobre os requisitos apresentados anteriormente. Logo, pode ser estabelecida uma relação direta com as dificuldades enfrentadas por eles e esses requisitos. O transporte mencionado na infraestrutura como fator de extrema importância para a atuação dos produtores em determinados circuitos curtos, foi apontado também como uma dificuldade. De certa forma esperava-se que isso viesse a ocorrer. Uma vez que nem todos os agricultores possuíam todos os requisitos necessários para atuar nos respectivos circuitos curtos de comercialização.

Nesta pesquisa foram identificados agricultores que comercializavam seus produtos via intermediários. Entretanto, não foi apontado nenhum aspecto negativo característico desse tipo de relação. Isso talvez possa ser justificado pelo fato dos agricultores familiares não serem tão dependentes desse tipo de circuito. Ou seja, todos eles participavam de mais de um circuito curto de comercialização.

É importante ressaltar esse fato, pois, a presença dos intermediários nas relações de comercialização da agricultura familiar foi apontada como um aspecto negativo. Como exemplos, podem ser citadas novamente as pesquisas desenvolvidas por César (2011), Santos (2014), Dias (2017), Mendes (2017) e por Chiodi, Almeida e Assis (2020). Nessas pesquisas, a forte presença dos intermediários e a dependência dos agricultores nesse tipo de relação são consideradas prejudiciais à atividade.

De uma maneira geral, pode-se destacar que os requisitos necessários para a atuação dos agricultores familiares participantes deste estudo em determinado canal estão interconectados. A diversificação produtiva e os consumidores são determinantes para caracterizar os circuitos curtos de comercialização. Isso pôde ser constatado nesta subsecção por meio dos dados obtidos nas entrevistas. Cada circuito curto possui sua especificidade e isso varia de acordo com a localidade e os grupos estudados, conforme foi mostrado por meio da literatura.

#### **4.3 Percepção das relações com os demais agentes da cadeia produtiva**

Os agricultores familiares relataram como são suas percepções da confiabilidade nos respectivos agentes da cadeia produtiva no longo prazo, suas percepções do nível de honestidade dos compradores, como se dão as relações de poder entre eles e como é feita a negociação dos preços. Esses relatos foram realizados em cada um dos circuitos curtos de comercialização em que atuam. Na sequência são apresentadas e detalhadas cada uma dessas

relações. A tabela 9 mostra como se dão as percepções das relações de confiabilidade estabelecidas entre os agentes.

Tabela 9 - Percepções das relações de confiabilidade estabelecidas entre os agentes

Circuito de comercialização	Residência do					
	Feira	Indústria	Mercado inst.	Intermed.	produtor	Internet
<b>Confiabilidade</b>	Fidelização dos clientes	Confiável	Mudanças políticas	Boa	Fidelização dos clientes	Fidelização dos clientes
	Respeito ao consumidor	Não confiável	Comprometimento	Baixa	Boa	
			Responsabilidade			Confiável
			Não há o que reclamar			
		Boa				

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

Na feira, as percepções dos agricultores sobre a confiabilidade nos respectivos agentes no longo prazo estão relacionadas à fidelização dos clientes, e também ao respeito com o consumidor. Ou seja, eles confiam nos clientes que são fiéis, aqueles que já são conhecidos e se mantêm ativos. O respeito ao consumidor é algo apontado como necessário para que haja uma boa relação de confiabilidade.

*"A gente confia só mesmo em quem a gente conhece. Já é um freguês que é mais ativo, mais fiel". (AF7, 2020).*

*"(...) A confiabilidade é boa desde que você tenha respeito né". (AF8, 2020).*

Gusmão (2019) apontou que os produtos comercializados pelos agricultores familiares agroextrativistas do Norte do estado de Minas Gerais, trazem consigo valores que contribuem para a fidelização dos clientes. Os valores apontados pela autora foram a confiança, credibilidade e segurança. Pode-se estabelecer uma relação com o que foi mencionado acima. Ou seja, nesta pesquisa também foi verificada a importância da confiança para a fidelização dos clientes.

Santos (2014) observou que tanto a busca pela fidelização dos clientes quanto o estabelecimento de uma boa reputação decorrem de relações em que são construídos vínculos entre produtores e consumidores. Os vínculos mais fortes são aqueles em que há um relacionamento mais constante, frequente. Já os vínculos mais fracos são onde o relacionamento se dá de forma eventual. Isso corrobora com o relato da AF7.

No circuito relacionado à indústria, as percepções dos entrevistados sobre a confiabilidade nos respectivos agentes no longo prazo, são totalmente opostas. Em um dos relatos a confiabilidade é considerada boa, pois a relação ocorre há aproximadamente 18 anos. No entanto, foi relatada uma relação em que a confiabilidade na indústria não existe. Isso foi justificado por causa de problemas voltados para os acordos firmados entre ambos.

*"Já tem uns dezoito anos que eu trabalho com eles... Eu acho que é uma perspectiva boa". (AF6, 2020).*

*"Às vezes eles juntam as empresas que compram o leite, e jogam o preço do leite lá embaixo pra matar o produtor. Então confiabilidade neles, zero!". (AF8, 2020).*

No mercado institucional, as percepções de confiabilidade variam. As questões políticas desestabilizam as relações no sentido de haverem possíveis mudanças na gestão após as trocas

realizadas em consequência das eleições. A falta de comprometimento da prefeitura ao estabelecer os acordos influencia na percepção de confiabilidade. Conforme relatos, a confiabilidade é boa em determinados aspectos, mas no que diz respeito ao comprometimento deixa a desejar. Alguns produtores disseram que não há do que se queixar em relação à confiabilidade, e alguns a classificam como sendo boa.

*"Ah, eles não têm muita responsabilidade com a gente não. A gente vende, a gente compra as mudas né, tem as despesa e demora muito pra tá pagando a gente. É nisso aí!". (AF3, 2020).*

*"Então, a prefeitura é mais complicado porque tá sempre mudando né. Tá vindo aí com as eleições de novo... Então a gente sempre fica meio apreensivo nessas trocas, nessas mudanças. Mais a gente torce pra que a coisa continue melhorando". (AF6, 2020).*

*"Bom, nunca levei tombo deles não. (...) Não é confiável em relação a compromisso. Eles deixaram a gente bem na mão esse ano. (...) A gente perdeu bastante verdura por conta disso". (AF7, 2020).*

*"Ah, eu não tenho nada a reclamar da associação com a escola não". (AF1, 2020).*

Silva (2015) observou algumas dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares de Pará de Minas no circuito do mercado institucional. Assim como apontado neste estudo, tais

agricultores também relataram problemas voltados para a irregularidade da frequência dos pagamentos por parte da prefeitura.

Os relatos sobre os relacionamentos de confiabilidade entre os agricultores e a prefeitura são coerentes com as dificuldades que foram apontadas na subseção anterior. Esperava-se que suas relações de confiabilidade apresentassem algumas fragilidades, visto que é o circuito curto onde foi relatada uma quantidade considerável de dificuldades enfrentadas pelos agricultores.

Já no circuito dos intermediários, as percepções de confiabilidade são relatadas como boas e baixas. Como não foram identificados os intermediários de todas as relações, não se pode constatar se os produtores se referiam às mesmas pessoas ou a pessoas diferentes. É importante que se tenha em mente o que foi dito anteriormente sobre a presença dos intermediários na comercialização dos produtos da agricultura familiar.

Ou seja, neste estudo não houveram relatos expressivos sobre aspectos negativos das relações com esses agentes. O que contraria as constatações de diversos autores, como apontado na subseção anterior. Isso talvez possa ser justificado pelo fato de os produtores não serem altamente dependentes desses atravessadores para escoarem os seus produtos.

Mais uma vez a fidelização do cliente é mencionada como um critério para que haja uma percepção positiva sobre a confiabilidade nas relações. Esse critério agora foi apontado nos circuitos da residência do produtor e da internet. Na residência do produtor não há relatos negativos sobre as percepções de confiabilidade. A grande maioria dos consumidores é caracterizada como confiável.

*"Ah, é bem... Bastante confiável. A gente já né, já tem bem tempo. A gente já confia neles". (AF3, 2020).*

As relações de confiança influenciam as percepções sobre a honestidade dos compradores. As vendas em que o pagamento é efetuado no crediário, geralmente são realizadas para os consumidores conhecidos pelos produtores e em que se estabeleçam percepções positivas de confiabilidade. Na tabela 10 podem ser vistas as percepções dos agricultores sobre a honestidade dos compradores. De uma maneira geral, as percepções tendem a ser positivas.

*"A maioria são bem... Paga direitinho, é confiável. Geralmente tem as pessoas que já compram por mês né!". (AF3, 2020).*

*"(...) Então são pessoas de muita confiança! Só que é assim né... Em todo caso existe a exceção. Então a gente não conhece todos eles. É claro que alguns a gente não tem aquela confiança. A confiança, ela é construída dia a dia, tempo a tempo né!". (AF9, 2020).*

Tabela 10 - Percepções sobre a honestidade do comprador

Circuito de comercialização	Mercado				Residência do produtor	
	Feira	Indústria	institucional	Intermediários	Internet	Internet
<b>Honestidade do comprador</b>	Fiado somente para clientes conhecidos	Boa Pagam	Honestos Mediana	Boa Mediana	Honestos	A grande maioria dos clientes é honesta
	Vendas apenas em dinheiro ou cartão					

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

Mais uma vez a confiança é considerada um critério importante no relacionamento entre os agricultores familiares e os consumidores. Neste caso, ela é essencial para a tomada de decisão do agricultor sobre qual a forma de pagamento que será realizada nas transações. Permitindo assim, uma maior flexibilidade para aqueles em que há uma relação sólida de confiança.

Quando questionados sobre como se dão as suas percepções sobre as relações de poder existentes nos circuitos, na feira, na indústria e na internet o cliente foi apontado como o agente que exerce maior poder nas relações. No mercado institucional, os agricultores que apontaram que o cliente exerce menor poder são aqueles que utilizam o canal para escoar a produção “extra”. Ou seja, o circuito não é o principal utilizado por eles para escoamento dos produtos. O mercado institucional complementa a renda da família. É como se os produtos que eles comercializam neste circuito fosse o excedente dos demais canais em que atuam.

*"A realidade é que a gente depende de vender né. Então querendo ou não, essas pessoas exercem um poder sobre*



*a gente sim. Porque se a gente não vender, não tem grana, é prejuízo né. Então é complicado". (AF7, 2020).*

Na residência do produtor o poder é dividido igualmente entre os agentes. Novamente a confiança é mencionada como um dos fatores determinantes na percepção do nível de poder. Já na internet, os relatos apontam para percepções em três níveis. Foi o único circuito em que isso foi verificado. A tabela 11 apresenta as percepções das relações de poder entre os agentes nos respectivos circuitos.

*"É meio a meio. Porque a gente aí tem um certo vínculo de confiança né". (AF10, 2020).*

Tabela 11 - Percepções das relações de poder entre os agentes

Canal de comercialização	Mercado			Residência do produtor		
	Feira	Indústria	institucional	Intermediários	produtor	Internet
Relações de poder	Os clientes exercem maior poder	A empresa exerce maior poder	A prefeitura exerce maior poder	Dividido igualmente	Dividido igualmente	Os clientes exercem maior poder
			Os agricultores exercem maior poder	O produtor exerce maior poder		Dividido igualmente
						O produtor exerce maior poder

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

As relações de poder entre os agricultores familiares e os consumidores se dão de acordo com o tipo de circuito curto de comercialização em que estão inseridos. Por meio dos relatos

obtidos, foi possível constatar que naqueles circuitos em que a dependência dos produtores em realizar as vendas é menor, o poder é dividido igualmente entre ambos ou o produtor exerce um maior poder nas relações. Nos casos em que há uma forte dependência do produtor em comercializar seus produtos naquele circuito, conseqüentemente o poder do agricultor nas relações será menor.

Naqueles circuitos em que há um número maior de exigências feitas pelo mercado e onde foi verificada a necessidade de certificação ou alvará para a atuação dos agricultores, o poder maior está concentrado no consumidor. Ou seja, os agricultores trabalham com a finalidade de atender às demandas estipuladas pelos consumidores. Logo, as relações de poder estão estritamente ligadas ao tipo de consumidor e à dependência ou não do agricultor em atender a esse cliente, em comercializar seus produtos em tal circuito.

É importante dizer que nem todos os compradores são os consumidores finais, e isso também tem ligação com a quantidade de requisitos que devem ser atendidos pelos agricultores familiares. Se forem levados em consideração a indústria e o mercado institucional, esta constatação é bastante relevante. Nesses canais os produtos serão distribuídos para terceiros. Logo, a necessidade de um maior critério em relação aos produtos adquiridos.

No mercado institucional, o poder maior é exercido pela prefeitura em todas as relações, com exceção dos agricultores que comercializam o excedente de sua produção neste circuito. Ou seja, esses agricultores relataram possuir o maior poder na relação de comercialização com a prefeitura, visto que o circuito não é o responsável pelo escoamento da maior parte da sua produção.

Na tabela 12 é apresentada a forma como se dá a negociação dos preços em cada um dos circuitos curtos de comercialização. Na feira, a negociação do preço é flexível por se tratar de um ambiente onde é comum “pechinchar”. A intenção do produtor é voltar para a casa com

todos os produtos vendidos. Logo, muitas das vezes é mais interessante para ele vender um produto por um valor mais baixo do que correr o risco de ter prejuízos maiores, como por exemplo, o desperdício da produção.

Tabela 12 - Negociação dos preços nos circuitos

Canal de comercialização	Mercado			Residência do produtor		
	Feira	Indústria	institucional	Intermediários	produtor	Internet
Negociação dos preços	Flexível	Terceiros	Cotação e	Flexível	Flexível	Fixo
		Concorrência	pesquisa de mercado		Fixo	Pesquisa de mercado

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas (2020)

*"Na feira tem essa flexibilidade, de ter uma negociação. Depende, tudo depende do tanto que a pessoa vai levar, entendeu?". (AF8, 2020).*

Outra forma de tornar os preços mais flexíveis na feira é oferecendo um desconto ao cliente na compra de mais de uma unidade de produto. Na indústria, a negociação do preço é feita de duas formas. A primeira é por meio de uma terceira pessoa que negocia com a empresa e faz o repasse dos valores para a produtora. Não foi possível compreender detalhes maiores de como isso ocorre. E a segunda é influenciada pela concorrência, ela é quem dita como será feita a negociação.

*"Se tiver concorrência, tem negociação. Mas isso é complicado, é difícil". (AF8, 2020).*

Thomé (2017) apontou que na feira os agricultores feirantes possuíam uma maior liberdade para estabelecer os preços, quando comparado com outros canais de distribuição. Segundo o autor, os agricultores podiam agregar valor a seus produtos segundo alguns critérios estabelecidos por eles próprios. Nesta pesquisa, também foi verificada a liberdade por parte dos produtores ao permitirem a negociação dos preços dos produtos comercializados na feira. Há certa flexibilidade em determinadas transações.

No mercado institucional são realizadas cotações, pesquisas de mercado pela prefeitura e os preços são informados para o presidente da associação, que por sua vez se reúne com os associados para discutirem a respeito. Há quem diga que os preços são justos, e existem também relatos de que os preços são aceitos por falta de escolha.

*"Faz uma pesquisa no comércio né! Aí a prefeitura faz a avaliação dela em cima dessa pesquisa né!"*

(AF2, 2020).

No circuito dos intermediários a negociação dos preços é flexível, há a possibilidade de se discutir a respeito do que é melhor para os envolvidos. Na residência do produtor foram mencionadas duas formas contrárias entre si para se estipular os valores. Há relatos em que a negociação é possível, e em outros não. No circuito da internet os preços são fixos. Também foi apontada a pesquisa de mercado para estipulação dos valores.

Ao final desta subseção pode-se dizer que há uma relação direta entre os quatro aspectos aqui abordados. As relações de confiabilidade são de extrema importância para que as demais relações venham a ocorrer, e a forma que se darão. A negociação dos preços está intimamente relacionada aos níveis de poder presentes nos relacionamentos entre produtores e consumidores. Ou seja, nos circuitos em que o poder maior é exercido pelo cliente, a negociação

dos preços é menos flexível. Enquanto em outros circuitos, o produtor apresenta um maior poder de tomada de decisão a esse respeito.

Bischof (2016) analisou um tipo de circuito curto de comercialização. Esse circuito é um Centro de Comercialização Permanente da Agricultura Familiar (CCPAF) localizado no Paraná. A autora constatou que as relações sociais de confiança, partilha, afetividade e ajuda mútua desempenham um papel muito importante e que se equiparam à importância relacionada aos ganhos financeiros obtidos por meio das trocas comerciais realizadas.

#### **4.4 Percepção das relações de cooperação entre os produtores**

Aqui, são consideradas relações de cooperação entre os produtores, aquelas em que há trabalho conjunto para a produção e comercialização dos produtos entre eles. Os agricultores familiares foram questionados acerca das suas percepções de confiabilidade entre os pares no longo prazo, percepção dos níveis de poder entre os pares, e também se julgam justos os acordos de atividades e a distribuição de recursos entre os pares.

Os circuitos curtos de comercialização que possuem agricultores que se enquadram nessa situação são o mercado institucional e internet. No mercado institucional, foram estudados os casos em que os produtores trabalham em conjunto para a produção e a comercialização das quitandas. Já no canal caracterizado como internet, foi analisado o caso em que há uma sociedade de produtoras que trabalham para atender a todos os canais em que participam. Ou seja, aqui tudo o que é plantado e colhido, e também a produção das quitandas é realizado em conjunto.

A sociedade é composta por três produtoras que se dividem para a realização de todas as atividades de produção e comercialização exigidas por cada circuito em que atuam. Apenas na indústria que somente uma das produtoras atua individualmente. Pode-se notar por meio da

fala da AF5 que essa sociedade é de base familiar. Ou seja, as agricultoras possuem graus de parentesco. É importante dizer que essas agricultoras têm dois tipos de relações de cooperação, uma no mercado institucional (produção de quitandas) e outra na sociedade.

*"(...) A gente pranta em sociedade. É eu, minha prima e minha cunhada". (AF5, 2020).*

No mercado institucional, sete dos dez agricultores trabalham em cooperação com outros produtores. E entre os sete apenas um atua indiretamente na produção, sua contribuição é apenas na comercialização dos produtos. Os outros seis participam dos dois processos, produção e comercialização das quitandas. As relações de cooperação aqui estabelecidas são entre os produtores e a associação. A percepção da confiabilidade em outros pares no longo prazo foi considerada “boa” por todos os produtores.

*“Quando a gente tá é... Trabalhando em grupo né! A gente tem que confiar. Tem que ter união. Então, todos fazem a parte deles né”. (AF2, 2020).*

Quanto à percepção dos níveis de poder entre os pares, todos apontaram que não há uma divisão do poder entre os envolvidos.

*"É boa também. Quando a gente fala grupo, tem que tratar todo mundo igual, lá não pode discriminar ninguém". (AF4, 2020).*

Todos os agricultores familiares consideram justos os acordos de atividades realizados com outros pares.

*"Sim! Tentamos fazer o mais justo possível".*

(AF8, 2020).

A distribuição dos recursos entre os pares também é considerada justa por todos eles.

*"Sim, é bem distribuído. É justo!".* (AF3, 2020).

As produtoras que compõem a sociedade foram questionadas sobre os mesmos aspectos no circuito categorizado como internet. As sócias classificaram as suas percepções de confiabilidade entre os pares no longo prazo, como sendo confiável ou boa.

*"A confiança é muito boa em relação a isso. Já tem oito anos que a gente tá trabalhando juntas e nunca teve nenhum atrito".* (AF3, 2020).

Sobre as suas percepções em relação aos níveis de poder entre os pares, todas consideraram que o poder é dividido igualmente entre elas.

*"Acredito que igualmente. Tudo dividido igual, os compromissos, tudo".* (AF5, 2020).

Todas as produtoras julgaram justos os acordos de atividades entre os pares.

*"Sim, julgo!".* (AF3, 2020).

E também julgaram justa a distribuição dos recursos entre os pares.

*"Sim, também são justos". (AF3, 2020).*

Nesta subsecção é reafirmado o que foi dito na subsecção anterior em relação à importância da confiança para a agricultura familiar. As respostas de todos os entrevistados foram positivas sobre as relações de cooperação estabelecidas entre eles. Ou seja, são pessoas conhecidas que possuem um elo forte de amizade, confiabilidade e respeito mútuos. De certa forma, esses resultados eram esperados. Uma vez que quando indagados sobre outros aspectos envolvendo os membros da associação, os entrevistados já davam indícios de que possuíam boas relações entre si.

#### **4.5 Perspectivas futuras**

Os agricultores familiares foram questionados sobre suas expectativas em relação ao futuro. Buscou-se compreender se os entrevistados possuíam ou não o desejo de aumentar a produção e a sua base de clientes, se havia a pretensão de diversificar a atuação nos canais ou inserir em um novo circuito e em qual seria. Além disso, os produtores responderam sobre o que pretendem fazer no futuro e de que forma isso ocorrerá.

Todos os entrevistados têm o desejo de expandir a produção e a base de clientes, exceto uma das entrevistadas. Isso pode indicar uma possível dificuldade para sair da sua zona de conforto. Dias (2017) apontou que a resistência a mudanças está relacionada ao perfil socioeconômico de alguns produtores de determinadas comunidades. Esses indivíduos possuíam faixa etária acima de 40 anos. A faixa etária a qual pertence a produtora AF3 é inferior a essa. No entanto, na sua fala existem indícios de que ela corrobore com o que foi citado pelo autor.



*"Ah, eu acho que expandir não! Porque tá tranquilo do jeito de que tá. Eu acho que num, por enquanto não tem necessidade não!". (AF3, 2020).*

Na fala a seguir, pode-se notar que além de ser um desejo, essa expansão é considerada um sonho a ser realizado.

*"Com certeza! Tenho sim! Eu tenho essa vontade. A gente é... É um sonho meu né até! Conseguir equipamento, por exemplo, trator, pra mim poder já aumentar a produção. Com menos mão de obra né! Então, aumentar, ter uma estufa... A perspectiva de crescer com certeza é grande! Os sonhos são muitos". (AF9, 2020).*

Por meio dessa expansão da produção e da base dos clientes, há também a vontade do crescimento do grupo dos produtores por meio da associação. E pode-se notar a preocupação com o futuro das crianças que residem no subdistrito, e com o desenvolvimento local.

Manfio *et al.* (2019) concluiu que a valorização do trabalho familiar associado à permanência das famílias no meio rural foi um dos principais ganhos observados na produção de uva orgânica em Cotiporã e Dom Pedrito, no Rio Grande do Sul. Na fala da AF6 é notável que a sua preocupação com o futuro e a permanência das crianças no subdistrito corrobora com o que foi apontado pelo autor.

*"É, a gente junto com a associação nós esperamos ter uma produção maior né! Ter, as quitandas, por exemplo... É... Ter mais pessoas trabalhando aqui, que a comunidade cresça... E as*

*verduras também! Nós esperamos ter maior comércio pra, pra comunidade ter um futuro melhor... Que as nossas crianças possam estudar e continuar aqui. Ter o prazer de continuar na nossa comunidade". (AF6, 2020).*

Em relação ao desejo de diversificar a atuação nos canais de distribuição em que atuam, e se há a pretensão por parte dos produtores de atuar em canais que ainda não atuam somente uma produtora que não demonstrou interesse. O que vai ao encontro da sua resposta na pergunta anterior e reforça a sua possível resistência a mudanças.

*"Ah, acho que não! Não, acho que não!". (AF3, 2020).*

Como exemplos de canais em que eles desejam atuar no futuro foram citados, supermercados, varejo, sacolões, feiras, e também a criação de um estabelecimento próprio na cidade para a comercialização dos produtos vindos da roça.

*"Olha, intenção da associação é crescer né! Entregar pra comércios maiores né! Supermercados... Quem sabe futuramente a gente num consegue algo maior pra entrega. Eu teria interesse em vender pra supermercado sim, pra sacolões... Alguma coisa do tipo". (AF6, 2020).*

Ainda sobre o desejo de atuação em outros canais.

*"É um sonho, por exemplo, que eu tinha, já falei várias vezes. Aí já é uma questão da gente entrar com a associação. Uma forma*

*de melhorar a venda da associação inteira. E automaticamente, a minha também”.* (AF9, 2020).

E por fim.

*“Eu não tenho em mente agora. Mas, através da associação o que for, é... Liberado pra gente, a gente vai produzir sim”.* (AF10, 2020).

Aliado à vontade de atuação em outros canais está também o desejo de que isso ocorra em grupo, juntamente com os demais associados. Há aqui uma relação direta com o que foi mostrado na subseção 4.4. Ou seja, nas relações de cooperação estabelecidas entre os produtores que produzem e comercializam seus produtos via associação não foi apontado nenhum aspecto negativo. Logo, o desejo de expandirem a produção e a comercialização em grupo significa que a associação traz benefícios para todos.

Além dos circuitos que os produtores citaram anteriormente, a fala a seguir mostra um relato interessante sobre a vontade da produtora em atuar em um circuito que valoriza a sua identidade cultural e a sua forma de produzir.

*“A gente tá observando algumas pousadas que servem café da manhã, por exemplo, as quitandas, entendeu? E, alguém que... Que tá interessado nessa questão de agroecologia, agricultura familiar e tipo assim... Como é que eu te falo? Tipo um gourmet! Entendeu? Esse estabelecimento, o que você tá comendo aqui, é isso, isso, isso! Por isso tem esse preço diferenciado!”.* (AF7, 2020).

Por meio desse discurso nota-se que a produtora pretende comercializar seus produtos em canais que valorizam a origem do que é consumido. Gusmão (2019) apontou o reconhecimento dos produtos por suas características próprias como cultura, produção familiar e escolha alimentar, como uma das vantagens da atuação em circuitos curtos quando comparados às grandes empresas do setor agroalimentar.

Outra questão interessante que emergiu do relato de um dos produtores foi o desenvolvimento de um projeto que visa facilitar a divulgação e a comercialização de seus produtos futuramente. Essa fala corrobora com a fala anterior e com a constatação feita por Gusmão (2019). O produtor por meio desse projeto reforça a importância de valorização da identidade cultural e da forma de produção familiar.

*“A gente tava até com um projeto de começar a fazer alguns tipos de blog, um sistema de propaganda diferente é... Com filmagem no Youtube do que, que a gente faz, da forma que a gente planta, da forma que a gente trabalha né! A gente tá com essa ideia futura de fazer assim”. (AF9, 2020).*

Sobre as perspectivas pessoais relacionadas ao futuro, os agricultores relataram o que pretendem fazer futuramente e como isso se dará. Todos os produtores pretendem dar continuidade às atividades que desenvolvem na agricultura familiar.

*"É... Eu falo com eles (filhos) né que quando eu aposentar não vou trabalhar mais. Mas eu acho que é meio difícil a gente na roça e aposentar e num trabaiá né! Eu acho que eu vou continuar enquanto eu guentá, tiver guentano. Eu acho que eu vou tá com uns 70 a 80 ano, vou tá trabalhano... Eu me vejo assim! Porque*

*eu tenho vó ainda, sabe? Minha vó tá com 92 ano e ainda varre um terreiro, ela costura! Aí eu vejo meu futuro igual ela, igual o dela! Vou continuar trabalhano, mas no que eu aguentar né... Eu com 60 anos, eu num vou aguentar fazer o que eu faço hoje né! Me vejo trabalhando, mas com menos frequência né!". (AF4, 2020).*

Também foi mencionado o desejo de ver os filhos aprendendo e trabalhando com eles no segmento. Além disso, há a preocupação com a permanência dos filhos no subdistrito. Uma das possíveis soluções para que esses indivíduos permaneçam no meio rural está relacionada com a valorização da produção familiar, conforme apontado por Manfio *et al.* (2019).

*"Uma boa pergunta! Assim, sonhos a gente tem de tá melhor, de crescer, de melhorar a produção, de segurar os filhos da gente aqui né! E ver os filhos da gente aprendendo com a gente e trabalhar com a gente". (AF9, 2020).*

Por outro lado, há quem não demonstre o desejo de ver o filho trabalhando com a produção familiar.

*"(...) E a vida assim, da pessoa que trabalha na roça, eu acho assim que é um serviço... Eu gosto e tudo, mas é um serviço mais desgastante do que um serviço, igual uma pessoa que tem um estudo ou alguma coisa assim. Eu acredito que tenha uma vida mais... Mais confortável e mais assim, tranquila em relação ao trabalho né! Aí, acho que meu filho ele pelo menos ele fala que*

*tem vontade de estudar né! Vamos ver se ele vai conseguir cumprir esse objetivo que ele tem né!”. (AF5, 2020).*

Alguns produtores, além de dar continuidade aos trabalhos que desenvolvem atualmente têm vontade inovar e investir mais nos seus empreendimentos rurais.

*"Bom, eu queria aprofundar mais, em várias coisas. Em plantas medicinais eu tô querendo me aprofundar. Que parte pra medicina chinesa. Você se curar naturalmente de várias doenças. Então, é muito interessante você não ter que ir na farmácia, né! E você descobrir plantas que são capazes de por exemplo, que tá sendo estudada pra cura de Alzheimer e você ter ela na sua horta. Isso é incrível!”. (AF7, 2020).*

A agricultora complementou sua fala sobre a importância em adquirir novos conhecimentos, destacando também a consciência de que faz parte do principal segmento de combate à insegurança e escassez alimentar.

*(...)“E, é isso... É estudar sempre, aperfeiçoar sempre! Entendeu? É... Algumas coisas que se tornam comuns pra todo mundo, deixar de lado e procurar coisas novas. Inovar sempre! (...) Se você for observar o futuro, é isso! É isso, é... Com o tanto de doenças que tá tendo, com o tanto de coisas que tão aparecendo de dificuldade em questão de fome, de escassez de alimento e tudo... Eu tô numa coisa que tem futuro, se você for observar”. (AF7, 2020).*

Nesta subseção pôde-se constatar que apesar das inúmeras dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares que foram discutidas nesta pesquisa, há o desejo de dar continuidade ao segmento. Talvez isso possa ser justificado pela falta de oportunidades para atuação em outro tipo de trabalho. No entanto, há como se afirmar que alguns desses produtores pretendem dar continuidade aos trabalhos voltados para a agricultura familiar por que gostam de atuar nessas atividades. Além disso, esses agricultores familiares se veem construindo um futuro melhor para sua família por meio do segmento.

Ao analisar os resultados obtidos como um todo se pode concluir que esta pesquisa se aproxima das demais que foram citadas no decorrer do trabalho em diversos aspectos. No entanto, cabe ressaltar que cada uma delas possui sua forma particular de abordagem dos assuntos. E é importante frisar essas particularidades.

No que tange os aspectos temporais, os conflitos, as dificuldades, enfim, as necessidades de muitos dos entrevistados se aproximam bastante do que foi abordado na literatura. Uma vez que pode ser observada uma diferença temporal relativamente pequena entre as datas de publicação dos trabalhos citados com a data de publicação/coleta dos dados desta pesquisa.

Isto remete à constatação de que o que foi observado anteriormente por outros pesquisadores, ainda se reflete no atual momento. Logo, o debate em torno destes assuntos se faz mais que necessário a fim de se obter respostas e possíveis propostas para solução ou minimização das carências envolvidas no processo de comercialização dos produtos da agricultura familiar no país.

Nesta pesquisa os esforços foram direcionados para os circuitos curtos de comercialização e as peculiaridades de cada um e das relações com os agentes da cadeia produtiva. No entanto, é importante dizer que em outras abordagens, citadas anteriormente, há pesquisas que focaram no tipo de produto e os circuitos onde esse produto era comercializado.

Enquanto outras analisaram um circuito específico e coletaram uma gama maior de informações relacionadas a diversos aspectos.

As abordagens são variadas, mas apontam para um senso comum. Ou seja, as pesquisas corroboram entre si no sentido da necessidade de fortalecimento do segmento no país. Isso pode ser ressaltado pelo fato de a maioria dos trabalhos analisados serem de diferentes regiões do Brasil. Logo, grande parte das necessidades observadas pelos entrevistados leva à compreensão de que a agricultura familiar como um todo carece de subsídios para se fortalecer.

O debate feito em torno dessas questões possui um caráter social significativo, que foi observado nos relatos dos entrevistados. Preocupações com o reconhecimento da categoria pela sociedade, o desenvolvimento local, a construção de um futuro melhor para a família, são exemplos disso. Esta dissertação não tem o objetivo de esgotar o assunto e sim trazer todas as observações aqui descritas e discutidas para os debates acadêmicos e político, com a finalidade de expor essa realidade para esses públicos. E assim, quiçá encontrar possíveis soluções para essas questões.

Ao olhar para os resultados específicos apresentados nesta pesquisa pode-se apontar que todas as subseções estão intrinsecamente relacionadas. Os acontecimentos ocorrem em cadeia, ou seja, foi possível estabelecer conexões entre as dificuldades apontadas no início com aspectos negativos presentes nas relações entre os agentes apontados mais no final, por exemplo.

Isso quer dizer que se for feita uma análise passo a passo, detalhadamente de cada um dos pontos abordados, em alguns momentos poderão ser observadas conexões entre os requisitos necessários para a atuação dos agricultores familiares em determinado canal com o tipo de relação desenvolvida com os agentes da cadeia produtiva, com as perspectivas de futuro e assim por diante.



No que diz respeito à infraestrutura necessária para atuação nos circuitos curtos, é destacado o plantio. Todos os circuitos curtos, com exceção da indústria, fornecem produtos advindos dessa prática. Quanto aos requisitos estabelecidos pelo mercado, a qualidade e a higiene são exigências presentes em todos os canais.

A certificação ou alvará para atuação nos circuitos curtos, foi apontada apenas na indústria e no mercado institucional. Vale dizer que na indústria o produtor deve atender às especificações definidas pela empresa.

E finalizando os requisitos necessários para a atuação dos agricultores familiares em determinado circuito curto de comercialização, foram apresentadas as dificuldades enfrentadas por esses indivíduos em cada canal. Essas dificuldades foram apontadas em maior número no mercado institucional.

Sobre as percepções dos agricultores familiares em relação à confiabilidade, honestidade do comprador, as relações de poder entre os agentes da cadeia e como é feita a negociação dos preços, as opiniões se dividiram.

A formulação de políticas públicas para fortalecer a atividade no país é muito importante, principalmente no sentido de desburocratizar o acesso aos programas governamentais e as relações com os agentes públicos responsáveis.

Além disso, essas políticas devem ser criadas para suprir as carências observadas por esses indivíduos em cada região do país. O estímulo do consumo consciente e mudanças na cultura alimentar também são aspectos importantes e que podem fortalecer a agricultura familiar.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa realizada abordou uma das frentes do processo produtivo da agricultura familiar no Brasil. Aqui, a ênfase se deu na forma que os agricultores atuam a fim de comercializar seus produtos em circuitos curtos, além de evidenciar como ocorrem as relações comerciais entre os atores do segmento e demais membros envolvidos no processo. Foram apresentados diferentes recortes temporais e de localização, o que permitiu mostrar características variadas em função dessas diferenças.

Uma das considerações que deve ser feita com embasamento nas análises dos dados obtidos nesta pesquisa é de que as relações humanas envolvidas no processo de comercialização da agricultura familiar são extremamente importantes. A construção da confiança nos relacionamentos foi algo verificado como essencial para que os acordos entre os agentes da cadeia produtiva obtivessem sucesso para ambos.

Essa constatação era prevista, uma vez que o aporte teórico da literatura já evidenciava isso. Portanto, vale ressaltar que a agricultura familiar apresenta o bom relacionamento humano como uma de suas principais características. Isso quer dizer, que o lucro é importante para esses indivíduos, mas, as relações de amizade entre eles e os clientes, a oferta de produtos alimentares saudáveis e o respeito com o próximo se sobrepõem aos ganhos financeiros.

Os objetivos propostos nesta dissertação foram alcançados. Os circuitos curtos de comercialização foram mapeados e caracterizados conforme os requisitos necessários para a atuação dos agricultores familiares em cada um desses circuitos. Foram identificadas e verificadas como se davam as relações entre esses produtores e os demais agentes da cadeia produtiva a jusante, e também as relações de cooperação entre produtores. Além disso, foram apresentadas as perspectivas desses indivíduos sobre o futuro.

O tópico que dizia respeito à infraestrutura necessária para a atuação dos agricultores familiares em determinado circuito curto de comercialização é um dos pontos em que esta

pesquisa é limitada. Isto é dito, pois faltou um detalhamento maior dos componentes tidos como fundamentais para a composição dessa infraestrutura. Ou seja, as perguntas foram realizadas de forma semiestruturada, possibilitando aos entrevistados citarem quais eram esses componentes.

De certa forma, talvez tivesse sido mais interessante oferecer a eles uma lista de opções para que pudessem fazer a identificação dos componentes essenciais para uma boa infraestrutura para atender ao processo de comercialização dos seus produtos. Ou seja, a fim de coletar uma quantidade maior de dados relacionados a isso.

Ademais, acredita-se que essa limitação possa ser suprida em trabalhos futuros por meio de um aprofundamento do conhecimento específico das ferramentas e técnicas agrícolas utilizadas por esses indivíduos até a etapa de comercialização. Bem como a compreensão do processo de produção de alimentos fornecidos por eles, por meio de estudos na área de ciência e tecnologia de alimentos.

As entrevistas foram realizadas online, via aplicativo de celular. Essa ferramenta permitiu que se tornasse viável a realização do estudo. No entanto, o contato visual face a face entre a pesquisadora e os entrevistados não foi vivenciado. Assim como não foram realizadas as visitas de campo. Tais aspectos poderiam enriquecer ainda mais a pesquisa.

Outro ponto importante para o desenvolvimento de trabalhos futuros, no sentido de tornar este mais completo, seria uma análise do processo de comercialização da agricultura familiar sob a ótica do consumidor. Os dados aqui analisados foram todos baseados na perspectiva dos agricultores familiares. Essa complementariedade de análises tende a mostrar uma maior quantidade de aspectos a serem considerados com a finalidade de fortalecimento da agricultura familiar.

Isso possibilitará a identificação de carências específicas observadas neste grupo de indivíduos, bem como os seus pontos fortes. E dessa forma, permitirá um debate mais

consistente sobre o assunto. Alguns trabalhos citados nesta pesquisa apontaram para resultados sob a ótica dos dois grupos, em diferentes abordagens e finalidades.

Enfim, acredita-se que conforme proposto inicialmente, esta dissertação conseguiu contribuir de forma a preencher parte da lacuna existente na literatura sobre o processo de comercialização da agricultura familiar por meio de circuitos curtos e o entendimento de como são estabelecidas as relações entre os agricultores e os agentes da cadeia produtiva.

## REFERÊNCIAS

ABREU, L. S. *et al.* Relações entre agricultura orgânica e agroecologia: desafios atuais em torno dos princípios da agroecologia. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, v. 26, p. 143-160, jul./dez. 2012.

ABUD, G. M. B.; LOPES, M, L, B.; CORRÊA, R, S, S. Agricultura urbana e periurbana: Potencialidades e limitações para o desenvolvimento do município de Benevides (PA). **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 12, n.4, p. 1395-1416, out./dez. 2019.

ALMEIDA, R. Z. D. C. **O associativismo na agricultura familiar e seus resultados sociais e econômicos: Um estudo dos agricultores familiares de Brejetuba/ES.** 2015. 117 p. Dissertação (Mestrado em Políticas Sociais) – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Políticas Sociais, Campos dos Goytacazes, 2015.

ASSIS, T. R. P.; FRANÇA, A. G. M.; COELHO, A. M. Agricultura familiar e alimentação escolar: desafios para o acesso aos mercados institucionais em três municípios mineiros. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 4, p. 577-593, 2019.

BISCHOF, M. S. **A construção social de mercados nos centros de comercialização permanente da agricultura familiar do Estado do Paraná.** 2016. 217 p. Dissertação (Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Agrárias, Paraná, 2016.

Brasil. LEI, Nº. 11947, de 16 de junho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/11947.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11947.htm), v. 11947, 2020.

Brasil. LEI, Nº. 11326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei L, v. 11326](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei L, v. 11326), 2019.

Brasil. Banco Central do Brasil. **Resolução** nº 2191/1995, de 24 de agosto de 1995. Disponível em [https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1995/pdf/res\\_2191\\_v3\\_L.pdf](https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1995/pdf/res_2191_v3_L.pdf), v. 2191, 2020.

BORGES, M. S.; GUEDES, C. A. M.; CASTRO, M. C. D. A Gestão do Empreendimento Rural: um estudo a partir de um programa de transferência de tecnologia a pequenos produtores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 141-156, dez. 2015.

CAUCHICK-MIGUEL, P. A. *et al.* **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

CARRIERI-SOUZA, M. *et al.* Cadeias produtivas do carvão vegetal na agricultura familiar no sul do Brasil. **Desenvolvimento e Meio ambiente**, v. 31, 2014.

CÉSAR, A. S.; BATALHA, M. O. Análise dos direcionadores de competitividade sobre a cadeia produtiva de biodiesel: o caso da mamona. **Production**, v. 21, n. 3, p. 484-497, jul./set. 2011.

CHIODI, R. E.; ALMEIDA, G. F.; ASSIS, L. H. B. O Mercado Convencional da Banana: sujeição da agricultura familiar no Vale do Ribeira-SP. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 50, p. 146-165, jan./mar. 2020.

COSTA, B, A, L.; AMORIM JUNIOR, P, C, G.; SILVA, M, G. As Cooperativas de Agricultura Familiar e o Mercado de Compras Governamentais em Minas Gerais. **RESR**, v. 53, n. 1, p. 109-126, jan./mar. 2015.

DALMORO, M.; MEDEIROS, L.; PAULI, J.; AMARANTE, M, V. As lógicas dos produtores invisíveis: significados culturais na produção agrícola familiar. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 23, n. 3, p. 92-115, set./dez. 2017.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M, C, F.; ABREU, L, S. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & sociedade**, v. 19, n. 2, p. 1-22, abr./jun. 2016.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, jun. 2013.

DIAS, B. L. S. **Os desafios na formação de um circuito curto: uma análise da olericultura em Conceição do Jacuípe**. 2017. 131 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Ciências Agrárias, Ambientais e Biológicas, Cruz das Almas, 2017.

DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2020.

DORREGÃO, V. V.; SALVARO, G. I. J.; ESTEVAM, D. O. Contribuições da atividade leiteira para o desenvolvimento rural e para a reprodução da agricultura familiar em um município do sul catarinense. **Interações (Campo Grande)**, v. 20, n. 3, p. 973-985, jul./set. 2019.

FNDE. Programa Nacional de Alimentação Escolar. FNDE | Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, 2016. Disponível em: <https://www.fnde.gov.br/index.php/programas/pnae/pnae-eixos-de-atuacao/pnae-agricultura-familiar>. Acesso em: 16 nov. 2020.

FERIGOLLO, D.; KIRSTEN, V, R.; HECKLER, D; FIGUEIREDO, O, A, T.; PEREZ-CASSARINO, J.; TRICHES, R, M. Products purchased from family farming for school meals in the cities of Rio Grande do Sul. **Revista de saúde pública**, v. 51, p. 6, 2017.

GUANZIROLI, C. E.; VINCHON, K. Agricultura familiar nas regiões serrana, norte e noroeste fluminense: determinantes do processo de geração de renda. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 3, p. 353-367, 2019.

GUSMÃO, Y. J. P. **Agroextrativismo, comunidades tradicionais e os desafios na comercialização dos produtos: Januária, Norte de Minas Gerais**. 2018. 64 p. Dissertação



(Mestrado em Sociedade, Ambiente e Território) - Universidade Federal de Minas Gerais e Unimontes, Montes Claros, 2019.

IBGE. Agricultura Familiar. IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2017. Disponível em: [www.censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/pdf/agricultura\\_familiar.pdf](http://www.censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/pdf/agricultura_familiar.pdf). Acesso em: 26 out. 2019.

IBGE. Mapas do Brasil e de Minas Gerais. IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010. Disponível em: <https://mapas.ibge.gov.br>. Acesso em: 05 abr. 2020.

IPEA. Programa de Aquisição de Alimentos da agricultura Familiar – Ministério do Desenvolvimento Social, 2012. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/conferencias/2CNDRSS/2cndrss%20cartilha\\_programa\\_de\\_agricultura%20familiar.pdf](https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/conferencias/2CNDRSS/2cndrss%20cartilha_programa_de_agricultura%20familiar.pdf). Acesso em: 16 nov. 2020.

LIMA, P. D. J. **Canais de comercialização de leite: fatores determinantes para a comercialização pelo produtor goiano.** 2017. 65 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Escola de Agronomia (EA), Programa de Pós-Graduação em Agronegócio, Goiânia, 2017.

MANFIO, V.; PIEROZAN, V. L.; MEDEIROS, R. M. V. A produção de uva orgânica no estado do Rio Grande do Sul: as experiências dos agricultores familiares de Cotiporã e Dom Pedrito. **Para Onde!?**, v. 11, n. 1, p. 37-44, 2019.

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Obter Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da agricultura Familiar (DAP), 10 jul. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-declaracao-de-aptidao-ao-pronaf>. Acesso: 16 nov. 2020.

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Apresentação PRONAF, 08 jun. 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/fibras-naturais/2017/16a-ro/apresentacao-pronaf-08-06-2017.pdf/view>. Acesso: 16 nov. 2020.

MARCHETTI, A. R. H. **Desenvolvimento local à luz da diversificação produtiva por meio da agricultura familiar: o caso do assentamento Cafundão, Mariana, Minas Gerais**. 2018. 64 p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada) - Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

MENDES, B, P. **A inserção da agricultura familiar nas feiras livres de Diamantina – MG**. 2017. 132 p. Dissertação (Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017.

Minas Gerais. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Regional, Política Urbana e Gestão Metropolitana. Relatório: avaliação dos efeitos e desdobramentos do rompimento da Barragem de Fundão em Mariana-MG. Belo Horizonte: Sedru; 2016. 289 p.

Ministério da Economia. Taxas de câmbio, incluindo valor do dólar, para fins fiscais. Anos anteriores. Receita Federal, 29 jan. 2018. Disponível em: [www.receita.economia.gov.br/orientacao/tributaria/declaracoes-e-demonstrativos/ecf-](http://www.receita.economia.gov.br/orientacao/tributaria/declaracoes-e-demonstrativos/ecf-)

escrituracao-contabil-fiscal/taxas-de-cambio-incluindo-valor-do-dolar-para-fins-fiscais-irpj-AC-anteriores. Acesso em: 11 mai. 2020.

MOTA, D. M.; RIBEIRO, L.; SCHMITZ, H. A organização do trabalho familiar sob a influência da produção de dendê em Tomé-Açu, Pará. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 14, n. 2, p. 531-551, mai./ago. 2019.

OLIVEIRA JÚNIOR, C. J. F.; VOIGTEL, S, D, S.; NICOLAU, S, A.; ARAGAKI, S. Biodiversity and family agriculture in Joanópolis, São Paulo State, Brazil: economic potential of the local flora. **Hoehnea**, v. 45, n. 1, p. 40-54, 2018.

PRANKE, L. V. **Mercados, organizações sociais e agricultura familiar: Os canais curtos de comercialização no município de Piratini-RS**. 2016. 113 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pelotas, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Instituto de Ciências Humanas, Pelotas, 2016.

QUEDEVEZ, K. C. R. **Capital Social e fatores que influenciam o bem estar de agricultores familiares: um comparativo entre duas regiões com diferentes níveis de Capital Social**. 2016. 91 p. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas), Programa de Pós-Graduação em Administração, da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças, Vitória, 2016.

RAMÍREZ LÓPEZ, A.; RODRÍGUEZ FIGUEROA, K, A.; SANDOVAL FIGUEROA, B.; MINJAREZ CORONADO, M, A.; GUTIÉRREZ CASTELLANOS, Y. La confianza como

factor determinante para las estrategias agropecuarias de los productores del altiplano oeste potosino. **Nova scientia**, v. 10, n. 21, p. 631-654, nov. 2018.

RETIÈRE, M. I. H. **Agricultores inseridos em circuitos curtos de comercialização: modalidades de venda e adaptações dos sistemas agrícolas**. 2014. 114 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, Centro de Energia Nuclear na Agricultura, Piracicaba, 2014.

ROCKETT, F. C. *et al.* Family farming and school meals in Rio Grande do Sul, Brazil. **Ciência Rural**, v. 49, n. 2, 2019.

SANTOS, C. F.; SIQUEIRA, E, S.; ARAÚJO, I, T.; MAIA, Z, M, G. agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Ambiente & Sociedade**, v. 17, n. 2, p. 33-52, abr./jun. 2014.

SANTOS, A. P. **Os mercados da agricultura familiar, suas instituições e as habilidades socioeconômicas dos agricultores**. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Viçosa, Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Viçosa, 2014.

SANTOS, V, F.; GUIMARÃES, L, H, W, S.; NOBREGA, T, C.; MOREIRA, F, G. A comercialização de hortaliças na agricultura familiar: Uma análise no assentamento Santa Olga, Nova Andradina/MS. **Revista Desenvolvimento Social**, n. 16/01, 2015.

SCHULTZ, G.; SOUZA, M.; JANDREY, W. F. Motivações e acesso aos canais de comercialização pelos agricultores familiares que atuam com produção orgânica na Região da Serra Gaúcha. **Redes (Santa Cruz do Sul. Online)**, v. 22, n. 3, p. 273-291, set./dez. 2017.

SCHWARTZMAN, F.; MORA, C, A, R.; BOGUS, C, M.; VILLAR, B, S. Antecedentes e elementos da vinculação do programa de alimentação escolar do Brasil com a agricultura familiar. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, p. e00099816, 2017.

SILVA, V. A agricultura familiar e o desenvolvimento no Brasil. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 13, n. 146, p. 70-78, 2013.

SILVA, B. M. M. N. **A inserção dos agricultores familiares nos circuitos de comercialização de alimentos: Uma análise sobre o caso de Pará de Minas**. 2015. 151 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2015.

SILVA, M, N.; CECCONELLO, S, T.; ALTEMBURG, S, G, N.; SILVA, F, N.; BECKER, C. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município d Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 7, 2017.

SOUSA, D, N.; SILVA, D, W.; GEHLEN, I.; MILAGRES, C, S, F. Programas Governamentais de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar no Estado do Tocantins. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 14, n. 5, p. 252-264, set./dez. 2018.

TRICAUD, S.; PINTON, F.; PEREIRA, H. S. Saberes e práticas locais dos produtores de guaraná (*Paullinia cupana* Kunth var. *sorbilis*) do médio Amazonas: duas organizações locais frente à inovação. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 11, n. 1, p. 33-53, jan./abr. 2016.

THOMÉ, C. **O uso de canais de distribuição curtos nas relações comerciais de agricultores familiares de Santa Rosa/RS – A feira livre**. 2017. 164 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Fronteira do Sul, Programa de Pós-Graduação em Mestrado em Desenvolvimento e Políticas Públicas – PPGDPP, Cerro Largo, RS, 2017.

TURRIONI, J. B.; MELLO, C. H. P. Metodologia de pesquisa em Engenharia de Produção. **UNIFEI**, p. 199. 2012.

WINCKLER, N, C.; SANTOS, T, S.; MACHADO, J, A, D. A coopetição entre produtores familiares na cadeia produtiva do leite no oeste catarinense. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 9, n. 1, p. 40-66, jan./mar. 2013.